

Laura Galvelytė. Kuršėnų seniūnijos turizmo išteklių panaudojimo galimybės. 2009

**ŠIAULIŲ UNIVERSITETAS  
SOCIALINIŲ MOKSLŲ FAKULTETAS  
VADYBOS KATEDRA**

**Laura GALVELYTĖ**

**KURŠĖNŲ SENIŪNIJOS TURIZMO IŠTEKLIŲ  
PANAUDOJIMO GALIMYBĖS**

**Magistro darbas**

Šiauliai, 2009

Laura Galvelytė. Kuršėnų seniūnijos turizmo išteklių panaudojimo galimybės. 2009

Laura Galvelytė. Kuršėnų seniūnijos turizmo išteklių panaudojimo galimybės: Turizmo vadybos magistro studijų baigiamasis darbas / mokslinis vadovas doc.dr. Linas ŽALYS; Šiaulių universitetas, Vadybos katedra. – Šiauliai, 2009, p. 71 (78)

## **SANTRAUKA**

Magistro darbe nagrinėjama šiandien aktuali ir nauja tema – Kuršėnų seniūnijos turizmo išteklių panaudojimo galimybės. Darbą sudaro dvi pagrindinės dalys – teoriniai turistikos ir jos elementų aspektai bei tiriamoji dalis. Pirmojoje dalyje atskleidžiama turizmo ir turisto sampratos, turistikos modelis, kuriuo vadovaujantis šiame darbe buvo siekiama Kuršėnų seniūnijos turizmo išteklius atskleisti per turizmo produkto prizmę, kuris būtų įvertintas kaip turizmo potencialo panaudojimo galimybė. Atlikto tyrimo rezultatai leidžia susidaryti bendrą situacijos vaizdą: kokie turizmo ištekliai yra Kuršėnų seniūnijoje, įvertintos palankios rinkos sąlygos (SSGG analizė), o anketinės apklausos duomenys parodė, kad šios vietovės turizmo produktas būtų teigiamai priimtas. Be to, pasiūlyti galimi Kuršėnų seniūnijos turistiniai – pažintiniai maršrutai kaip turizmo produktas.

Laura Galvelytė. Kuršėnų district tourism resources utilisation opportunities: the final magister work of tourism management/ lecturer Linas Žalys; University of Šiauliai, Management department. – Šiauliai. 2009, p. 71 (78)

## **SUMMARY**

Master's work deals the new and relevant for today theme - Kuršėnų district tourism resources utilisation opportunities. The work consists of two main parts - the theoretical, which includes turistika and its elements, and aspects of the research part. The first part is disclosed the concept of tourism and tourists, turism model in which Kuršėnų district tourism resources were disclosed through the prism of the tourism product. Survey results provide an overall picture: what the tourism resources are in Kuršėnų neighborhood, weighted in favor of market conditions (SWOT analysis), and the questionnaire survey showed that the area's tourism product would positively accepted. In addition, the offer of Kuršėnų district touring - cognitive tourism routes as a product.

## TURINYS

Lentelių sąrašas .....	2
Paveikslų sąrašas .....	3
IVADAS .....	4
1. TURISTIKA IR JOS ELEMENTAI .....	7
1.1. Turizmo, turistikos ir turisto esmė ir apibrėžtys .....	7
1.2. Turizmo infrastruktūros modeliai .....	15
1.3. Turizmo produkto esmė, lygiai ir savybės .....	18
1.4. Turizmo išteklių esmė ir klasifikacija .....	25
2. KURŠĖNŲ SENIŪNIJOS TURIZMO IŠTEKLIŲ PANAUDOJIMO GALIMYBIŲ TYRIMAS .....	29
2.1. Tyrimo metodika ir organizavimas .....	30
2.2. Kuršėnų seniūnijos turizmo išteklių tyrimas .....	31
2.2.1. Kuršėnų seniūnija teritoriniu aspektu .....	31
2.2.2. Kuršėnų seniūnijos gamtiniai turizmo išteklių tyrimas .....	33
2.2.3. Kuršėnų seniūnijos kultūros paveldo turizmo išteklių tyrimas .....	35
2.2.4. Kitų Kuršėnų seniūnijos turizmo išteklių tyrimas .....	43
2.3. Anketinės apklausos rezultatų aptarimas .....	45
2.4. Kuršėnų seniūnijos turizmo plėtros SSGG analizė .....	56
3. NAUJŲ TURISTINIŲ-PAŽINTINIŲ MARŠRUTŲ PO KURŠĖNŲ SENIŪNIJĄ PARENGIMAS IR PATEIKIMAS .....	61
IŠVADOS .....	65
REKOMENDACIJOS .....	67
LITERATŪRA .....	68
PRIEDAI	
1 Priedas Turizmo infrastruktūra .....	73
2 Priedas Turizmo formos, rūšys, kategorijos .....	74
3 Priedas Apklausos anketa .....	75
4 Priedas Namų ūkių apsirūpinimas asmeniniais kompiuteriais ir naudojimasis internetu .....	77
5 Priedas Asmenys, kurie naudojami kompiuteriu ir internetu .....	77
6 Priedas Interneto naudojimo tikslai .....	78

## LENTELIŲ SĄRAŠAS

1.1.1 Turizmo apibrėžimų įvairovė.....	8
1.1.2 Turisto sąvokos.....	11
1.3.1 Turizmo produkto lygiai.....	20
2.3.1 Atostogų partnerio pasirinkimo skirstinys pagal amžiaus grupes.....	48
2.3.2 Lankomiausi objektai.....	49
2.3.3 Apklaustųjų amžiaus ir iš kur gavo informacijos apie Kuršėnus sąryšis.....	51
2.3.4 Kokiais aspektais patrauklūs Kuršėnai.....	53
2.3.5 Apklaustųjų amžiaus ir Kuršėnų patrauklumo sąryšis.....	53
2.3.6 Lankomiausi / žinomiausi Kuršėnų seniūnijos gamtos objektai.....	54
2.3.7 Lankomiausi / žinomiausi Kuršėnų seniūnijos kultūros paveldo objektai.....	55
2.4.1 Lietuvos turizmo plėtros SSGG analizė.....	56
2.4.2 Šiaulių regiono turizmo plėtros SSGG analizė (I).....	58
2.4.3 Šiaulių regiono turizmo plėtros SSGG analizė (II).....	58
2.4.4 Kuršėnų seniūnijos turizmo plėtros SSGG analizė.....	60

## PAVEIKSLŲ SĄRAŠAS

1.1.1 Gnoseologinis turistikos modelis.....	9
1.1.2 Pasaulio turizmo organizacijos lankytojų klasifikacija.....	12
1.2.1 Turizmo infrastruktūra (I).....	16
1.2.2 Turizmo infrastruktūra (II).....	16
1.2.3 Turizmo infrastruktūra (III).....	17
1.3.1 Turizmo produkto struktūra.....	18
1.3.2 Turizmo produkto gyvavimo ciklas.....	23
1.4.1 Turizmo išteklių skirstymas pagal LR Turizmo įstatymą (2002).....	25
1.4.2 Gamtos ir kultūros paveldo turizmo išteklių rūšys.....	26
2.2.1.1 Kuršėnų miesto herbas.....	32
2.2.2.1 Rekčių piliakalnis.....	34
2.2.3.1 Varputėnų dvaras (I).....	35
2.2.3.2 Varputėnų dvaras (II).....	36
2.2.3.3 Kuršėnų (Gruževskių) dvaras.....	37
2.2.3.4 Šv. Jono Krikštytojo bažnyčia.....	38
2.2.3.5 Šventė „Kuršėnai – puodžių sostinė“.....	40
2.2.3.6 Puodžių šventė Kuršėnuose.....	40
2.3.1 Respondentų pasiskirstymas pagal amžių.....	45
2.3.2 Respondentų pasiskirstymas pagal užimtumą.....	46
2.3.3 Respondentų kelionių partnerių pasirinkimo skirstinys.....	47
2.3.4 „Populiariausias“ metų laikas turizmui.....	48
2.3.5 Respondentų amžiaus grupių poilsio būdo pasirinkimas.....	49
2.3.6 Informacijos apie Kuršėnus gavimo būdai.....	52
2.3.7 Informacijos priemonių trūkumas.....	52

## ĮVADAS

Turizmas – tai atskiras sudėtingas darinys, bet tuo pačiu apima daugelį gyvenimo sričių – poilsį ir pramogą, verslą ir darbą, kultūrą ir istoriją. Turizmas – tai ir mokslo šaka, ir tyrimo objektas, kuris vis dažniau sulaukia įvairių mokslo sričių specialistų dėmesio.

Tai atskiras, tam tikra prasme, gyvas organizmas, kuriame vienas šalia kito egzistuoja daugybė elementų, jų darinių ir galimybių. Apskritai apie turizmą galima kalbėti iš įvairių pozicijų – vadybos, marketingo, ekonomikos, istorijos, politologijos, meno ir t.t.

Užsienio turizmo tyrinėtojai ypatingą dėmesį telkia į 1950-uosius metus. L. J. Lickorish, C. L. Jenkins teigia, kad iki 1950-ųjų metų turizmas kaip pramonės šaka buvo labai susiskaldžiusi – viešbučiai, transporto operatoriai, kelionių agentūros – visi buvo linę dirbti nepriklausomai vieni nuo kitų<sup>1</sup>. Būtent nuo 1950-ųjų metų vidurio pastebimas sujudimas turizmo sektoriuje. Kelionių operatorių „augimas“ pradėjo iš esmės keisti turizmo kaip pramonės šakos pobūdį – iki tol buvusį individualų verslą siejama su turizmu perorientavo į labiau integruotą veiklą. „Nors tarptautinių atvykimų skaičiaus augimas yra silpnas turizmo svarbos ekonomikai indikatorius, tačiau jo didėjimas nuo 1950-ųjų, suteikia dinamiškumo įspūdį turizmo sektoriuje“<sup>2</sup>. Kitaip tariant, 1950-ieji buvo tas lūžio taškas, kai turizmo verslui buvo suteikta galimybė integruotis į besikeičiančią paklausą ir teikti paslaugas konkurencingesnėmis kainomis, tokiu būdu išlaikant ir didinant savo rinkos dalį.

Kadangi turizmas reikalauja ekonominio, socialinio, kultūrinio ir ekologinio pobūdžio sąnaudų<sup>3</sup>, tai nenuostabu, kad dinamišką augimo postūmį įtakojo du pagrindiniai veiksniai. Pirmas, asmens disponuojamų pajamų padidėjimas, pailgėjusi gyvenimo trukmė ir kokybė (augo sveikesnė karta, buvo mažiau ligų, pasibaigę abu pasauliniai karai), bei sutrumpėjęs darbo dienos laikas, ko pasekoje žmonės turėjo daugiau laisvo laiko. Antras veiksnys – patobulėjusi transporto (sausumos, oro, vandens) infrastruktūra<sup>4</sup>.

Anot L.J. Lickorish, C. L. Jenkins 1950-ieji – tai laikotarpis, kai tarptautinės kelionės poilsio tikslais buvo demokratizuotos, o pasikeitęs paklausos pobūdis yra vienas iš faktorių,

---

<sup>1</sup> L. J. Lickorish, C. L. Jenkins An Introduction to Tourism

<sup>2</sup> R. Leidner The European Tourism Industry. A multi-sector with dynamic markes. Structures, developments and importance for Europe`s economy

<sup>3</sup> L. J. Lickorish, C. L. Jenkins An Introduction to Tourism

<sup>4</sup> R. Leidner The European Tourism Industry. A multi-sector with dynamic markes. Structures, developments and importance for Europe`s economy

nulėmusių turizmo industrijos pokyčius. Šis demokratizavimo reiškinys kartais vadinamas „masinio turizmo“ plėtra.

Pažymėtina, jog turizmas vaidina svarbų vaidmenį plėtojant daugelį geografinių regionų. Sukurta infrastruktūra turizmo tikslais prisideda prie vietinės ekonomikos plėtros – darbo vietų sukūrimas, paslaugų kokybė. Potraukis gerinti regionų patrauklumą veikia kaip paskata suinteresuotoms šalims pereiti prie atitinkamos ekologinės ir politinės veiklos. Turizmas daro nemažą įtaką saugant bei stiprinant kultūros ir gamtos paveldą – nuo meno iki vietinės amatų įvairovės išsaugojimo, kas sąlygoja naujų darbo vietų sukūrimą ir skatina ekonomikos augimą<sup>5</sup>.

**Temos naujumas.** Lietuvoje turizmo sektoriaus aktyvus pagyvėjimas buvo įmanomas tik atgavus nepriklausomybę. Iki tol, dėl akivaizdžių istorinių aplinkybių (priklausymas Sovietų Sąjungai) turizmas mūsų šalyje buvo stipriai sąlygotas ir apspręstas primestos ideologinės politikos. Nuo istorinio – politinio lūžio 1990 m., Lietuvos turizmo sferoje įvyko nemažai kokybinių ir kiekybinių pakeitimų. Prie valstybės įvaizdžio kūrimo be politikų, sportininkų, kitų visuomenės veikėjų prisidėjo ir kelionių organizatoriai. Pastaruoju metu šalyje pastebimos teigiamos ekonomikos vystymosi tendencijos, sudarančios palankias sąlygas ir turizmo verslui. Lietuvos įstojimas į Europos Sąjungą stumtelėjo valstybę arčiau išsivysčiusių šalių lygio. Europos Sąjungos dėmesys turizmo sektoriui, skiriant finansinę paramą iš struktūrinių fondų, įgalina Lietuvą ir atskirus jos regionus tapti konkurencingais turizmo rinkos dalyviais.

**Temos aktualumas.** Kuriant Lietuvos valstybės, kaip patrauklaus turizmo objekto, įvaizdį, nepakanka vien politinio aspekto. Šiuo klausimu, būtinas savalaikis Lietuvos apskričių bei seniūnijų tarpusavio bendradarbiavimas. Dėl teritorinio reikšmingumo stokos, apie Kuršėnų seniūnijos turimą turistinį potencialą žinoma nedaug. Tačiau jau pastebimas susidomėjimas atokesniais regionais rengiant įvairias turizmo plėtros ir galimybių studijas bei analizes, kaip pavyzdžiui jau yra parengta Joniškio rajono turizmo išteklių analizė ir plėtros galimybių studija<sup>6</sup>.

**Darbo problematika** apima grynai marketingo priemones, kurių dėka esami Kuršėnų seniūnijos turizmo ištekliai būtų pateikti rinkai kaip turizmo pilnos komplektacijos produktas. O norint sukurti turizmo produktą būtini moksliniai tyrimai ir galimybių pagrindimai.

**Tyrimo objektas** – Kuršėnų seniūnijos teritorijoje esantys turizmo – gamtiniai ir kultūros paveldo – ištekliai.

**Darbo tikslas:** ištirti Kuršėnų seniūnijos turizmo išteklių panaudojimo galimybes. Siekiant įgyvendinti užsibrėžtą tikslą, nusistatyti tokie darbo uždaviniai:

---

<sup>5</sup> Europos bendrijų komisija. Communication from the commission. A renewed EU Tourism Policy: Towards a stronger partnership for European Tourism

<sup>6</sup> Spiriajevas E., Morkvėnaitė J., Verkulevičiūtė D. Joniškio rajono turizmo išteklių analizė ir plėtros galimybių studija (Santrauka iš "Šiaurės Lietuvos ir pietų centrinės Latvijos turizmo išteklių analizė ir plėtros galimybių studijos")

1. Ištirti turistikos modelį ir jo elementus.
2. Ištirti turizmo išteklių esmę ir jų klasifikaciją.
3. Ištirti turizmo išteklius ir jų panaudojimą Kuršėnų seniūnijoje.
4. Atlikti Kuršėnų seniūnijos turizmo plėtros SSGG analizę.
5. Parengti naujus turistinius – pažintinius maršrutus po Kuršėnų seniūniją

**Darbo metodai:**

1. Mokslinės literatūros analizė metodas taikomas, siekiant pateikti susistemintą teorinę medžiagą apie turistikos modelį, jo sudedamąsias dalis bei tų elementų tarpusavio sąryšius.
2. Anketinė apklausa atskleidė respondentų nuomonę apie Kuršėnų seniūnijos turizmo išteklius, leido pagrįsti Kuršėnų seniūnijos turizmo plėtros SSGG analizės galimybes.
3. Stebėjimas padėjo nustatyti ir aprašyti Kuršėnų seniūnijoje esančius kai kuriuos gamtos ir kultūros paveldo turizmo išteklius, bei apibūdinti esamos turizmo infrastruktūros situaciją. Suteikė galimybę pasijusti turisto kailyje.
4. Aprašomasis metodas taikytas, pristatant Kuršėnų seniūnijos gamtos ir kultūros paveldo turizmo išteklius, infrastruktūrą.
5. SSGG analizė atlikta, siekiant išsiaiškinti Kuršėnų seniūnijos turizmo išteklių potencialų panaudojimą, kuriant ir pateikiant patrauklų turizmo produktą.
6. Aprašomosios statistikos metodas taikytas anketinių duomenų aptarimo metu, pateikiant grafinius vaizdinius bei statistines anketos atsakymų pasiskirstymo lenteles.

Darbo **teorinę reikšmę** iliustruoja tai, kad buvo pateikti susisteminti teoriniai turizmo, turisto, turistikos modelio ir jo elementų teoriniai aspektai.

Tyrimo **praktinis reikšmingumas** tas, kad buvo atskleistos Kuršėnų seniūnijos turizmo išteklių panaudojimo galimybės. Atlikto tyrimo išvados ir rekomendacijos, suteikia galimybes suinteresuotas institucijas toliau vykdyti mokslinius tyrimus analogiškais temomis, populiarinant atvykstantįjį turizmą regionuose.



## 1. TURISTIKA IR JOS ELEMENTAI

Šiandien akivaizdu, kad sparčiai besivystanti ekonomika, populiarėjantis paslaugų ir informacijos vaidmuo rinkoje, sąlygoja aktyvų turizmo propagavimą. Kadangi turizmas glaudžiai susijęs tiek su paslaugomis tiek su informacija, svarbu išsiaiškinti kokios turizmo tendencijos aktualios šiandienos vartotojams. Antikos laikais populiarų posakį „*Panem et circenses*“<sup>7</sup>, kuris atspindi žmoniškuosius poreikius, perfrazavus, galima teigti, kad turizmas kaip pramoga ir kaip verslo šaka turi nemažai perspektyvų.

Turizmui neretai priskiriama viena svarbiausių pozicijų versle, nes jis yra „[...] svarbiausias nacionalinės gerovės kūrimo ir pragyvenimo lygio kėlimo veiksnys, svarbiausias darbo jėgos pritraukimo sektorius, galingas tokių ūkio šakų, kaip transportas, ryšiai, prekyba, statyba, žemės ūkis, plataus vartojimo prekių gamyba, plėtojimo stimulus“<sup>8</sup>. Pirmiausia, turizmas nereikalauja sudėtingų aplinkos pakeitimų, nes gali būti pritaikytas įvairiomis formomis ir teikti finansinę naudą. Be to, tai sąlyginai naujas ir produktyvus ekonomikos sektorius, kuriam būdingas augimas.

Kas per reiškinys yra turizmas?

### 1.1 Turizmo, turistikos ir turisto esmė ir apibrėžtys

Dauguma turizmo srities mokslininkų turi vieningą nuomonę, apibūdinant turizmą kaip daugiasluoksnį darinį. Didžiausia problematika randasi tuomet, kai bandoma turizmui deklaruoti vieną apibrėžimą. Sudėtingiausia situacija išryškėja kai turizmas traktuojamas kaip industrija. L. J. Lickorish, C. L. Jenkins teigia, kad turizmas kaip industrija neturi įprastos oficialios gamybos, neturi ir produkcijos, kuri būtų fiziškai apčiuopiama.<sup>9</sup>

Turizmo apibrėžimo problematika yra sudėtinga ir nuolat sukelia sunkumų turizmo srities mokslininkams.

Žodis „turizmas“ reiškia keliavimą iš vienos vietos į kitą (už įprastos aplinkos ribų) laisvalaikiu ir šis terminas yra kilęs iš posakio „Grand Tour“ (didysis turas).<sup>10</sup> Turizmo įvairiapusiškumas atsispindi apibrėžimų įvairovėje. 1.1.1 lentelėje pateikiama keletas turizmo sąvokų.

---

<sup>7</sup> „Duonos ir žaidimų“

<sup>8</sup> P. Grecevičius ir kiti, Turizmas, 2002, Kauno kolegijos leidybos centras, p. 25

<sup>9</sup> L. J. Lickorish, C. L. Jenkins An Introduction to Tourism.

<sup>10</sup> I. Žalienė, L. Žalys, I. Izdonaitė-Medžiūnienė. Šiaulių regiono turizmo plėtros situacijos analizė.//Ekonomika ir vadyba: aktualijos ir perspektyvos. 2008, Nr. 3 (12), p. 395

1.1.1 Lentelė

Turizmo apibrėžimų įvairovė

Turizmas – aktyvus poilsis už savo nuolatinės gyvenamosios vietos ribų, padedantis gerinti sveikatą, fiziškai lavinti žmogų	1954 m. Jungtinių Tautų nutarimas
Turizmas suprantamas kaip veikla, turinti svarbią reikšmę tautų gyvenimui, nes tiesiogiai lemia socialinę, kultūrinę, švietimo bei ekonominę šalių gyvenimo sferas ir jų tarptautinius santykius.	1980 m. Manilos pasaulio turizmo deklaracija
Turizmas – tai viena iš aktyvaus poilsio rūšių, kelionės, siekiant susipažinti su vienais ar kitais rajonais, šalimis; kelionės dažnai derinamos su sportu	1981 m. Pasaulinės turizmo organizacijos (PTO) konferencija Madride
Turizmas – tai laisvas žmonių judėjimas už jų nuolatinės gyvenamosios ir darbo vietos, taip pat paslaugų sfera, sukurta tenkinti poreikius, iškilusius šio judėjimo metu.	1989 m. Hagos turizmo deklaracija
Turizmas – tai veikla asmenų, kurie keliauja po vietas, esančias už jiems įprastos aplinkos ribų, ne ilgiau vienerių metų poilsio, verslo ir kitais tikslais	1993 m. JTO statistikos komisijos apibūdinimas
Turizmas – visos kelionių, ekskursijų rūšys, kai asmuo palieka savo darbo ir gyvenimo vietą ilgiau nei vieną parą ir trumpiau nei 12 mėnesių, ir kai išvykos tikslas nėra sandoma, apmokama veikla.	Pasaulinė turizmo organizacija PTO
Turizmas – žmonių veikla, susijusi su kelione ir laikinu buvimu už nuolatinės gyvenamosios vietos ribų ne ilgiau kaip vienerius metus, jei ši veikla nėra mokymasis ar mokamas darbas lankomoje vietoje.	1998 m. LR Turizmo įstatymas
Turizmas yra veikla, dažniausiai siejama su poilsiu ir pramogomis, sportu ir galimybe naudotis kultūra bei gamta [...], turizmas yra nepakeičiamas savišvietos ir abipusės tolerancijos veiksnys, padedantis pažinti teisėtus skirtumus tarp tautų ir kultūrų bei jų įvairovę	1999 m. (PTO) Pasaulinis turizmo etikos kodeksas
Turizmas – tai įvykiai ir žmonių santykiai, atsirandantys kelionės metu, kol ši kelionė vyksta už nuolatinės gyvenamosios aplinkos ribų ir nėra susijusi su uždarbio gavimu	В. А. Квартальнов „Turizmo teorija ir praktika“

Lentelė sudaryta remiantis šaltiniais: P. Grecevičius ir kiti. Turizmas. 2002, Kauno kolegijos leidybos centras, p. 26-27. В. А. Квартальнов. Теория и практика туризма. 2003, Москва, p. 26

Galima pastebėti, kad šios apibrėžtys sukurtos atstumo, laiko trukmės ar kelionės tikslo pagrindais, tačiau neapčiuopia pačio turizmo kaip tokio. Iš vienos pusės, *varietas delectat*<sup>11</sup>, kita vertus, sąvokų įvairumas ir gausa įneša sumaištį į turizmo mokslą. Todėl P. Grecevičius pabrėžia, kad šiuo metu tikslinga vartoti Pasaulinės Turizmo Organizacijos (PTO) pasiūlytą apibrėžimą.

Pastaraisiais dešimtmečiais turizmas tapo ne vienos mokslo šakos, kaip pavyzdžiui, istorijos, filosofijos, geografijos, sociologijos, psichologijos, antropologijos, ekonomikos, ekologijos, kultūrologijos, tyrimo objektu. Tačiau kiekviena iš šių disciplinų turizmą nagrinėja iš savo pozicijų, bet ne apskritai, nes dabar yra būtinas požiūris į turizmą, kuriame egzistuočių sintezuoti visų mokslo šakų turizmo tyrinėjimų aspektai. Užsienio mokslininkai (А. С. Кусков, Ю. А. Джаладян) tokią mokslinę veiklą vadina *turistika*. Anot jų, „Turistika – tai mokslas, kuris sintezuodamas skirtingų mokslo disciplinų duomenis, tiria turizmą bei formuoja vientisą turizmo koncepciją“<sup>12</sup>. Šiuolaikinė turistika – tai 4 kintamųjų ryšiai, apsprendžiantys turizmą socialiniais – ekonominiais aspektais:

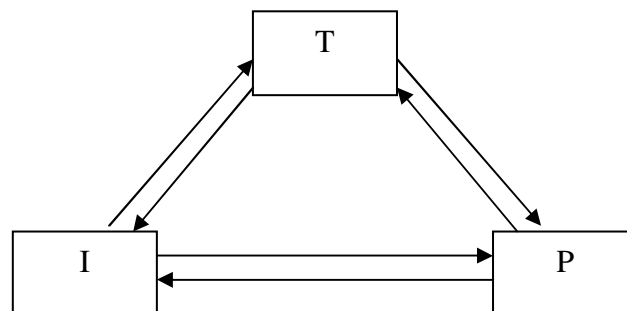
<sup>11</sup> „Įvairovė džiugina“

<sup>12</sup> А. С. Кусков, Ю. А. Джаладян. Основы туризма. 2008, Москва, p. 57

- Turizmas kaip nacionalinis įvairių žmogaus teisių ir poreikių reiškinys (teisės į sveikatą, poilsį, keliavimą);
- Turizmo veikla kaip būdas patenkinti paklausą ir poreikius (turizmo industrija, organizavimo formos, informacijos sklaida, personalo parengimas);
- Turizmo ekonomika kaip svarbus nacionalinės ir regioninės ekonomikos sektorius;
- Turizmo politika kaip socialinės ir ekonominės valstybės politikos sudedamoji dalis ir nukreipta turizmo veiklos kontroliavimui.

Gnoseologija kildinama iš Antikos laikų ir graikiško žodžio „gnōsis“ (gnōseōs), kuris reiškia žinias ir „logo“, reiškiančio mokslą. Gnoseologija – pažinimo teorija, filosofijos dalis, nagrinėjanti mokslo žinių išteklius, formas ir metodus, tirianti mokslo žinių tiesos sąlygas (teisingumą) bei žmogaus galimybes pažinti tikrąją mokslo tiesą<sup>13</sup>.

B. A. Квартальнов pateikia gnoseologinį turistikos modelį, kuris anot autoriaus, leidžia nustatyti turistikos sudedamųjų dalių – subjekto, objekto ir pažinimo dalyko – esmę ir tarpusavio ryšius (1.1.1. pav.)



1. 1.1 Pav. Gnoseologinis turistikos modelis pagal B. A. Квартальнов  
Elementai: T – *turistas* – turistikos subjektas; I – *turizmo industrija* – turistikos objektas; P – *turistikos produktas* – turistikos dalykas.

Turistiką galima traktuoti kaip taikomųjų turizmo mokslų ir turizmo infrastruktūros sistemą. Šie mokslai apima du turizmo lygius – turizmo šaką ir ekonomikos subjektą – turizmo įmonę. Turizmo šaka suprantama kaip organizavimas, valdymas ir ekonomika, arba trumpai sakant – tai turizmo vadybinis lygmuo<sup>14</sup>.

Pagal pateiktą gnoseologinį turistikos modelį, išryškėja trys posistemės:

**Turistikos subjektas – *turistas***, tenkinantis savo rekreacinius poreikius, kuriam būdinga speciali kokybės ir būsenos (fiziologinės, psichologinės, ekologinės, ekonominės, socialinės, etc.) sistema, kurią privalo žinoti turizmo specialistas.

<sup>13</sup> B. A. Квартальнов. Теория и практика туризма. p. 24

<sup>14</sup> А. С. Кусков, Ю. А. Джаладян. Основы туризма., p. 58

**Turistikos objektas – turizmo industrija**, kuri apima turistinius centrus ir regionus, atsižvelgiant į gamtines ir kultūrinės-istorines sąlygas, o taip pat įmones, teikiančias turizmo paslaugas, kuriomis naudojasi turistai atostogų ir keliavimo metu.

**Turistikos dalykas – turizmo produktas**, turizmo įmonės specialiai sukurta rekreacinės veiklos ir aptarnavimo programa, realizuojama turizmo rinkoje kaip nepriklausomas produktas.

Kiekvienas iš turistikos gnoseologinio modelio elementų susijęs tam tikrais ryšiais su kitais elementais. Pavyzdžiui, turistai turi savo turistinių poreikių sistemą, kurią turi įvertinti turizmo įmonė prieš įvedant turizmo produktą į rinką (Sąryšis T → P). Kita vertus turisto santykiai su turizmo industrija pasireiškia per rekreacinių poreikių charakterizavimą ir kaip turizmo paslaugų vartotojas jų teikimo metu (Sąryšis T → I). Tuo tarpu turizmo industrijos ryšys su turistu vertinamas kaip turistinių paslaugų vartotoju (Sąryšis I → T), o su turizmo produktu – kaip turizmo paslaugų teikimo technologija (Sąryšis I → P). Turizmo produktas numato ryšius tarp paslaugos teikėjų (Sąryšis P → I) ir optimizuoja turizmo programą ir jos apipavidalinimą santykiyje su turistais (Sąryšis P → T)<sup>15</sup>. Toliau plėtojant šio modelio interpretaciją, A. C. Кусков, Ю. А. Джаладян teigia, jog turizmo sferą galima deklaruoti kaip sistemą, kurioje sąveikauja trys pagrindiniai subjektai: turistai, turizmo įmonės ir turizmo teritorijos (vietos valdžios institucijų ir gyventojų interesai)<sup>16</sup>. Sąveikaujant šiems subjektams atsiranda vidiniai prieštaravimai. Pavyzdžiui, tarp turistų poreikių ir galimybių juos realizuoti (Turistas → Turizmo įmonė); tarp turistų ir vietinės valdžios institucijų bei gyventojų atsirandanti trintis dėl įtakos tradiciniam vietovės gyvenimo būdui pasikeitimo, t.y. vietovės pritaikymo turizmui (Turistas → Teritorija); tarp skirtingų kategorijų turistų esantis ryšys, kuris priklauso nuo sociodemografinių charakteristikų ir skirtingų turizmo veiklos tikslų (Turistas → Turistas); sąryšis tarp turizmo įmonės ir teritorijas, kas siejama su tos vietovės resursų panaudojimu turizmui (Turizmo įmonė → Teritorija); santykiai tarp turizmo įmonių žiūrint į konkurencinės įtampos atsiradimą (Turizmo įmonė → Turizmo įmonė); tarp teritorijų susidarantys tarpusavio santykiai, kurie atspindi skirtingus socialinius – ekonominius interesus (Teritorija → Teritorija).

Taigi, turistika kaip mokslas apima nemažai sričių, kurios tiesiogiai apsprendžia patį turizmo fenomeną. Tos sritys yra : turizmo ekonomika ir sociologija, turizmo vadyba (valdymas, personalas, finansai, ekologija, technologijos), turizmo ištekliai, regioninė politika, turizmo veiklos teorija ir praktika, turizmo industrija ir infrastruktūra bei turizmo monitoringas ir informacinės technologijos.

<sup>15</sup> В. А. Квартальнов. Теория и практика туризма. р. 25

<sup>16</sup> А. С. Кусков, Ю. А. Джаладян. Основы туризма., р. 59

Iš to išeina, kad turizmas yra viena palankiausių ekonominių veiklų, kurią realizuojant nereikia atsivežtinių žaliavų, o tinkamai išnaudoti turimus resursus. Pagrindiniai turizmo veiklos sektoriai : apgyvendinimas, pramogos, transportavimas, maitinimas. Teikiant šias paslaugas, priklausomai nuo kiekio ir kokybės, teikėjai gauna atlygį iš vartotojų, t.y. turistų.

Iš pirmo žvilgsnio, galima pamanyti, kad turistą apibūdinti yra nepaprastai lengva. Tačiau klaidinga manyti, kad tokios sudėtingos ir daugiaplanės struktūros, kaip turizmas, vartotojas bus apibrėžtas tik kaip asmuo, kuris keliauja. Turisto samprata žymiai platesnė ir apima įvairius aspektus. Pirmiausia, turistą, atsižvelgiant į pateiktą gnoseologinį turistikos modelį, yra vartotojas, be kurio neįmanoma jokia veikla susijusi su turizmu. Toliau pateikiu keletą turistą apibūdinančių 1.1.2 Lentelė

1.1.2 Lentelė

Turisto sąvokos

LR Turizmo įstatymas	<b>Turistas</b> – fizinis asmuo, kuris pažintiniais, profesiniais-dalykiniais, etniniais, kultūriniais, rekreaciniais, sveikatingumo, religiniais ar specialiais tikslais keliauja po šalį ar į kitas šalis ir apsistoja bent vienai nakvynei, tačiau ne ilgiau kaip vienerius metus už savo nuolatinės gyvenamosios vietos ribų, jei ši veikla nėra mokymasis ar apmokamas darbas lankomoje vietovėje.
В. А. Квартальнов	<b>Turistas</b> – turizmo produkto ar turizmo paslaugos, kelionės vartotojas, laikinai apsistojęs kitoje vietovėje, teritorijoje ar valstybėje, nepriklausomai nuo jo tautybės, pilietybės, lyties, kalbos ar religijos, apsilankymo trukmė yra ne mažiau kaip 24 valandų, bet mažiau kaip 12 mėnesių, keliaujantis dėl savo malonumo arba pažintiniais, gydymosi, profesiniais-darbo tikslais, bet už tai negaunantis atlyginimo <sup>17</sup> .
А.С. Кусков, Ю. А. Джаладян	<b>Turistas</b> – tai asmuo, atvykęs į valstybę, kurioje nuolat negyvena ir neužsiima profesionale darbine veikla, už kurią mokamas atlyginimas, kurio tikslas laisvo laiko praleidimas gydantis, pramogaujant, šviečiantis (susipažįstant), ilsintis arba religiniais, sportiniais, šeimyniniais ar darbo sumetimais <sup>18</sup>
В. А. Квартальнов	<b>Turistas</b> – turizmo subjektas; asmuo besirūpinantis savo rekreacinių poreikių patenkinimu <sup>19</sup>

Kaip matyti iš pateiktų sąvokos apibrėžčių, netgi tas pats autorius, pateikia skirtingus termino paaiškinimus. Kita vertus, turistą sąvoka ne vienintelė apibrėžianti tą patį veiksmą keliavimą. Tokiu būdu turizmo sferoje atsiranda *keliautojo* terminas. Keliautojas – tai asmuo, keliaujanti kokioje nors vietovėje, kuri nėra jo nuolatinai gyvenama, kelionės trukmė neužtrunka ilgiau kaip 12 mėnesių, o kelionės tikslas yra bet kokia veikla nesusijusi su apmokamu darbu<sup>20</sup>. Mokslinėje literatūroje nuolat vyksta diskusijos ar gali šie terminai būti traktuojami kaip sinonimai. Vieningos nuomonės prieiti sunku, nes akivaizdžiai šių žodžių reikšmės yra vienodos. Skiriasi tik kai kuriais aspektais, priklausomai, kurie bus pasirinkti kaip prioritetiniai.

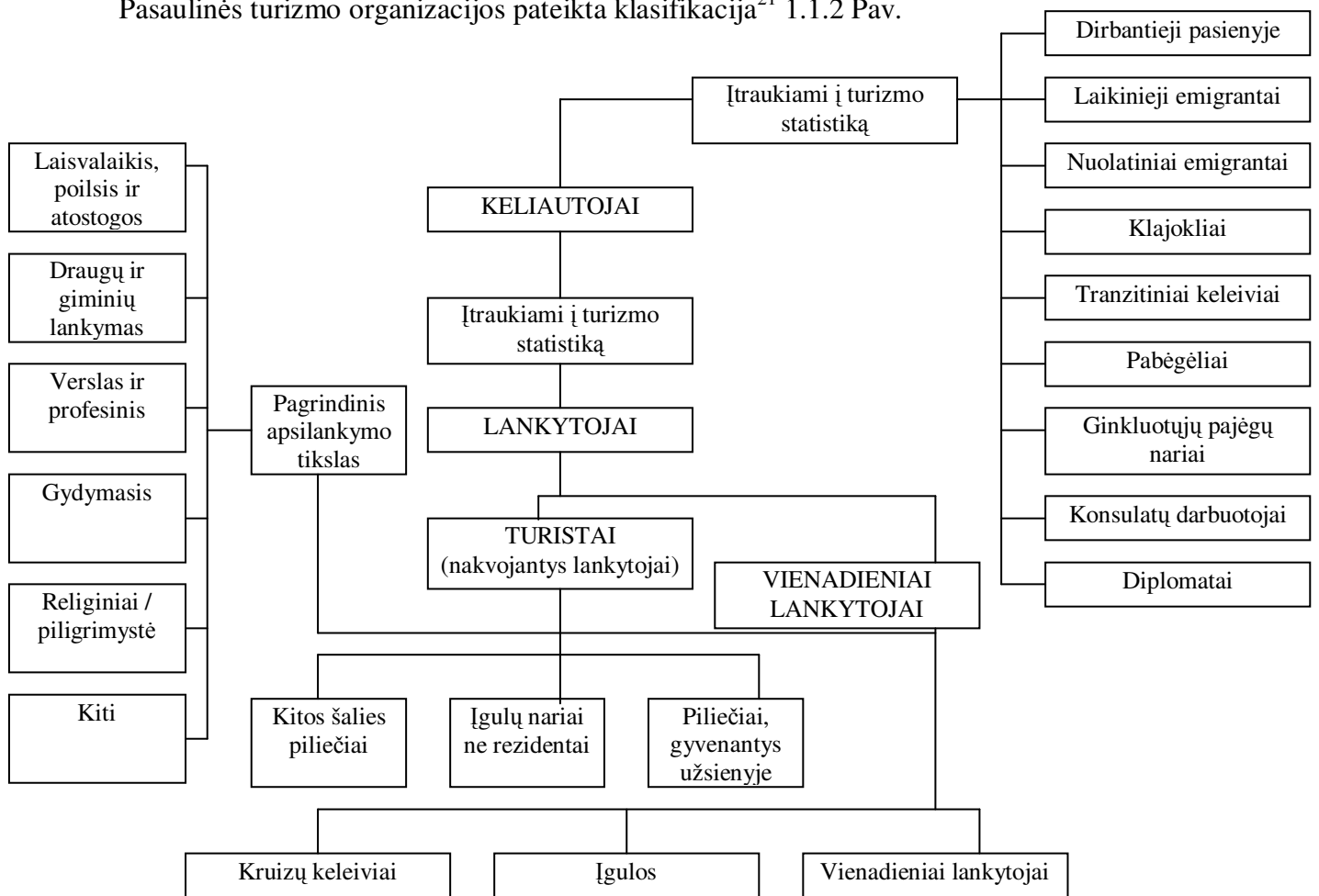
<sup>17</sup> В. А. Квартальнов. Туризм. 2003, p. 29

<sup>18</sup> А.С. Кусков, Ю. А. Джаладян. Основы туризма., p. 43

<sup>19</sup> В. А. Квартальнов. Теория и практика туризма, 2003, p.27

<sup>20</sup> А.С. Кусков, Ю. А. Джаладян. Основы туризма., p. 43

Tiesa, turisto ir keliautojo sąvokų daugiaplaniškumas priklauso nuo įvairių sąlygų ir aplinkybių. Pavyzdžiui, turistai ir keliautojai gali būti apibrėžiami pagal pasirinktą turizmo rūšį ir kategoriją, kelionės tikslą, pagal jos trukmę, pobūdį, distanciją, net pačių turistų vertybes, poreikius, pomėgius, elgesį, motyvaciją ir pan. Tačiau neginčijamai tinkamas vartoti apibrėžimas yra turizmo vartotojas. Mokslinėje literatūroje galima sutikti nemažai skirtingų turistų bei keliautojų klasifikacijų ir tipologijų, kurios sudarytos pagal atitinkamus bruožus. Beje, klasifikacijas ir tipologijas pateikia ne vien turizmo srities mokslininkai, bet ir įvairios organizacijos. Jos dažniausiai nėra susijusios su psichologiniais motyvacijos ir poreikių aspektais, bet remiasi kokiu nors konkrečiu požymiu, pvz., nakvyne svečioje vietoje kelionės metu. Šiuo požymiu yra pagrįsta ir Pasaulinės turizmo organizacijos pateikta klasifikacija<sup>21</sup> 1.1.2 Pav.



1.1.2 Pav. Pasaulio turizmo organizacijos lankytojų klasifikacija

Šaltinis: P. Grecevičius ir kiti. Turizmas, p. 54

Vadovaujantis pateikta turizmo klasifikacijos schema Priede, ir atsižvelgiant į turizmo kategoriją, išskiriamos tokios turistų rūšys: tarptautinis ir vidinis<sup>22</sup>. *Tarptautinis turistai* apibūdinamas kaip lankytojas, keliaujantis į kokią nors valstybę, kuri nėra jo nuolatinė gyvenamoji

<sup>21</sup> P. Grecevičius ir kiti, Turizmas, p. 54

<sup>22</sup> А.С. Кусков, Ю. А. Джаладян. Основы туризма., p. 45

vieta. Kelionė netrunka ilgiau kaip 12 mėnesių, kurios tikslas nėra susietas darbo santykiais, t.y. negaunamas užmokestis. *Vidiniu turistu* vadinamas asmuo, kuris palieka savo nuolat gyvenamą vietą ir keliauja toliau kaip 50 mylių nuo savo namų. Kelionės tikslais gali būti: profesiniai, pramogų, asmeniniai ir kitokie. Išskirtinis bruožas tas, kad vidinis turistas neprivalo pasilikti lankomoje vietoje daugiau nei 24 valandas.

Klasifikuodamas turistus į atitinkamas tipologines grupes, B. A. Квартальнов, nurodo du turizmo skiriamuosius bruožus, pagal kuriuos lengviau atskirti turistų ir keliautojų kategorijas. Šie bruožai apibūdinami kaip „pažįstamas“ ir „naujas“ veiksniai. Jie apima daug sričių, kaip antai – teritoriją, kelionės pobūdį, turizmo aplinką, turizmo išteklius ir pan. Kitaip sakant, pažįstama turistinė aplinka ar vietovė, turistui sukelia saugumo, komfortiškumo, patogumo jausmus, priešingai naujas patiekalas ar nesuprantama kalba turistą baugina. Žinoma, turisto adaptacijai prie „naujo“ turi įtakos ir jo individualios savybės<sup>23</sup>. Pagal šiuos bruožus pateikiami 4 turistiniai vaidmenys:

*Organizuotas masinis turistas* – jis iš anksto turi suformuotą maršrutą. Toks turistas labiausiai vertina visą turizmo paketą, suvokdamas ir vertindamas jį kaip įprastą produktą, siūlomą masiniam vartojimui. Tokį vartotoją patenkintų produktas, kuriame yra maksimaliai „pažįstamo“ ir minimaliai „naujo“.

*Individualus turistas* - nors maršrutas šiuo atveju yra planuojamas iš anksto, tačiau dažnai jis būna ne pilnas. Beje, pažymėtina, kas individualus turistas pats dalyvauja renkantis ar formuojant jam tinkantį maršrutą.

*Turistas tyrinėtojas* – savarankiškai organizuoja savo kelionę, vengia žinomų ir nuolat turistų pasirenkamų maršrutų, nors tiesa, neišsižada komforto kelionės metu. Jis žymiai aktyvesnis, lyginant su masiniu ar individualiu turistu. Čia dominuojantis bruožas - „naujas“, nors esti nežymūs saitai su „pažįstamas“.

*Turistas – vaikata* aktyviai atsiskiria nuo „pažįstamas“ tipo kelionių, nepalaiko jokių santykių formų su turizmo paslaugas teikiančiomis organizacijomis.

P. Grecevičius pateikia keletą turistų tipų klasifikacijų, paremtų grynai psichologinėmis - emocinėmis savybėmis, pavyzdžiui, pagal dominuojančias vertybines orientacijas, autorius skiria 5 tipologines grupes<sup>24</sup>:

- Ekonominės orientacijos turistai – ypač vertinantys prabangią ir gerai organizuotą veiklą. Jie greičiau perka prabangą, kad pinigine išraiška turėtų išliekamąją vertę;
- Intelektualinės orientacijos turistai – vertina estetiką, jiems svarbu kur keliauja ir ką mato tuo požiūriu, kad taip praturtina savo žinias;

<sup>23</sup> B. A. Квартальнов. Теория и практика туризма, 2003, p. 218

<sup>24</sup> P. Grecevičius ir kiti, Turizmas, p. 52

- Socialinės orientacijos turistams – svarbūs žmoniškieji tarpusavio santykiai, kitaip sakant, šiam turistui svabiau ne kur keliauja, o su kuo keliauja ir ar bus galimybė mėgautis socialiniais kontaktais;
- Politinės orientacijos turistas – keliavimo reikšmė stipriai įtakota statuso, valdžios, politinės naudos, gaunamos kelionės metu, simboliais;
- Papildomosios orientacijos turistus gali apibūdinti dviejų ir daugiau vertybių kombinacijos.

Rusai - A .С. Кусков ir Ю. А. Джаладян, teigia, kad labai paplitusi yra vokiečių specialisto G. Hano turistų tipologija<sup>25</sup>. Ji susideda iš 6 dalių :

**S tipas** ( saulė, smėlėtas paplūdimys, jūra) – tipinis atostogautojas, vertinantis pasyvų poilsį kurortuose, ramybę ir komfortą. Vengia didelių žmonių susibūrimų.

**F tipas** – atostogautojas, kuris mėgsta ilgas išvykas distancijos atžvilgiu. Jam patinka nuolatinė vietovių, įvykių, žmonių kaita. Jis savo laisvalaikį leidžia ten, kur kas nors vyksta įdomaus.

**W – 1 tipas** – šio tipo turistui būdingas aktyvus fizinis poilsis gryname ore, nepriklausomai nuo oro sąlygų. Atostogaudamas jis siekia palaikyti gerą fizinę formą, tačiau pažymėtina, kad profesionaliu sportu jis neužsiima.

**W – 2 tipas** – labiau sportininkas, nei mėgėjas. Pasiryžęs išverti ilgus nuotolius, net ekstremalius krūvius. Renkantis poilsio maršrutą, pagrindinis pasirinkimo kriterijus – galimybė pasirinkti ir užsiimti bet kokia norima veikla.

**A tipas** - tai nuotykių mėgėjas. Rizika, nauji potyriai, savo jėgų išbandymas. Netikėtos situacijos ir net pavojus – tai svarbiausios sąlygos šio tipo turistui, renkantis kelionę.

**B tipas** – žingeidžiausias turistų tipas. Kuris dar smulkiau skaidomas į:  
*Ekspertus, kolekcionierius* - traukia įvairios atrakcijos;  
*Emocionalieji* – gamtos ir kultūros mylėtojai;  
*Specialistai* – kelionės metu gilinantys savo žinias apie kultūrą, istoriją, meną ir pan.

Kaip matyti iš pateiktų įvairių tipologijų, turistas – asmuo mėgstantis keliauti, susipažinti, patirti, pamatyti, išbandyti ir patenkinti įvairiausias savo poreikius tiek emocinius, tiek psichologinius, rekreacinius, pažintinius.

---

<sup>25</sup> А .С. Кусков, Ю. А. Джаладян. Основы туризма, р. 48 - 49



Reziumuojant, prieita prie išvados, kad kaip ir pats turizmas apskritai, taip ir viena iš pamatinių sudedamųjų jo dalių – vartotojų, t.y. turistų apibrėžimas reikalauja plataus požiūrio ir suvokimo, nes vieningo termino jam nėra.

## 1.2. Turizmo infrastruktūros modeliai

Pagal gnoseologinį turistikos modelį turizmo industrija apima turistinius centrus ir regionus, atsižvelgiant į gamtines ir kultūrinės-istorines sąlygas, o taip pat įmones, teikiančias turizmo paslaugas, kuriomis naudojasi turistai atostogų ir keliavimo metu. Kitaip sakant šioje srityje galima išskirti du aspektus – turizmo išteklius ir turizmo infrastruktūrą.

Turizmo infrastruktūros samprata formavosi bendru infrastruktūros apibrėžimo pagrindu. A. Damulienė mini, kad infrastruktūros apibrėžimas yra nevienareikšmis, kadangi literatūroje sutinkamos dvi šio termino genealogijos kryptys: viena jų, siejama su karine terminologija, kita – su statyba. Pavyzdžiui, Lietuviškoje tarybinėje enciklopedijoje, *infrastruktūra* - ūkio šakų, aptarnaujančių visą reprodukcijos procesą, kompleksas<sup>26</sup>. Vikipedija enciklopedijoje pateiktas kiek platesnis termino aiškinimas, čia *infrastruktūra* - bendraja prasme, tarpusavyje susijusių struktūrinių elementų visuma, įgalinanti ir palaikanti visą struktūrą bei jos funkcionavimą. Valstybinėje sistemoje infrastruktūra vadinama viešojo sektoriaus dalis. Plačiaja prasme ji apima viešąsias paslaugas<sup>27</sup>. Konkretesnę bei, mano manymu, labiausiai tinkantį apibrėžiant ir turizmo infrastruktūros apibrėžimą pateikia Lietuvos Respublikos terminų bankas – *infrastruktūra* – įvairių veiklos sričių objektų, skirtų ūkiui ir gyventojams, kompleksas – inžineriniai tinklai, susisiekimo komunikacijos, komunaliniai, visuomeniniai, prekybos ir kiti objektai, reikalingi paslaugoms gyventojams teikti ir aplinkos kokybei gerinti<sup>28</sup>. Tiesa čia, apibrėžimo šaltiniu nurodytas 2006 m. LR teritorijų planavimo įstatymas

Apskritai į ekonomikos mokslą infrastruktūros apibrėžimas atėjo XX a. 5-ajame dešimtmetyje ir buvo traktuojamas kaip visuma šakų, užtikrinančių normalų materialinės gamybos funkcionavimą<sup>29</sup>. Keista, bet LR Turizmo įstatyme šis apibrėžimas visai nefigūruoja, nors infrastruktūros funkciniai bruožai šiame dokumente pateikiami kaip turizmo paslaugos ir jų rūšys<sup>30</sup>. Pastebėtina, kad infrastruktūros apibrėžimo problematika turizmo sektoriuje yra opi. Mano manymu, turizmo

<sup>26</sup> Lietuviškoji tarybinė enciklopedija, T 4, Vilnius, 1978, p. 468

<sup>27</sup> Infrastruktūra. Vikipedija laisvoji enciklopedija

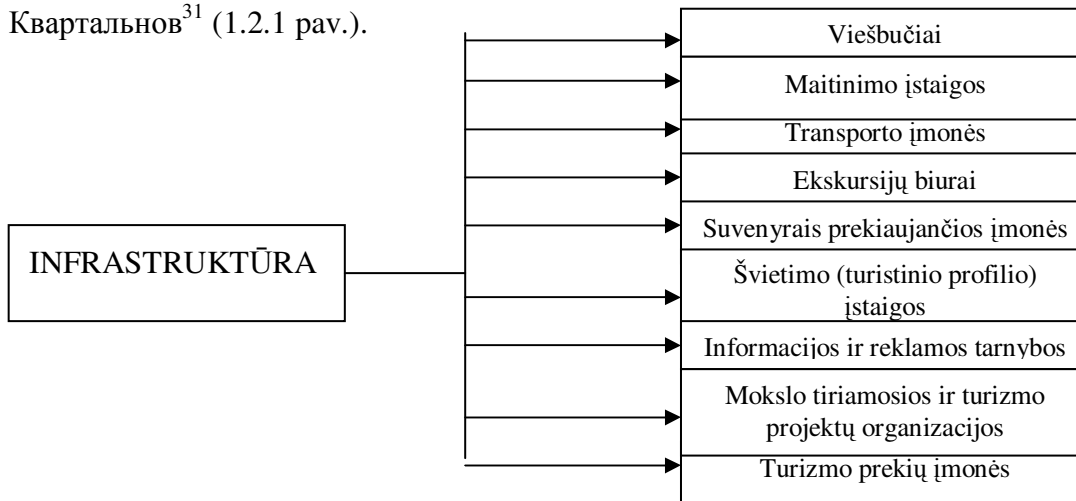
<sup>28</sup> Lietuvos Respublikos Terminų bankas

<sup>29</sup> A. Damulienė. Tourism infrastructure in Lithuania. Theoretical and practical aspects.// Organizacijų vadyba: sisteminiai tyrimai, 2003, Nr. 26, p. 78-79

<sup>30</sup> LR Turizmo įstatymas, 2002

infrastruktūra – tai įvairių veiklos sričių objektų, skirtų turistams, kompleksas, kuris palaiko visą turizmo paslaugų sistemą ir jos funkcionavimą. Komplexą sudaro tokios turizmo aptarnavimo sritys kaip kelionės organizavimas, vežimas (susisiekimas), apgyvendinimas, maitinimas, pramogų ir informacijos teikimas.

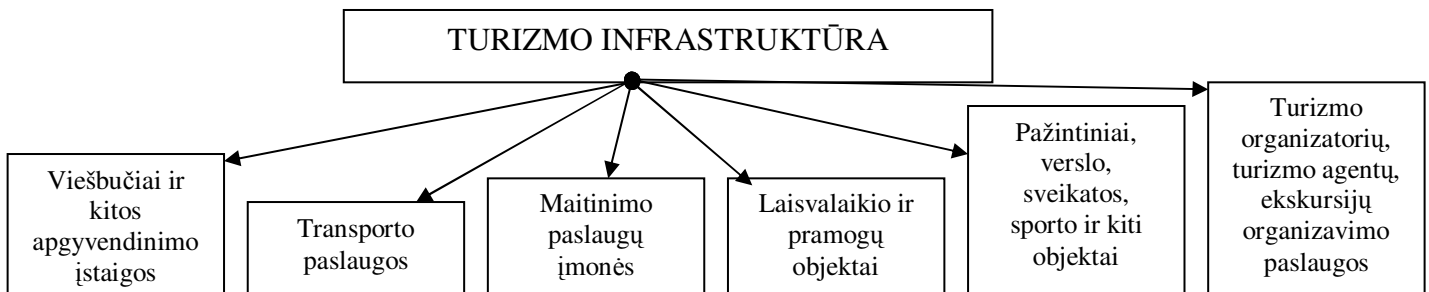
Infrastruktūros sudėtingumą geriausia pavaizduot vizualiai, kad būtų galima aiškiau suvokti jos struktūrą. Patį paprasčiausią turizmo infrastruktūros modelį pateikia B. A. Квартальнов<sup>31</sup> (1.2.1 pav.).



1.2.1 pav. Turizmo infrastruktūra (I)

Be to, autorius teigia, kad turizmo organizatoriaus paslaugos ir pats turizmo produktas nėra sudėtinės turizmo infrastruktūros dalys, nes kiekviena paslauga yra atskirtos nuo savo gamybos, bet būtent dėka turizmo organizatorių paslaugų įgavo turizmo industrijos charakterio bruožų. O industrinės charakteristikos turizmą įgalina vadinti efektyvia nacionalinės ekonomikos dalimi.

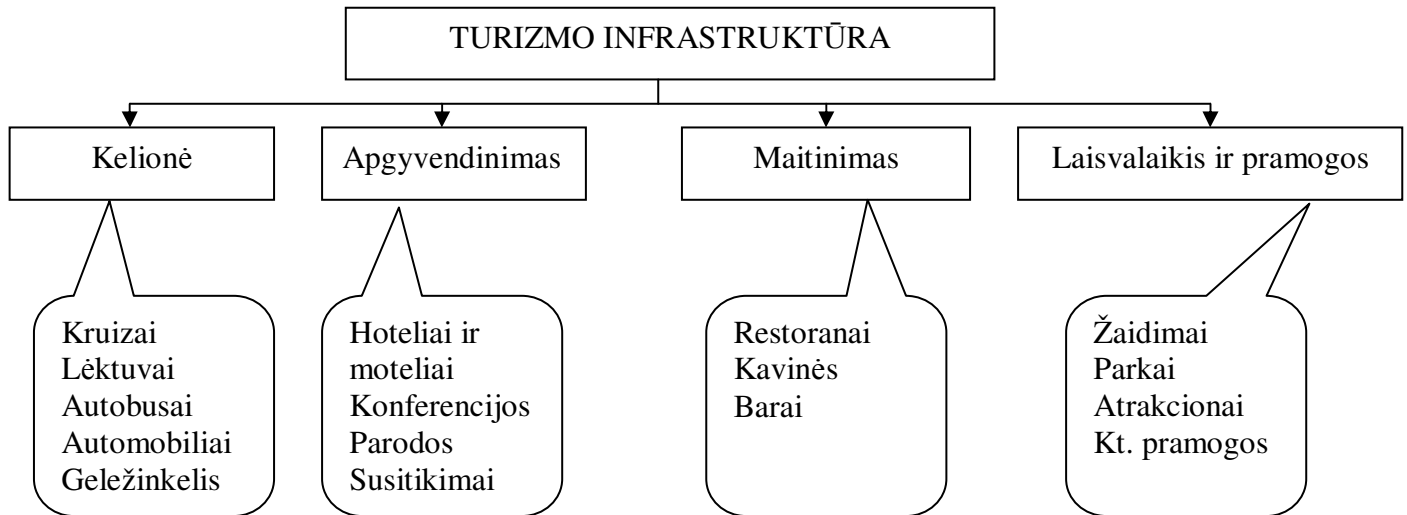
A .С. Кусков ir Ю. А. Джаладян nagrinėja kitokius turizmo infrastruktūros modelius<sup>32</sup> (1.2.2 Pav. ir 1.2.3 Pav.)



1.2.2 Pav. Turizmo infrastruktūra (II)

<sup>31</sup> B. A. Квартальнов. Теория и практика туризма. p. 35

<sup>32</sup> А .С. Кусков, Ю. А. Джаладян. Основы туризма., p. 204



1.2.3 Pav. Turizmo infrastruktūra (III)

Iš pateiktų užsienio autorių turizmo infrastruktūros, kurią jie vadina industrija, schemų, matyti, jog daugelis elementų pasikartoja. Kai kurios sudedamosios dalys įvardintos skirtingais pavadinimais, tačiau esmė išlieka nepakitusi. Be to, kai kurios dalys susilieja į vieną atšaką, kitos išskirtos kaip vertos didesnio dėmesio. Trumpai tariant, turizmo infrastruktūra charakterizuojama kiekvienos atšakos technologine – ekonomine specifika<sup>33</sup>, kuri įgalina jas apjungti į vieną sferą.

Dominuojančios turizmo infrastruktūros paslaugų sritys akivaizdžiai yra – apgyvendinimas, maitinimas, ir pramogų organizavimas. Įdomu palyginti užsienio autorių ir A. Damulienės pateiktą turizmo infrastruktūros modelį<sup>34</sup> (1 Priedas). Mano manymu, pagrindinis A. Damulienės turizmo infrastruktūros schemas išskirtinumas tas, kad ji struktūrizuotai pateikia visus infrastruktūros elementus akcentuodama, jog pirmines ir antrines turizmo paslaugas teikiančios įmonės yra susietos ir su vietovės bendrąja (ne turizmo) infrastruktūra.

Taigi, atskiri turizmo industrijos arba infrastruktūros elementai tiesioginiais ryšiais tarpusavyje susiję ir vienas kitą įtakoja. Infrastruktūra apskritai yra reikšminga turizmo sistemos jungiamoji dalis. Tačiau jei yra turizmo sistema, ir yra turizmo produktas, aptarnaujančių paslaugų tinklas, dar nereiškia, kad galima pradėti turizmo verslą. Bet koks verslas negali egzistuoti be vartotojų, t.y. to elemento, kuris ir sukurią rinkoje paklausą.

<sup>33</sup> А.С. Кусков, Ю. А. Джаладян. Основы туризма., р. 208

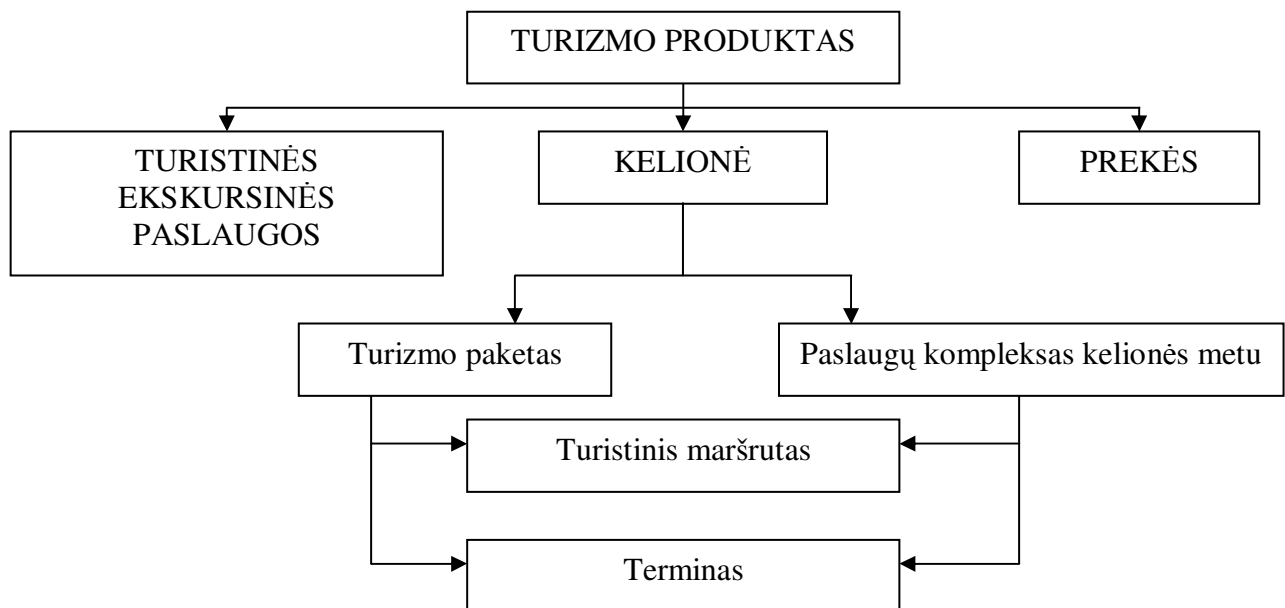
<sup>34</sup> A. Damulienė. Tourism infrastructure in Lithuania. Theoretical and practical aspects. p. 81

### 1.3 Turizmo produkto esmė, lygiai ir savybės

Vertinant turizmą sisteminiu požiūriu, tampa akivaizdu, kad jis veikia kaip ekonominė sistema, kuriai būdingi tamprūs atskirų sistemos elementų tarpusavio ryšiai, ir ryšiai, atsirandantys sąveikaujant turizmo sistemai su kitomis šalies ūkio sistemomis.

Apibūdinti turizmo produktą yra gana sudėtinga, nes paprastai šia sąvoka apibrėžiama konkrečių, apčiuopiamų daiktų ar abstrakčių dalykų esmė ir kokybė.

Viena vertus, „turizmo produktas – tai prekių ir paslaugų visuma, tenkinanti turisto poreikius kelionės metu“<sup>35</sup>. Iš kitos pusės, „turizmo produktas – tai marketingo komplekso elementas, apimantis sprendimus ir veiksmus, susijusius su pradžios objekto kūrimu bei keitimu“<sup>36</sup>. Kiti autoriai (С. Кусков, Ю. А. Джаладян, В. А. Квартальнов) rašo, kad turizmo produktas – tai visuma neapčiuopiamų (poreikiai) ir beformių (paslaugos) vartotojų verčių, kurios yra būtinos, norint patenkinti turistų rekreacinius poreikius, ir kurie atsiranda turistinės kelionės metu, t.y. pati kelionė juos sukuria.<sup>37</sup> Trumpai tariant, turizmo produktą sudaro trys pagrindiniai elementai : *kelionė, papildančiosios turistinės ekskursinės paslaugos, prekės*. Kelionė – tai pirmas turizmo produkto elementas, pateikiamas turistui kaip tikslas, turizmo įmonės veiklos rezultatas išreikštas konkrečiu maršrutu ir laiko atžvilgiu (1.3.1 pav.)



1.3.1 Pav. Turizmo produkto struktūra

Šaltinis : С. Кусков, Ю. А. Джаладян. Основы туризма., p. 329

<sup>35</sup> P. Grecevičius ir kiti, Turizmas, p. 29

<sup>36</sup> I. Vainienė. Kaimo turizmo organizavimas. Vilnius, 2001, p. 268

<sup>37</sup> С. Кусков, Ю. А. Джаладян. Основы туризма., p. 320 ir В. А. Квартальнов. Теория и практика туризма. p. 47

Viena vertus, pastebėtina, jog turizmo produkto struktūra dažniausiai vertinama iš jo gamintojų pozicijų. Tačiau mažai dėmesio struktūrizuojant turizmo produktą skiriama vartotojams. Juk būtent nuo vartotojų elgsenos priklauso turizmo produkto egzistencija turizmo rinkoje. Todėl turizmo produkto struktūra galima ir atsižvelgiant į vartotojus. Vartotojų suvokimu turizmo produkto struktūrą sudaryta iš dviejų dalių: *produkto pagrindo*, t.y. jo funkcinės savybės ir charakteristikos, ir *firminio produkto apvalkalo*, kurią apsprendžia estetiškas kokybės lygis, komfortabilumo lygmuo, prekinis ženklas, įvaizdis ir garantijos.<sup>38</sup>

Tuo tarpu A. П. Дурович skiria tokius turizmo produkto sudedamuosius elementus:

1. Gamtiniai resursai (klimatas, vanduo, gamtovaizdis, etc.), istoriniai, kultūriniai, architektūriniai objektai, kurie traukia turistus.
2. Aptarnavimas (įranga) – maitinimas, apgyvendinimas, pramogos, t.y. paslaugos, kurios kaip tokios nepritraukia turistų, bet kaip turizmo produkto sudedamoji dalis yra labai svarbi.
3. Transportavimo (-si) galimybės, kurios priklauso nuo transporto sistemos pažangos. Šis aspektas vertintinas labiau dėl finansinio prieinamumo, o ne dėl to, kuria priemone bus pasiektas kelionės tikslas<sup>39</sup>

Turizmo produktas – tai bet kokia turistų apmokėta paslauga, tenkinanti jų poreikius kelionės metu, todėl jį galima suvokti kaip pagrindinių ir papildomų paslaugų visumą. Trumpai sakant, tai kompleksinis aptarnavimas, kuris apibrėžiamas kaip standartinis paslaugų rinkinys, pateikiamas turistams kaip vienas paketas. Analogiškai prekėms, kurios turi apčiuopiamą ir materialią išvaizdą, turizmo produkte skiriami trys lygiai (1.3.1 Lentelė):

► *Produktas pagal sumanymą*, t.y. mintis ar pasiryžimas išspręsti tam tikrą problemą, siekiant patenkinti konkretų poreikį;

► *Produktas realiam įvykdyme*, apibrėžiamas tam tikromis savybėmis, kurios leidžia patenkinti turisto poreikius;

► *Produktas su palaikymu*, deklaruoja papildomas paslaugas, padedančias formuoti ir palaikyti draugiškus santykius su klientais.<sup>40</sup>

<sup>38</sup> А.С. Кусков, Ю. А. Джаладян. Основы туризма., р. 329-330

<sup>39</sup> А. П. Дурович. Маркетинг в туризме. р. 149

<sup>40</sup> А. П. Дурович. Маркетинг в туризме. р. 151

## Turizmo produkto lygiai

Turizmo produkto lygis	Charakteristika	Požymiai
<b>Produktas pagal sumanymą</b>	Turizmo produkto turinys	◆ Nauda
<b>Produktas realiame įvykdyme</b>	Turizmo produkto savybės	◆ Komfortas ◆ Prestižas ◆ Ekonomiškumas ◆ Saugumas ◆ Kokybės lygis ◆ Įspūdžiai
<b>Produktas su palaikymu</b>	Turizmo produkto papildomos savybės	◆ Informacija ◆ Klientų konsultavimas ◆ Klientų aptarnavimo greitis ◆ Klientų aptarnavimo kokybė

Šaltinis : А. П. Дурович. Маркетинг в туризме. p. 150

Turizmo produkto vieningos apibrėžties nustatymo sudėtingumą lemia platus turizmo fenomeno suvokimas ir jo aprėpiamos bei įtakojamos sritys. P. Grecevičius teigia, kad išsamiausią klasifikaciją yra pateikusi Pasaulinė turizmo organizacija, kurioje išskiriami visi galimi turizmo ištekliai:

- Gamtos turtai;
- Energetiniai turtai;
- „žmogiškasis faktorius“ (demografiniai duomenys, gyvenimo sąlygos, gyventojų palankumas turizmo paslaugoms);
- instituciniai, politiniai, juridiniai ir administraciniai aspektai;
- socialiniai aspektai (šalies socialinė struktūra, gyventojų dalyvavimas šalies valdyme, darbo ir poilsio laiko santykis, švietimo, sveikatos lygis, poilsio tradicijos);
- poilsio srities specifinė struktūra (paslaugos, turizmas, įranga);
- ekonominė bei finansinė veikla.<sup>41</sup>

Iš vienos pusės, turizmo produkto sąvokos sudėtingumas leidžia daryti prielaidą, kad šis produktas geriau deklaruojamas kaip paslauga ar idėja, kuri skirta patenkinti vartotojų poreikius. Jei paslaugas pavadinsime produktu ir atvirkščiai, ar sumažės apibrėžimo problematiškumas. Bet svarbu atsižvelgti į tai, kad paslaugų skirtingumą nuo apčiuopiamų ir materialių produktų lemia kitokios savybės. Paslauga vienu metu yra ir veikla, ir rezultatas.

Paslaugos esmė nusakoma greičiau kaip veiklos rezultatas ar procesas, kada „[...] teikiant paslaugą vyksta asmenų sąveika ir vartotojas įgauna laikiną patyrimą“<sup>42</sup>. Paslaugos esmė atsiskleidžia nagrinėjant jos tikslą arba, kitaip tariant, paskirtį. Esti dvi paslaugos paskirtys. Pirmoji

<sup>41</sup> P. Grecevičius ir kiti, Turizmas, p. 197-198

<sup>42</sup> R. Bagdonienė, R. Hopenienė. Paslaugų marketingas ir vadyba. 2004, p. 45-46

– tai, kada paslauga traktuojama kaip pagalba vartotojui. Turizmo atveju tokia pagalba gali būti viešbučio kambarių rezervavimas, transporto bilietų užsakymas, kelionės maršruto parinkimas ir pan. Antroji, šiai temai neaktuali paslaugos funkcija – tai vartojimo prekių taisymas. Galima daryti išvadą, kad turizmas kaip paslauga apibrėžiamas kaip procesas, kurio metu ir galutiniame rezultate vartotojui padedama pailsėti.

Turizmas, kaip ir bet kuri kita paslauga, turi jam būdingas savybes. Savaime aišku, jog turizmas kaip toks yra neapčiuopiamas. Klientai negali paslaugos stebėti, išbandyti, ragauti, pajauti, iširti jos kokybės tol, kol ji nevartojama. Todėl turizmo marketingo specialistai pasitelkia įvairias materialines priemones, kurios vartotojui padėtų geriau įsivaizduoti pačią paslaugą. Turizmo paslaugų apčiuopiamumo pavyzdžiai – vaizdajuostės su kraštovaizdžiais, pramogomis, įvairūs lankstinukai, skrajutės, kurie vartotojui vizualiai leistų įsivaizduoti būsimą kelionę ir galimus patyrimus.

Antra turizmo paslaugos savybė – nevienalytiškumas (heterogeniškumas). Logiška, kad identiškų paslaugų nebūna, tai „sąlygoja skirtingi paslaugų deriniai, teikimo formos, terminai, nauda vartotojui ir kainų skirtumai“<sup>43</sup>. Kitais žodžiais sakant, identiškos kelionės yra neįmanomos. Pavyzdžiui, turistinė – pažintinė kelionė į Prancūziją visiškai skirsis nuo antrąkart vykstant į Prancūzijos pajūrio kurortą.

Turizmo paslaugai ypač būdinga nepatvarumo savybė, kuri reiškia, kad paslauga egzistuoja tuomet, kai yra vartojama. Be abejonės, turizmo paslaugos procesas neišivaizduojamas be vartotojo tiesioginio dalyvavimo tame vyksme. Šį reiškinį galima apibūdinti kaip turizmo paslaugos vienalaikiškumą, nes paslauga ir teikiama, ir vartojama tuo pačiu metu. Taip yra todėl, kad teikiant daugumą paslaugų keičiasi vartotojo fizinės ir intelektualinės savybės. Tai iliustruojant per turizmo paslaugos prizmę būtų pažintinė kultūrinė kelionė, kurios metu turistas-vartotojas susipažįsta su kitomis kultūromis, jų istorija, papročiais, tradicijomis. Vartotojas tokiu būdu praturtina savo žinias, be to, atgauna fizines jėgas. Vadovaujantis šiuo požiūriu galimos įvairios turizmo paslaugų kombinacijos su vartotojų gaunamais fiziniais, dvasiniais ar intelektualiniais patyrimais.

Paslaugos neišsaugomumas reiškia, kad jos negalima saugoti ir kaupti, norint ateityje parduoti. Jei paslaugos paklausa yra pastovi, tai ši ypatybė nėra ydinga, kitu atveju, jei paslaugos paklausa yra svyruojanti. Tai sukelia nemažai problemų tos paslaugos tiekėjams, nes vartotojai nesijaučia patenkinti laiku negavę reikiamos paslaugos.

---

<sup>43</sup> L. Bagdonienė, R. Hopenienė, p. 52

Turistinės veiklos specifiškumą didžiaja dalimi nulemia pats produktas, kuris neturi materialaus ir standartizuoto pagrindo. Turizmo įmonių siūlomų paslaugų kokybės negalima nuspėti ir garantuoti, nes paslaugos teikimo rezultatas priklauso ne nuo vieno žmogaus. Reikia nepamiršti pačio paslaugos organizavimo proceso, kuris sutampa su vartojimo procesu. Turizmo paslauga yra nemateriali, todėl jos neįmanoma išbandyti prieš vartojimą, pakeisti ar gražinti. Be to šios paslaugos atliekamos negrįžtamai. Pavyzdžiui, jei konkrečiai datai yra paruoštos vietos lėktuve, traukinyje, autobuse negali būti pasiūlytos iš naujo, jei nebuvo nupirktos.

Reziumuojant - sąvoka *turizmo paslauga* traktuojama kaip fizinių ir juridinių asmenų veikla, kuria tenkinami turistų kelionės organizavimo, apgyvendinimo, maitinimo, vežimo, informacijos, pramogų ir kiti poreikiai<sup>44</sup>.

Darytina išvada, kad turizmo produktas ir turizmo paslauga sutapatinami ir tampa turizmo veiklos rezultatu, nors produktas ir paslauga skiriasi daugeliu aspektų, bet jiems abiemis būdinga priklausomybė nuo tam tikrų sąlygų, kaip antai: turimi ištekliai (gamtiniai, kultūriniai, ekonominiai, etc.), aptarnaujantis personalas (kvalifikacija, siekiant kokybės patenkinti turistų poreikius), sezoniškumo (esant sezonui įmanomos vienokios ar kitokios paslaugos ir produktai, ne sezono metu jie skiriasi), nuo turizmo rūšies ir pobūdžio, laiko ir erdvės. Tačiau kaip ir bet kuriam produktui ar paslaugai, turizmui būdingas paslaugos / produkto gyvavimo ciklas. Pereinant visas gyvavimo ciklo stadijas turi būti patenkinti turistų poreikiai. Paslaugos / produkto gyvavimo ciklo nagrinėjimas padeda optimizuoti rinkai teikiamų turizmo paslaugų (produktų) struktūrą<sup>45</sup>. Turizmo srities mokslininkai nurodo panašius paslaugos/produkto gyvavimo ciklo etapus. P. Grecevičius šį ciklą įvardina kaip *paslaugos gyvavimo ciklą*<sup>46</sup>, ir išskiria 5 epizodus, su P. Grecevičiumi solidarizuojasi I. Vainienė, kuri grafiškai irgi išskiria 5 ciklo etapus, tačiau nesureikšmina pirmojo – kūrimo stadijos<sup>47</sup>, o A. П. Дурович siūlo 4 etapus, ir vadina *produkto gyvavimo ciklu*<sup>48</sup>, kuriam pritaria ir A. С. Кусков, Ю. А. Джаладян<sup>49</sup>.

---

<sup>44</sup> Turizmo ir rekreacijos schemų ir planų (projektų) rengimo taisyklės, 2004

<sup>45</sup> P. Grecevičius ir kiti, Turizmas, p. 201

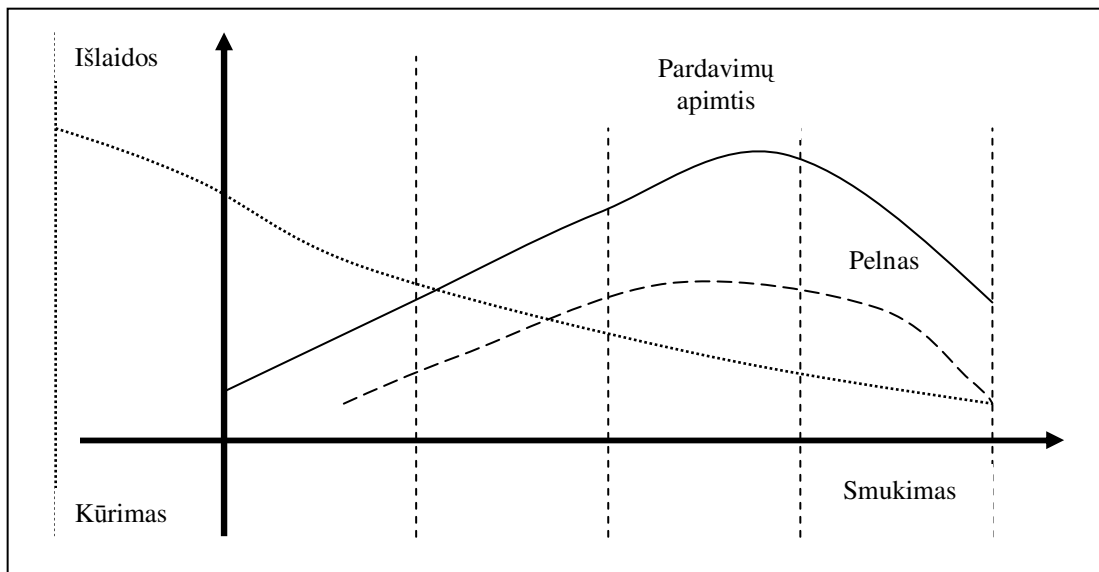
<sup>46</sup> P. Grecevičius ir kiti, Turizmas, p. 201

<sup>47</sup> I. Vainienė. Kaimo turizmo organizavimas. p. 271

<sup>48</sup> А. П. Дурович. Маркетинг в туризме. p. 157

<sup>49</sup> А. С. Кусков, Ю. А. Джаладян. Основы туризма., p. 325





1.3.2 Pav. Turizmo paslaugos / produkto gyvavimo ciklas

Turizmo paslauga / produktas pereina visus gyvavimo ciklo etapus turizmo rinkoje, ir šis judėjimas charakterizuojamas pardavimų apimties bei pelno svyravimais.

*Pirmasis etapas*, pagal P. Grecevičių, **paruošimas** - kai įmonė įgyvendina naują idėją. Paslauga aprašoma, apskaičiuojama jos savikaina ir numatomi visuomenės bei turizmo profesionalų informavimo būdai. Šiuo laikotarpiu pardavimų apimtys lygios nuliui, o paruošimo išlaidos didelės. Mano manymu, šiai stadijai būtų galima priskirti ir esamo paslaugos / produkto patobulinimus ir pateikimą kaip naujo produkto.

*Įvedimo stadija* skaitosi tuomet, kai produktas pirmąkart pristatomas vartotojiškai auditorijai, o sukurta infrastruktūra dar tik adaptavimosi prie rinkos svyravimų stadijoje<sup>50</sup>. Tačiau pardavimai nors ir nežymiai tačiau jaučiamas padidėjimas. Pelno paprastai dar nesitikima, nes daug lėšų skiriama paslaugos / produkto rėmimui. Norint, kad paslauga / produktas pereitų į sekantį augimo etapą, būtina, kad susiformuotų klientų šios paslaugos vartotojiškiems įpročiams. Be to šiuo laikotarpiu konkurencija jaučiama menkai – pagrindinis įmonės pranašumas. Paslaugos / produkto įvedimo į rinką etapo laikotarpis priklauso nuo kokybės, jo paklausos tarp vartotojų, teisingai pasirinktos marketingo strategijos ir nuo nuoseklaus įgyvendinimo<sup>51</sup>.

*Augimo etapui* būdingas staigus pardavimų augimo šuolis ir apčiuopiamo pelno gavimas. Tiesa, išlaidos marketingui vis dar lieka pakankamai didelės. Šiuo laikotarpiu paslauga / produktas jau yra žinomi rinkoje, potencialių klientų daugėja. Žinodama situaciją rinkoje, turizmo įmonė nukreipia

<sup>50</sup> А.С. Кусков, Ю. А. Джаладян. Основы туризма., р. 325

<sup>51</sup> А. П. Дурович. Маркетинг в туризме. р. 157

savo marketingo priemones į tikslinę rinką<sup>52</sup>. Be to šioje stadijoje daug kas priklauso nuo konkurencijos lygio tarp įmonių. Išskirtinumo bruožu tampa įmonių paslaugos / produktai, kurie anksčiau už konkurentų buvo pradėti plėtoti. Kita vertus, A. П. Дурович pastebi, kad šis aspektas, konkurentams tampa stimulu tobulinti savo paslaugas / produktus, kad pasivytų rinkos lyderius<sup>53</sup>.

Taip pat šiuo periodu turizmo įmonės bando išplėsti rinką ieškodami naujų rinkos segmentų, kuriems pateiktų savo naują paslaugą / produktą. To pasekoje sulaukiamas didesnis pelnas ir nauja klientūra. Akivaizdu, kad augimo stadija yra palankiausia visoms turizmo įmonėms, o kad ji tęstųsi kuo ilgiau, reikia dėti dideles marketingo pastangas.

**Brandos stadija** pasižymi stabilizacija tiek pardavimų augimo atveju, tiek pelno gavimo aspektu.

Tai galima paaiškinti tokiomis priežastimis :

- Klientų poreikių pasikeitimas
- Naujų paslaugų / produktų atėjimas į rinką
- Konkurencijos paaštrėjimas
- Paslauga / produktas gali tapti įmonei nerentabilus, t.y. gali atsirasti naujos perspektyvesnės sritys, į kurias galėtų investuoti įmonė

Daugelis autorių šiame etape pastebi „ištikimybės fenomeną“, kuris pasireiškia, kaip klientų noras dar kartą išbandyti pasiūlytą paslaugą / produktą, pavyzdžiui, aplankyti dar kartą konkrečią šalį. Be to, šiuo momentu įmonės pasiekia maksimalų galimą pelną, ir jei produktas nėra atnaujinamas ar tobulinamas, tai pereinama į smukimo etapą.

**Smukimo stadija** pasireiškia pardavimų skaičiaus ir pelno sumažėjimu. Vadinasi, turizmo rinka perpildyta siūlomomis panašiomis paslaugomis ir produktais, yra atsiradusių naujų ir tobulesnių pasirinkimo variantų. Galimas atvejis, kad šias paslaugas / produktus vartoja tik patys konservatyviausi klientai. Tiesa, poreikis jiems mažėja. А .С. Кусков ir Ю. А. Джаладян bei А. П. Дурович manymu, šis etapas gali užsitęsti ne trumpą laiką<sup>54</sup>. To pasekoje net sumažėja konkurencinis spaudimas, kas sąlygoja sumažinti išlaidas marketingo priemonėms, nors pasitaiko atvejų, kai paslaugų / produktų kainos smukimo etape yra pakeliamos. Tinkamiausia išeitis – savalaikis paslaugos / produkto perorientavimas, pritaikant prie pasikeitusių vartotojų poreikių, išaugusios konkurencijos sąlygų.

Jei įmonė nesiima jokių veiksmų ir priemonių, tai paslaugos // produkto teikimas yra nutraukiama. Tokiu būdu baigiasi paslaugos / produkto gyvavimo ciklas.

<sup>52</sup> Р. Grecevičius ir kiti, Turizmas, p. 202

<sup>53</sup> А. П. Дурович. Маркетинг в туризме. p. 158

<sup>54</sup> А .С. Кусков, Ю. А. Джаладян. Основы туризма., p. 326

<sup>31</sup> А. П. Дурович. Маркетинг в туризме. p. 159

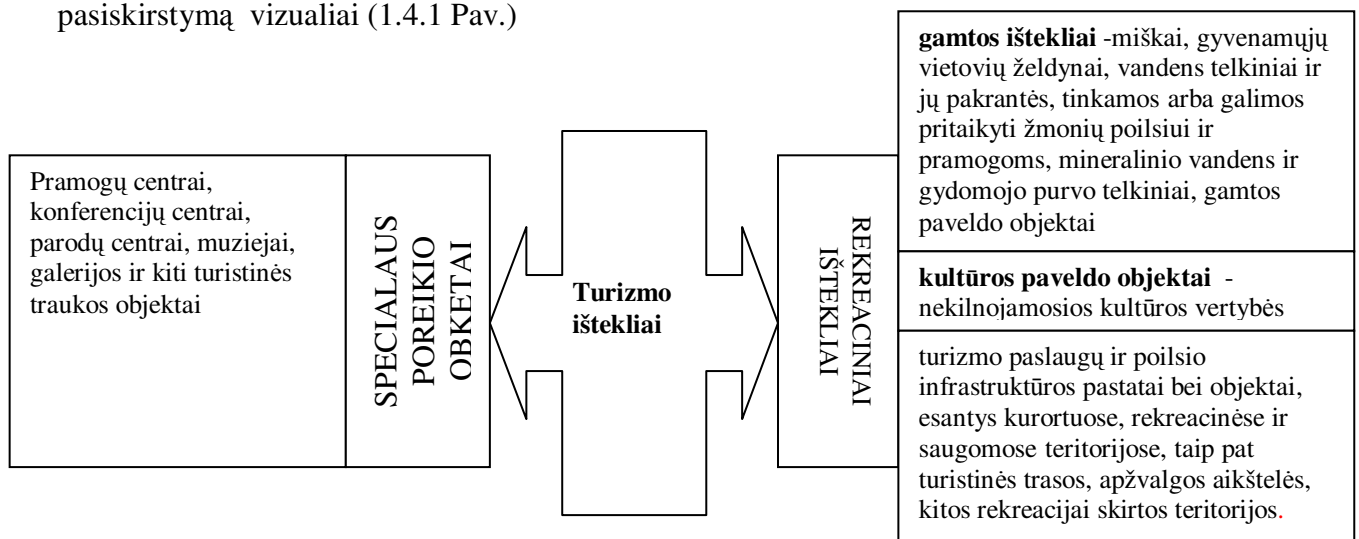
Siekiant sėkmingai išsilaikyti konkurencingoje turizmo rinkoje, turi nuolat stebėti ir analizuoti situaciją joje, atkreipti dėmesį į naujų produktų pasirodžiusių rinkoje struktūrą. Be to yra būtinas „[...] optimalus savo paslaugų / produktų struktūros subalansavimas, kad bendra pajamų apimtis mažai priklausytų nuo kiekvienos paslaugos gyvavimo ciklo“<sup>55</sup>.

## 1.4 Turizmo išteklių esmė ir klasifikacija

Turizmo produkto bei paslaugos neįmanoma sukurti iš nieko, vadinasi turi būti tam tikros sąlygos, norint patekti į turizmo rinką ir patenkinti turistų poreikius. Čia turimas omenyje, tiek turizmo produkto, tiek paslaugos pagrindas – turizmo išteklių, resursai. Tai tokia medžiaga, kurią tinkamai formuojant ir konstruojant, įmanoma pasiekti tikslą – sukurti naują turizmo produktą ar paslaugą.

Sąvoka *Turizmo išteklių* aiškinama įvairiai. Pirmiausia turizmo išteklių – tai atitinkamos teritorijos ar atskirų gamtos, kultūros, socialinės, ūkio bei valdymo paskirties objektų vertybės ir galimybės tenkinti turistų poreikius. Kita vertus, kadangi turizmas yra bene svarbiausia ekonomikos ūkio šaka, turinti įtakos daugeliui sričių, todėl turizmas, kaip verslas yra reglamentuojamas įstatymo. LR 2002 m Turizmo įstatyme, turizmo išteklių apibrėžiami kaip „turistinių interesą turintys objektai ar vietovės“<sup>56</sup>. Rusų autoriai pateikia platesnį terminą – turizmo išteklių – gamtiniai, istoriniai, socialiniai – kultūriniai objektai, įskaitant turistinio pobūdžio (pvz. religiniai, architektūriniai, meno, etc.), o taip pat ir kiti objektai, kurie tenkina dvasinius turistų poreikius, atstato fizines jėgas<sup>57</sup>.

Remiantis LR Turizmo įstatymo nuostatomis, galima sudaryti turizmo išteklių pasiskirstymą vizualiai (1.4.1 Pav.)



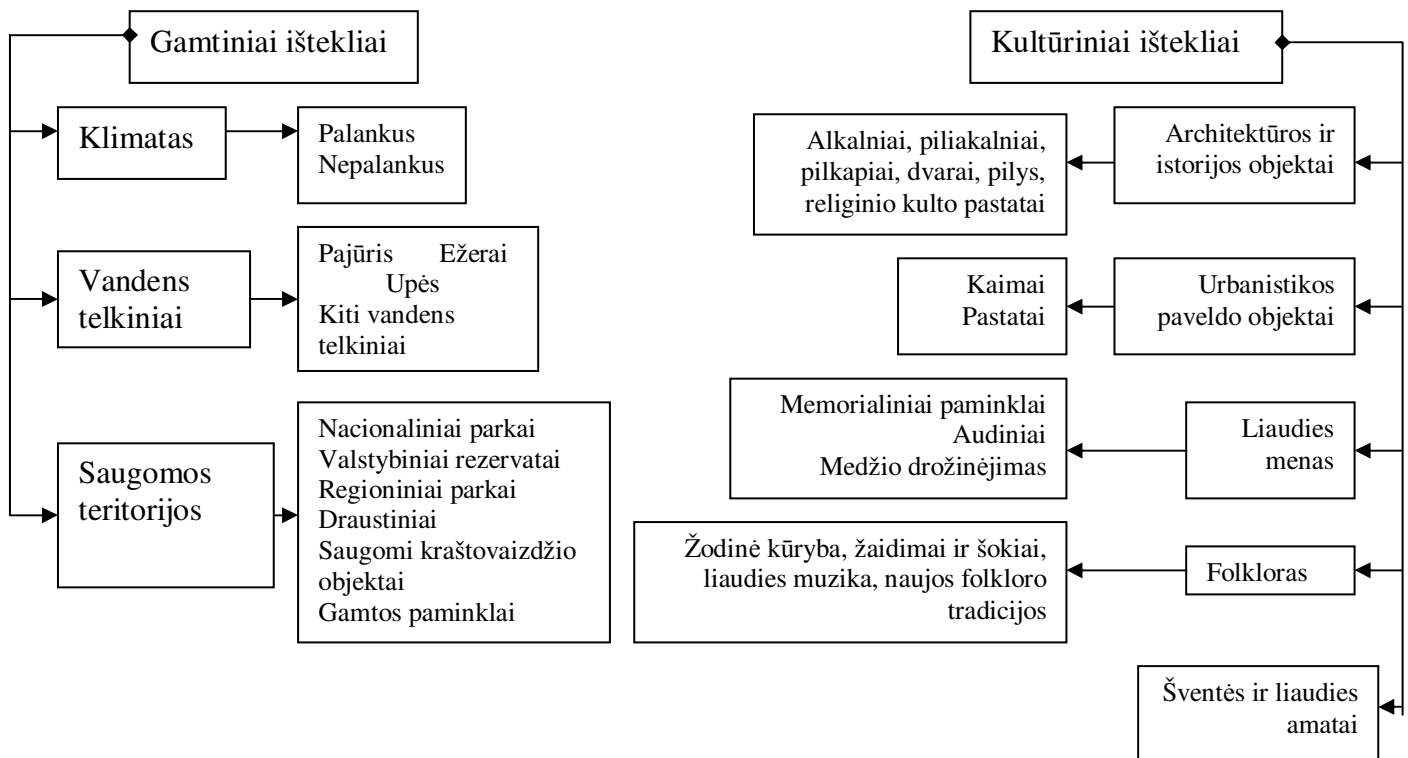
1.4.1 Pav. Turizmo išteklių skirstymas pagal LR Turizmo įstatymą (2002)

<sup>55</sup> P. Grecevičius ir kiti, Turizmas, p. 202

<sup>56</sup> LR Turizmo įstatymas, 2002

<sup>57</sup> А.С. Куслов, Ю. А. Джаладян. Основы туризма., p. 78

Tiesa, tiek gamtiniai, tiek kultūriniai turizmo išteklių, gali būti skaidomi į konkretesnes objektų grupes, priklausomai nuo savybių, charakteristikų, naudojimo paskirties ir kitų veiksnių. Sukonkretintos turizmo išteklių grupės, parodo, kokia gausybė išteklių gali būti panaudota, kuriant turizmo produktus ir teikiant paslaugas. (1.4.2 pav.)



1.4.2 Pav. Gamtos ir kultūros paveldo išteklių rūšys

Šaltinis: sudaryta autorės pagal I. Vainienę. Kaimo turizmo organizavimas. p. 51-74

Įdomus skirtumas klasifikuojant turizmo išteklius išryškėja, palyginus su A .C. Кусков, Ю. А. Джаладян pateikta klasifikacija. Jie išskiria tokias turizmo išteklių grupes: gamtos (klimatas, vandens telkiniai, mineraliniai ir gydomojo purvo šaltiniai, reljefas, urvai, augalijos ir gyvūnijos pasaulis, gamtos paminklai, unikalūs gamtos objektai), kultūros – istorijos (muziejai, parodos, teatrai, archeologiniai, architektūriniai, istoriniai paminklai, etnografinės ypatybės, folkloras, taikomojo meno centrai) ir socialiniai – ekonominiai (teritorijos prieinamumas transporto priemonėmis, transporto tinklas, ekonominė – geografinė padėtis, ekonominio išsivystymo lygis, esamas ir perspektyvus teritorijų valdymas, darbo jėgos resursai ir kt.) objektai<sup>58</sup>. Mano nuomone, tokiai klasifikacijai įtakos turi platesnis (pasauliniu mastu) požiūris į turizmo išteklius, be to jie greičiausiai klasifikuojami, atsižvelgiant į unikalius turistinius regionus, kurie, savaime aišku, labai

<sup>58</sup> А .С. Кусков, Ю. А. Джаладян. Основы туризма., p. 80-81

skirtingi. Žinoma, visas išvardintas turizmo išteklių šakas, galima išskirti dar ir pošakius, tačiau šio magistro darbo tikslas ne toks. Svarbiau pažymėti, kad kiekvienas gamtinis ar kultūrinis resursas turi tam tikrų savybių ir bruožų, kurios pritraukia turistus. Šios charakteristikos patenkina ir atitinkamus vartotojų poreikius. Pagrindinės turizmo išteklių specifikos, kurios atskleidžia jų patrauklumą yra šios: unikalumas, pažintinė vertė, rekreacinė vertė, žinomumas (populiarumas), egzotiškumas, išreikštumas, išsaugomumas<sup>59</sup>.

*Unikalumas* – pats savaime traukia smalsius vartotojus. Tai tokia savybė, kurią galima apibūdinti, tik ją pamačius, palietus ar kaip kitaip susipažinus. Unikalumas gali pasireikšti netikėta forma ar pateikimo sprendimai, spalva, medžiaga, iš kurios padarytas ar susiformavęs objektas.

*Pažintinė vertė* – susieja turizmo resursą su konkrečiu istoriniu įvykiu ar asmenybe, arba yra neatsiejama įžymių žmonių kūrybinės ar mokslinės veiklos įrodymas.

*Rekreacinė vertė* – galimybė išteklių panaudoti vartotojų rekreacijos ar sveikimo poreikiams patenkinimui.

*Žinomumas (populiarumas)* – turizmo išteklių žinomumas turistų tarpe – tai jo patrauklumo ir suteikto įspūdžio rezultatas, bei turistų tarpusavio komunikacijos padarinys.

*Egzotiškumas* – būdinga savybė ne visiems turizmo ištekliams, o tiems, kurie yra kitoje, nei turistų nuolatinė gyvenamoji vieta, šalyje, ir sukurtas kitokių gamtinių sąlygų ar skirtingų kultūrų palikimas.

*Išreikštumas (išraiškingumas)* – turizmo resurso sąveika su supančia aplinka, pvz. įsiliejimas į bendrą vaizdą su pastatais, gamta, įrenginiais ir pan.

*Išsaugomumas* – esama objekto būseną, jo paruošimas turistų „vartojimui“, galimybės restauruoti, atstatyti ir kitaip išsaugoti.

Aptarus turizmo produktą, turizmo paslaugas ir turizmo išteklius, reikia nepamiršti, kad visi šie dalykai egzistuoja tam tikroje terpėje. Apskritai turizmo kaip sistemos ir sudedamųjų dalių sąveikos sudėtingumas yra problematiškas. Dar vienas reiškinys, kuris turi įtakos turizmo produktui, paslaugoms ir ištekliams – turizmo aplinka. To priežastis ta, kad aplinkos kokybė vienas iš turizmą skatinančių veiksnių. Žmonės keliauja, ieškodami jiems neįprastos, patrauklios ir ekologiškos aplinkos. Aplinkos įvairovė ir ypatumai lemia konkrečios vietovės, regiono ar valstybės turizmo ir rekreacijos galimybes ir jų panaudojimą.

P. Greciavičius išskiria 3 svarbesnius veiksnius<sup>60</sup>, kurie tiesiogiai turi įtakos, tai :

- Gamtinė aplinka
- Kultūrinė aplinka

<sup>59</sup> А.С. Кусков, Ю. А. Джаладян. Основы туризма., p.79 -80

<sup>60</sup> P. Grecevičius, ir kt. Turizmas, 2002, p. 60

- Socialinė aplinka

Norint įvertinti aplinkos poveikį turizmo produktui geriausia aplinką suskirstyti į tipus pagal tam tikrus požymius. Bene didžiausią įtaką šiuo atveju turizmui daro *gamtinė aplinka*. Anot P. Grecevičiaus, gamtinė aplinka – tai aplinka, kurioje vyrauja natūralios gamtos elementų visuma: klimatas, atmosfera, vandenys, reljefas, augalija, gyvūnija<sup>61</sup>. Pažymėtina, kad šie elementai turizmo sferoje dažniausiai egzistuoja ne pavieniui, tačiau kaip kompleksai, kurie pritraukia turistus. Socialoginiais tyrimais įrodyta, kad vienas svarbiausių svertų renkantis tinkamiausią aplinkos tipą, yra žmogaus (turisto) gyvenamoji vieta.

Vaizdingas kraštovaizdis, turizmui palankus klimatas ištikus metus, tai ne vieninteliai traukos objektai, ypač jei kalbame apie Lietuvą, kurios teritorija nėra didelė. Tokiu atveju turistinį patrauklumą pagyvina unikali *kultūrinė aplinka*. Pastaroji jau visuomenės veiklos produktas. Kultūrinė aplinka atspindi bendruomenės dvasinių ir materialinių vertybių visumą. Šiam aplinkos tipui priskirtinos visuomenės kūrybinės veiklos apraiškos, kaip antai: tradicijos ir liaudies amatai, meninės kultūros vertybės, mokslų vertybės, urbanistikos paveldas, archeologijos paminklai, - apraiškos, kurios susiformavo per tos visuomenės egzistavimo istoriją.

Pagal P. Grecevičių, greta fizinių aplinkos veiksnių ne mažiau reikšmingi ir socialiniai veiksniai, kurie formuoja atitinkamą socialinę aplinką, kurią sudaro:

- ▶ sociodemografiniai veiksniai
- ▶ sveikatos saugumas
- ▶ aplinkos saugumas
- ▶ subkultūriniai dariniai
- ▶ teisiniai veiksniai ir turto apsauga
- ▶ svetingumas

Reziumuojant, galima teigti, kad turizmo produktas – tai turistinių prekių ir paslaugų, kurie priklausomi nuo turizmo išteklių gausios įvairovės bei nuo aplinkos poveikio, visuma. Turizmo produkto komplektacijos sudedamosios dalys: sudarytos pagal turizmo rūšį ir tikslą (pažintinės, gydymosi tikslais, sporto, etc. Žr. 2 Priedą), įvairių tipų turizmo ir ekskursijų paslaugos (apgyvendinimas, maitinimas, transportas – kitaip infrastruktūra), prekės turistams ir suvenyrai (žemėlapiai, atvirutės, knygos, turizmo inventoriai ir kt.)<sup>62</sup>. Be to, produkto turinį dažniausiai apsprendžia turizmo tipas, kuriam atstovauja produktas, taip pat ir tokie kriterijai kaip turizmo paslaugų pasiūla ir turizmo infrastruktūra.

---

<sup>61</sup> P. Grecevičius ir kt. Turizmas, 2002, p. 60

<sup>62</sup> P. Grecevičius ir kiti, Turizmas, p. 179

## 2. Kuršėnų seniūnijos turizmo išteklių panaudojimo galimybių tyrimas

Visas tyrimas apima 3 etapus, kurie leidžia įgyvendinti 3 ir 4 darbo uždavinius :

1. Kuršėnų seniūnijos turizmo išteklių tyrimas, kuris įgalina generuoti įvairiausių turizmo paslaugų ir produktų idėjas, jas realizuoti, pateikiant rinkai. Remiantis teoriniais aspektais, tyrimo metu išskirtos dvi turizmo išteklių grupės esančios Kuršėnų miestelyje ir apylinkėse – tai gamtiniai ir kultūriniai. Tačiau tai tėra ištekliai, kaip galimos turizmo produkto sudedamosios dalys. Г. Харрис, К. М. Кац<sup>63</sup> prie turizmo resursų priskiria ir visas tas įmones, kurios tiesiogiai ar netiesiogiai yra susijusios su turizmo sfera. Kitaip sakant šie autoriai turizmo infrastruktūrą (apgyvendinimą, maitinimą, susisiekimą, informaciją, pramogas) įvardina turizmo resursais.
2. Anketinė apklausa, kurios metu nustatyti bendrieji respondentų poilsio (turizmo) poreikiai, išsiaiškinta, kiek potencialūs turistai turi informacijos apie Kuršėnų seniūniją (lankytinas vietas, turizmo galimybes). Taip pat nustatyta galima turistų tikslinė rinka (pagal respondentų amžių, lytį, gyvenamą vietą, užimtumą), ištirti populiariausi / lankomiausi Kuršėnų seniūnijos lankytini gamtos ir kultūros paveldo objektai bei konstatuota, kokių informacijos priemonių apie Kuršėnų seniūniją trūksta, kad pritrauktų turistų.
3. Kuršėnų seniūnijos turizmo plėtros galimybių SSGG analizė, leidžia įvertinti vietovės išteklius (rinką).

---

<sup>63</sup> Г. Харрис, К. М. Кац. Стимулирование международного туризма в XXI веке. Москва. 2000. р. 55-68

## 2.1 Tyrimo metodika ir organizavimas

Tyrimą sudaro trys sudėtinės dalys – Kuršėnų seniūnijos turizmo išteklių tyrimas, anketinė apklausa ir Kuršėnų seniūnijos turizmo plėtros SSGG analizė. Kiekviena dalis buvo atliekama atskirai ir skirtingais metodais.

*Kuršėnų seniūnijos turizmo išteklių tyrimas* paremtas *mokslinės literatūros analize* ir *stebėjimu*, kuris buvo vykdomas 2008 m. gruodžio mėnesį, tyrėjai asmeniškai nuvykus apžiūrėti kai kurių iš žinomiausių Kuršėnų lankytinų objektų, apsilankant vietinėse maitinimo įmonėse. *Stebėjimas – paprasčiausias metodas, kuriame tiesiogiai (o kartais ir netiesiogiai) dalyvauja pats tyrėjas, priklausomai nuo tyrimo temos. Šiuo atveju darbo autorė lankėsi Kuršėnų miestelyje, apžiūrėjo keletą lankytinų objektų. Buvo aplankytos kelios miestelio maitinimo įstaigos, susipažinta su siūlomu meniu, atkreiptas dėmesys į aptarnavimo kultūrą ir kvalifikaciją*<sup>64</sup>.

Anketos sudarymas ir apklausa, leido tyrimą pagrįsti statistiniais duomenimis. *Anketinė apklausa – vienas populiariausių socialinių ir elgsenos mokslų duomenų surinkimo būdų. Šiuo metodu surenkama informacija apie respondentų poreikius, nuomones, nuostatas tam tikrais konkrečiais atvejais. Šiam tyrimui pasirinkta standartizuota anketinė apklausa, kurioje pateikti klausimai turizmo tema, su keletu galimų, bet konkrečių atsakymų variantais*<sup>65</sup>. (3 Priedas )

Apklausa buvo vykdoma Šiaulių mieste, 2008 metų liepos-gruodžio mėnesiais. Apklausta atsitiktinai pasirinkti 215 asmenų.

Anketa sudaryta taip, kad atsakinėjančiam nereikėtų ilgai gaišti laiko. Pirmiausia pateikti bendro pobūdžio klausimai, kuriais siekiama išsiaiškinti pačios turizmo sąvokos supratimą bei turistinius respondentų poreikius. Vėliau pateikiami konkretūs klausimai apie Kuršėnų seniūniją, joje esančius lankytinus objektus, informacijos apie Kuršėnus, prieinamumą. Ir galiausiai pateikiami sociologinio ir demografinio pobūdžio klausimai. Anketos anoniminės, kadangi asmeniniai duomenys tyrimui reikšmingos įtakos neturi. Anketa iš viso sudaro 17 įvairių (uždarų ir atvirų) klausimų. Atviri klausimai dažnai buvo pateikiami, kaip galimi atsakymų variantai, ir respondantai galėjo pasirinkti ar atsakyti ar tiesiog pažymėti jam tinkamą atsakymą.

Prieš apdorojant surinktą informaciją, buvo patikrintas anketų užpildymo pilnumas, tikslumas ir aiškumas, kad vėliau nekiltų nesklandumų.

Didžiausius sunkumus atliekant tyrimo rezultatų analizę kėlė respondentų turizmo poreikių ir pomėgių vertinimo sudėtingumas.

---

<sup>64</sup> G. Merkys. Pedagoginio tyrimo metodologijos pagrindai. P. 23 - 24

<sup>65</sup> G. Merkys. Pedagoginio tyrimo metodologijos pagrindai. Šiauliai, 1999, p. 26



*Anketą sudaro 17 klausimų, kuriuos galima suskirstyti į atskiras grupes:*

- ▶ Respondentų bendros nuostatos apie poilsį ir keliones ( anketoje 1-6 klausimai);
- ▶ Informacijos apie Kuršėnus prieinamumo galimybės respondentams (anketoje 7-10 klausimai);
- ▶ Respondentams žinomų ar aplankytų Kuršėnų seniūnijos gamtos ir kultūros paveldo objektų statistiniai duomenys ir šių objektų teigiamas ir neigiamas vertinimas (anketoje 11-13 klausimai);
- ▶ Demografiniai respondentų duomenys (anketoje 14-17 klausimai).

*Aprašomosios statistikos metodas – statistikos mokslo dalis, modeliuojanti empirinius skirstinius grafiku, lentelių bei pavienių skaitmeninių rodiklių forma<sup>66</sup>*

***Tyrimo duomenų apdorojimas kompiuterine programa.***

Tyrimo informacijos apdorojimui buvo naudojamas SPSS (*Statistical Package of the Soacial Science*) programinis paketas. Iš pirminės duomenų bazės sudarytos atsakymų į kiekvieną klausimą pasiskirstymų lentelės. Kiekvienam anketos klausimui pateikiamas atsakymų variantų skaičius ir jų pasiskirstymas procentais. Klausimai, į kuriuos atsakant buvo galima pasirinkti daugiau nei vieną atsakymo variantą, pasiskirstymo procentas apskaičiuotas kiekvienam atsakymo variantui.

Skaičiavimai atlikti tokiais pjūviais:

- visi apklaustieji;
- pagal amžių;
- pagal gyvenamą vietą;
- pagal lytį;
- pagal užimtumą.

Parengta visa eilė lentelių, naudojant kombinuotus grupavimus, siekiant išsiaiškinti atskirų faktorių priklausomybę nuo atitinkamų aplinkybių.

Kuršėnų seniūnijos turizmo plėtros ***SSGG analizė*** - kompleksinis strateginis metodas, kuris padeda apibrėžti strateginės plėtros esamą situaciją ir struktūrizuoti pateikti stipriausias ir silpnąsias įmonės puses, o taip pat numatyti galimybes bei grėsmes<sup>67</sup>. SSGG analizė pasireiškia veiksnių nustatymu, jų atskleidimu, poveikio nustatymu bei panaudojimo plėtrai galimybe, taip pat grėsmių išvengimu ir silpnų pusių mažinimu. Be to, analizės metu svarbu ne tik ištirti ir pažinti šiuos veiksnius, bet ir nustatyti jų reikšmingumą pagal jų poveikį ir reikšmę vietovės vystimuisi ateičiai.

<sup>66</sup> G. Merkys. Pedagoginio tyrimo metodologijos pagrindai. p. 35

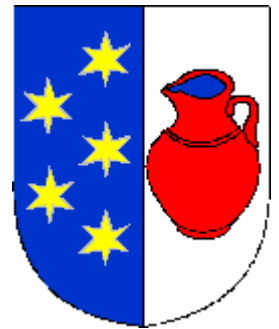
<sup>67</sup> Л. Симкин, С. Дибб. Практическое руководство по сегментированию рынка, 2002

## 2.2 Kuršėnų seniūnijos turizmo išteklių tyrimas

Siekiant išsiaiškinti, tiriamojo arealo turizmo išteklių panaudojimo galimybes, pirmiausia būtina žinoti, kokie konkrečiai turizmo ištekliai yra šioje teritorijoje. Trumpai tariant, Kuršėnų seniūnijos turizmo išteklių inventorizacija, įgalina generuoti įvairiausių turizmo paslaugų ir produktų idėjas, jas realizuoti, pateikiant rinkai. Šiame tyrimo etape apibrėžta Kuršėnų seniūnija teritorija, kad būtų galima aptarti tame areale esančius turizmo resursus. Išsiaiškinta, kuriai – gamtinių ar kultūrinių – turizmo išteklių grupei priklauso Kuršėnų seniūnijoje esantys turizmo ištekliai. Aprašyti Kuršėnų seniūnijos turizmo ištekliai ir ištirti kiti turizmo resursai – apgyvendinimo, maitinimo, susisiekimo, informacijos, pramogų esama situacija Kuršėnuose.

### 2.2.1 Kuršėnų seniūnijos tyrimas teritoriniu aspektu

Kuršėnų kaimiškoji seniūnija yra Šiaulių rajono vakaruose, centras – Kuršėnų miestelis. Kuršėnų vietovė istoriniuose dokumentuose pradedama minėti XVI a., nors politiniame ir ekonominiame Lietuvos gyvenime didesnio vaidmens nevaicino. XIX a. pab., kai buvo nutiestas Liepojos-Romnų geležinkelis, Kuršėnai pradėjo augti – jau XX a. pr. miestelis įgijo administracinio centro statusą<sup>68</sup>.



2.2.1.1 pav. Kuršėnų miesto herbas

Be Kuršėnų dar yra 9 didesnės gyvenvietės: Drašučiai, Micaičiai, Ringuvėnai, Pakumulšiai, Varputėnai, Gergždėliai, Paringuvis, Gedintės ir Romučiai. Žinoma yra daugiau kaimelių ir gyvenviečių, tačiau jos yra mažos (jose gyvena nuo 3 iki 100 gyventojų).

Drašučiai yra už kelių kilometrų į šiaurės rytus nuo Kuršėnų. Čia yra Kuršėnų geležinkelio stotis, jungianti ruožą tarp Šiaulių ir Mažeikių. Drašučiuose gyvena per 1000 gyventojų.

Micaičiai – mažesnis miesteliukas, 3 kilometrai į pietus nuo Kuršėnų. Pro jį eina viena pagrindinių šalies geležinkelio linijų Šiauliai – Klaipėda. Micaičius garsina 1808 m. pastatyta Nukryžiuotojo Jėzaus bažnyčia. Ją pastatė Ketūnų dvaro savininkas J. Poklevskis Kozela. Ši bažnyčia buvo Kuršėnų parapijos filija. Pažymėtina, jog 1901 – 1902 m. kunigas Juozas Tumas –

<sup>68</sup> E. Rimša. Kuršėnų miesto herbas.-Kuršėnai, 2003, p. 33-34

Vaižgantas buvo Micaičių filialistas<sup>69</sup>. Naikinant parapijas 1945 m. buvo uždaryta nemažai bažnytelių, tame tarpe ir Micaičių Nukryžiuotojo Jėzaus. Tačiau 1989 m. ji gražinta tikintiesiems<sup>70</sup>.

Varputėnų kaimas 13 kilometrų nutolęs į pietus nuo Micaičių, šalia kelio Kuršėnai – Užventis. Čia stovi 1787 m. statyta medinė Šv. Antano Paduviečio bažnyčia su XVIII a. Varpine. Jos autoriumi laikomas Matas Jelenskis. Ji buvo Kelmės, vėliau Šaukėnų parapijos filija. Architektūra paprasta: bažnyčia stačiakampio plano, bebokštė, su šonine zakristija. Įrengti 3 altoriai<sup>71</sup>.

Ringuvėnai, Pakumulšiai, Gergždeliai, Paringuvis, Gedintės, Romučiai maži kaimeliai, kurie neturi turistinės traukos objektų.

Kuršėnai – Kuršėnų kaimiškosios seniūnijos centras. 25 kilometrai į vakarus nuo Šiaulių. Tai didžiausias Lietuvos miestas, kuris nėra savivaldybės centras, nes miestas turi Kuršėnų seniūnijos statusą. Kuršėnai įsikūrę abipus Ventos, prie Šiaulių – Palangos kelio. Pietiniu miesto pakraščiu eina 2 geležinkelio linijos: Šiauliai – Mažeikiai ir Šiauliai – Kretinga. Tai vienas iš nedaugelio Lietuvos miestų, kuriame yra dvi geležinkelio stotys.

Pirmosios rašytinės žinios apie Kuršėnus siekia XVI a. Istorikas J. Sprogis, naudodamasis Raseinių žemės teismo aktais, nurodo Kuršėnų valsčių, dvarą, miestelį su bažnyčia<sup>72</sup>. Miesto teises Kuršėnai gavo 1947 m., iki 1962 m. buvo apskrities, rajono centras.

## 2.2.2 Kuršėnų seniūnijos gamtinių turizmo išteklių tyrimas

### **Gamtos paminklai:**

***Martyno akmuo*** yra ties rajono riba, kairėje kelio Kuršėnai – Ramučiai pusėje. Priskiriama Kuršėnų miškų urėdijos Šaukėnų girininkijos teritorijai (Skaistgirio miškas). Patenka į Šilkalnių valstybinį geomorfologinį draustinį<sup>73</sup>. Tai didžiulis pilkas granito riedulys, savo forma primenantis agurką. Jo ilgis – 6,5 m, plotis apie ~2-3 m, aukštis virš žemės – 1,3 m.

***Laumės akmuo*** yra apie 2 kilometrus nuo kelio Kuršėnai – Ramučiai. Priskiriama Kuršėnų miškų urėdijos Šaukėnų girininkijos teritorijai (Varputėnų miškas). Patenka į Varputėnų valstybinį geomorfologinį draustinį. (Valstybės saugomų gamtos paveldo objektų sąrašas, 2005). Tai rausvas, stambiagrūdis biotitinio granito riedulys, kurio ilgis – 4,31 m, plotis – 4,24 m, aukštis virš žemės ~0,5 m. Turi istorinę mitologinę vertę.

<sup>69</sup> Kuršėnų kaimiškoji seniūnija. Laisvoji enciklopedija Vikipedija

<sup>70</sup> Bucevičiūtė J. Parapijų raidos tendencijos Telškių vyskupijoje po II pasaulinio karo

<sup>71</sup> Kuršėnų kaimiškoji seniūnija. Laisvoji enciklopedija Vikipedija

<sup>72</sup> [www.kursenai.lt](http://www.kursenai.lt)

<sup>73</sup> Valstybės saugomų gamtos paveldo objektų sąrašas, 2005

### **Piliakalniai:**

**Rekčių piliakalnis**, dar vadinamas Vinavos kalnu. Piliakalnis (Vinavos Kalnas) įrengtas aukštumos kyšulyje, Ventos dešiniajame krante, santakoje su bevardžiu upeliu. Aikštelė beveik apvali, 7 m ilgio Š-P kryptimi ir 6 m pločio, iš visų pusių apjuosta pylimu, kuris Š pusėje yra 2 m aukščio, 22 m pločio, P-atitinkamai 1 ir 14 m, šonuose - 0,5 ir 4 m. Išorinėje Š pylimo pusėje, 4 m žemiau aikštelės iškasta 25 m ilgio, 13 m pločio, trikampio formos terasa. Šlaitai statūs, 8-12 m aukščio. Šiauriniame pylimo viršuje įrengiant šokių



2.2.2.1 pav. Rekčių piliakalnis

aikštelę jis nuskleistas, žemėmis užverstas Šiaurinio griovio galas. 1995 m. sutvirtintas erodavęs ŠR šlaitas. Piliakalnis dirvonuoja, pylimo papėdėje auga liepa ir keli ąžuolai. Į ŠR nuo piliakalnio, 0,7 ha plote yra papėdės gyvenvietė. Piliakalnis datuojamas I tūkst. viduriu – XIV a.<sup>74</sup>

**Romučių piliakalnis** yra apie 750 m į pietvakarius nuo kelio Kuršėnai – Mažeikiai, Ventos santakoje su Upiuko (Srauto) upeliu. Šlaitai itin statūs apie 8-9 m, aikštelė ovalo formos 35 m ilgio ir 20 m pločio. Į šiaurės vakarus nuo piliakalnio buvusi senovės gyvenvietė<sup>75</sup>.

**Šilėnų piliakalnis**, dar vadinamas Aukštaisiais Šilėnais, yra apie 950 m nuo tilto per Ventą kelyje Kuršėnai-Raudėnai, masyvioje kalvoje, apsuptoje Ventos slėnio. Iš tos pusės piliakalnio šlaitų aukštis siekia 11-12 m.<sup>76</sup>

### **Mitologinės vietovės**

**Gaidpilės kalnas** stovi 400 m į šiaurės vakarus nuo Kirklių-Paežerių kelio. Iki II pasaulinio karo kalvoje prie didelio beržo stovėjo kryžius. Kultūrinė vertė – istorinė, mitologinė. Padavimai byloja, jog ant kalno buvusi bažnyčia, ir kad čia vaidendavosi. Padavime apie kalno vardą pasakojama, jog čia gyvenęs ponas, kuris labai mylėjo gaidį. Tas gaidys gyvenęs 20 metų, o kai pastipo, ponas liepė toje vietoje, kur gaidį palaidojo, kalnelį supilti. Supylus kalnelį, jis gavo Gaidpilės vardą<sup>77</sup>.

<sup>74</sup>EPD`2007 metų visuomenei pristatomi objektai Šiaulių apskrityje

<sup>75</sup> B. Salatkienė. Kuršėnų krašto archeologijos paminklų ir jų tyrinėjimų apžvalga.- Kuršėnai, 2003, p.20

<sup>76</sup> B. Salatkienė, p.20

<sup>77</sup> M. Grabažienė, S. Tauterienė. Kuršėnų miesto ir Kuršėnų kaimiškosios seniūnijos kultūros vertybių sąrašas.- Kuršėnai, 2003, p. 486

*Šilkalnio akmuo ( Martyno akmuo )*. Akmens viršuje yra iškalta žmogaus pėda, o žmonės pasakoja, kad šį akmenį velnias nešęs ant bažnyčios užmesti, bet pragydo gaidžiai ir velnias supykęs sviedė akmenį ant miško. Dar pasakojama, kad „Martyno akmuo“ esąs ant žemės sklypo, kadaise priklausiusio baudžiauninkui Martynui, kurį ponas mirtinai užplakęs prie šio akmens<sup>78</sup>.

*Jurkuvėnų akmuo ( Laumės akmuo )* Padavimuose pasakojama, kad čia gyvenusį turtingą dvarininkę našlę ir jai tarnavo laumės. Viena laumė buvo labai pavydi, nes sužinojo, jog pas šeimininkę atvažiuoja piršliai. Dvarininkė liepusi laumėms, kad šios palieptų velniams per naktį supilti smėlio pylimą, kad per pelkes prie dvaro lengviau vežimams būtų privažiuoti. O toji pavyduolė laumė prisakė velniams ant pylimo akmenį užristi, kad piršliai dvaro neprivažiuotų. Bet nešė velnias akmenį ir gaidžiai pragydo, tai pametė tą akmenį velnias miške. Laumė iš sielvarto mirė ant to akmens<sup>79</sup>.

### 2.2.3 Kuršėnų seniūnijos kultūros paveldo turizmo išteklių tyrimas

#### Dvarai ir parkai:



*Varputėnų dvaras ir parkas.* 1 kilometras nuo kelio Kuršėnai – Varputėnai. Dvaras žinomas nuo XVI a. (paminėtas 1590 m. Beržėnų valsčiaus, kuriam jis tada priklausė, aktuose). 1778 m. jį nupirko dvarininkai Jelenskiiai. 1860 m. Jelenskaitė ištekėjo už M. Burbos, kuris Varputėnuose pastatė puošnius dviejų aukštų rūmus su bokštu. Dvarui priklausė apie 3000 ha žemės, čia buvo didelis žirgynas.

#### 2.2.3.1 Pav. Varputėnų dvaras (I)

Jie rūpinosi parku, rengė gegužines, vaikštynes, plaukymus valtėmis. Tais laikais parkas buvo gerai prižiūrimas. Tvenkinius jungė takai, čia buvo salelės, tilteliai, apžvalgos aikštelės. Netoli rūmų stovėjo didelis baublys. Per parką čiurleno į Ventą įtekantis Kesaučio upelis. Nepriklausomos Lietuvos metais parkas garsėjo svirnu, kuris pastatytas nenaudojant pjūklo – mediena buvo apdirbta tik kirviu.

<sup>78</sup> M. Grabažienė, S. Tauterienė, p. 486

<sup>79</sup> M. Grabažienė, S. Tauterienė, p. 487



2.2.3.2 pav. Varputėnų dvaras (II)

Varputėnų parkas – mišrus su vyraujančiais peizažinio stiliaus elementais. Parke daugiausiai vietinių medžių rūšių. Iki šiol gražus parko akcentas – didelis tvenkinys<sup>80</sup>.

***Gruževskių dvaras ir Kuršėnų miesto parkas.*** Kairiajame Ventos krante buvęs Kuršėnų dvaras nuo 1631 m. iki Pirmojo pasaulinio karo priklausė Gruževskiams. Miestas formavosi šalia dvaro. Mišraus suplanavimo Kuršėnų parkas Ventos kairiajame krante įkurtas XIX a. Šiauriniame pakraštyje, tarp upės ir nedidelio intako, yra iš senvagės įrengtas tvenkinys, parko viduryje – apie 70 m skersmens apskrita pieva, apsodinta medžių eile, apjuosta plačia privažiavimo alėjos kilpa. Parke vyrauja vietiniai medžiai ir krūmai, tarp jų auga ir paprastasis klevas, mažalapė liepa, paprastasis uosis, karpotasis, plaukuotasis beržas, kalninė guoba, baltalksnis, paprastasis šermukšnis.

Iš gana gausių egzotinių augalų paminėtini šie: didžialapės liepos, paprastieji bukai, balzaminiai kėniai, švediniai šermukšniai, grakščiosios liepos, paprastieji kaštanai, sibiriniai ir europiniai maumedžiai, kurie auga parko pakraščiuose grupėmis ir pavieniui. Parke sutinkamas ir švedinis šermukšnis. Prie rūmų auga europiniai bei pilkieji kėniai<sup>81</sup>.

Šiame parke, buvusiam Gruževskio dvaro pastate, iniciatyvių seniūnijos ir kultūros darbuotojų dėka 2001 metų gruodžio 21d. įsikūrė Kuršėnų amatų centras. Jam eksponatus padovanojo Kuršėnų miesto meistrai. Visi muziejuje esantys eksponatai yra dovanoti Kuršėnų miesto tautodailininkų, taip pat buvo atsiųsta keletas eksponatų iš Amerikos (padovanojo

<sup>80</sup> Varputėnų dvaro parkas. Laisvoji enciklopedija Vikipedija

<sup>81</sup> Kuršėnų dvaro parkas

Amerikoje gyvenantys lietuviai). Net muziejaus patalpas įsirengė patys tautodailininkai. Daugiausiai prie eksponatų gausos prisidėjo V. Šufinskienė, S. Vilimas, A. Timinskas<sup>82</sup>.



2.2.3.3 pav. Kuršėnų (Gruževskių) dvaras

#### **Technikos paminklai:**

*Šilėnų vandens malūnas su technologine linija.* Nors XX a. Pirmajame dešimtmetyje dažnai dar buvo naudojamos rankinės girkos, bet malūnų jau būta. Ant Ventos ir Žižmos upių buvo pastatyta nemažai vandens malūnų. Vienas žymiausių, turistų akį traukiantis liko 1923 m. pastatytas Šilėnų vandens malūnas, kurį pastatė Faiva<sup>83</sup>. Malūnas buvo 2 aukštų iš raudonų plytų, šalia jo pastatytas rąstinis gyvenamasis namas. Šiame malūne veikė galingas 3 cilindrų dyzelinis variklis, jame buvo įrengti valcai. Į Šilėnų malūną malti suvažiuodavo žmonės iš aplinkinių kaimų ir kaimelių (Bijūnėlių, Ožkėnų, Leičių, Micaičių ir kt.). 1954 m. malūno užtvanka buvo išardyta. Šiandieninis malūnas sutvarkytas ir veikia elektros pagalba, nes užtvanka taip ir nebuvo atstatyta.

Prieškariu ant Ventos buvo pastatytas ir dar tebeveikiantis *Augustaičių malūnas*. Šis malūnas išdygo 1932 m., vietoje sudegusio medinio. Jame buvo švedų gamybos valcai ir kruopų darymo mašina.

#### **Bažnyčios:**

*Šv. Antano Paduviečio bažnyčia* stovi Varputėnų kaime, prie Kuršėnų-Užvenčio kelio. Pastatyta apie 1787 m. ją pastatė Matas Jelenskis. Ji buvo Kelmės, vėliau Šaukėnų parapijos filija. Bažnyčia stačiakampio plano, bebokštė, su šonine zakristija. Įrengti 3 altoriai. Šventoriuje stovi medinė varpinė<sup>84</sup>

*Šv. Jėzaus Nukryžiuotojo bažnyčia*. 1820 m. bažnytiniai dokumentai nurodo, kad Micaičių kopyčią 1806 m. pastatė Infiliantų kanauninkas ir Kuršėnų klebonas Jokūbas Poklevskis Kozėla.

<sup>82</sup> Kuršėnų lankytinos vietos.-www.kusenai.lt

<sup>83</sup> G. Žukauskienė. Technika ir jos panaudojimas Kuršėnų krašte tarpukariu. -Kuršėnai, 2003, p. 243

<sup>84</sup> Varputėnų Šv. Antano Paduviečio bažnyčia

Viduje tebuvo vienas altorius su Jėzaus Antakalniečio paveikslu<sup>85</sup>. Naują koplyčią statė Kuršėnų klebonas m. Laucevičius su Narbutų giminės pagalba, kai buvo gautas caro administracijos leidimas Kuršėnų bažnyčiai. Dabartinėje literatūroje nurodyta, kad 1857 m. ji buvo perstatyta. Pirmojo pasaulinio karo metais koplyčia buvo sudeginta. Ją atstatė kunigas Butkevičius. 1945 m. uždaryta, o 1989 m. grąžinta tikintiesiems. Archyvinių duomenų apie Micaičių bažnyčios istoriją yra mažai, tačiau galima iš jų spėti, jog jos vaizdas mažai keitėsi, išskyrus tai, kad didėjo altorių skaičius.

Dabartinė bažnyčios vidaus erdvė – stačiakampio plano vientisa salė, kurią puošia 4 mediniai altoriai. Didžiojo altoriaus 3 protarpnių kompozicija perimta iš vėlyvojo renesanso architektūros, arkinio portalo. Įvairių stilių derinį papildė neo gotikinė šv. Petro ir Povilo skulptūros su šv. Antano paveikslu<sup>86</sup>

Iš išorės bažnyčia primena gyvenamąjį namą. Sakralinį vaizdą jam suteikia tik bokštelis priekiniame fasade ir frontono simbolinė puošyba – rombas su kryžiumi. Šventoriuje išliko senosios kapinės ir monumentalių formų varpinė.

**Šv. Jono Krikštytojo bažnyčia** istorinė, stačiakampio plano, bazilikinė, su bokšteliais. Vidus 3 navų (šoninės žemesnės), turi 5 altorius. Šventorių juosia akmenų ir ažūrinė plytų mūro tvora<sup>87</sup>.

#### 2.2.3.4 pav. Šv. Jono Krikštytojo bažnyčia



Vėlyvi rašytiniai leidiniai pirmosios bažnyčios statybą datuoja 1523 m. ir priskiria Žygimantui Augustui. 1700m. Kuršėnus nusiaubė didžiulis gaisras, kuris sudegino bažnyčią. Tais pačiais metais klebono Jono Kareivos pastangomis iškilo nauja bažnyčia. 1800 m. jos vizituoti atvyko

žemaičių vyskupas Steponas Giedraitis. Po to sekė jo dekretas: nugriauti seną bažnyčią ir pastatyti naują. Klebonas ir parapijiečiai nurodymui nepakluso ir nuvykę į vyskupiją gavo leidimą ją remontuoti. Remontui vykdyti šventoriuje buvo pastatytos dirbtuvės. 1805 – 1806 m. jau pateiktas atgaivintos senosios bažnyčios fragmentinis vaizdas. Ji buvo kryžminio plano. Viduje stovėjo 5 dažyti ir auksuoti altoriai, sakykla, klebono dovanoti maži vargonai. Bažnyčios sienos ir lentų skliautai iki pusės dažyti. Jos išorė apkalta lentomis. Dar neaptvertame šventoriuje pastatyta nauja

<sup>85</sup> P. Spurgevičius. Micaičių Jėzaus Nukryžiuotojo koplyčia.-Kuršėnai, 2003, p. 78

<sup>86</sup> P. Spurgevičius, p. 79

<sup>87</sup> Kuršėnų Šv. Jono Krikštytojo bažnyčia



varpinė. Visiems rekonstrukcijos darbams vadovavo klebonas Jokūbas Kozėla. 1842 m. iškilo nauja medinė bažnyčia<sup>88</sup>. Darbams vadovavo ir lėšomis prisidėjo klebonas Mykolas Laucevičius, o jam talkino parapijiečiai. To meto archyvinė medžiaga rodo, kad naujo pastato architektūra rėmėsi senosios bažnyčios pavyzdžiu. 1850 m. šventorius apvestas akmens tvora. Tais pačiais metais vyskupas Motiejus Valančius naują bažnyčią pašventino. Antrasis pasaulinis karas ir okupacija tapo tragedija Kuršėnų bažnyčiai. 1941 06 25 bolševikai nužudė jos kleboną ir statytoją Vaclovą Dambrauską. 1944 m. rudenį, vykstant mūšiams, vokiečiai bokšte įsitaisė vietą stebėjimui ir snaiperiams. Rusai apšaudė bažnyčią ir nugriovė bokšto viršutinę dalį. Sunkių pokario laikmečiu bokšto atstatymu rūpinosi klebonas J. Montvidas, o nuo 1951 m. naujai paskirtas klebonas S. Iliničius. Pasikeitus politinei situacijai Sovietų sąjungoje, vėl prasidėjo bokšto atstatymo organizaciniai darbai. 1991 m. buvo paruošta rekonstrukcija, bet trūko lėšų darbams pradėti. 1998 04 23 Šiaulių raj. savivaldybėje buvo įregistruotas bokšto atstatymo paramos fondas. Visuomenės ir valstybinė parama leido per nepilnus metus užbaigti rekonstrukcijas. 1999-05-30 įvyko atstatyto bokšto šventinimas<sup>89</sup>.

### **Muziejai:**

*Kalendorių muziejus* atsiradimas siekia 1980 m., kai jaunieji Pavenčių vidurinės mokyklos ivinskiečiai norėjo gražiai paminėti 170-ąsias L. Ivinskio gimimo metines. Tuomet gimė idėja, pagerbiant pirmųjų lietuviškų kalendorių autoriaus atminimą, rinkti kalendorius. Kolekcija surinkta nemenka, o svarbiausia, kad jie buvo viešai pristatyti pačių vaikų surengtose parodose. Kasmet kolekcija vis gausėjo, kol galiausiai 1996 m. davė pradžią Kuršėnų kalendorių muziejui, kurio kūrėjai – taip pat mokiniai<sup>90</sup>. Muziejus atidarymas sutapo su pirmojo lietuviško kalendoriaus išleidimo 150-tosiomis metinėmis.

Muziejuje yra septyni skyriai:

“Kalendoriaus atsiradimas”- lankytojai supažindinami su kalendorių muziejus atsiradimo istorija.

“L. Ivinskis”- plačiai nušviečiama Lauryno Ivinskio švietėjiška veikla.

“Senieji kalendoriai”- tai pati vertingiausia kolekcijos dalis, pasakojanti kokie kalendoriai buvo leidžiami Lietuvoje po L. Ivinskio.

“L. Ivinskio premijos laureatai”- eksponuojami geriausi metų kalendoriai.

“Kalendorių įvairovė”- proginiai, sieniniai, staliniai ir kt.

“Įdomieji kalendoriai” – kalendoriai- suvenyrai.

---

<sup>88</sup> P. Spurgevičius. Kuršėnų Šv. Jono Krikštytojo bažnyčia.- Kuršėnai, 2003, p. 61

<sup>89</sup> Kuršėnų lankytis vietos; www.kursenai.lt

<sup>90</sup> Lukienė S. Laurynas Ivinskis ir jo kalendoriai.- Kuršėnai, 2003, p. 306

“Užsienio šalių kalendoriai” - kalendoriai, atkeliavę iš kitų žemynų<sup>91</sup>.

Eksponatus muziejui sunešė vietiniai miestelėnai, labiausiai prisidėjo A. Fokaitė. Ji atidavė savo kalendorių kolekciją, kurią surinko važinėdama po visą pasaulį. Muziejus susilaukė tokio susidomėjimo, kad net nepažįstami žmonės siunčia turimus kalendorius. Senuosius kalendorius padovanojo Libertas Klimka. Jis yra Vilniaus pedagoginio universiteto dėstytojas (etnokosmologas). Jis sudarinėdamas kalendorius renka iš žmonių viską, kas susiję su žvaigždėmis ir dangumi. Trečioji dovana muziejui- A. Turausko kolekcija, kurioje buvo apie 100 kalendorių. Tarp eksponatų yra ir pats seniausias rusiškas kalendorius, išleistas 1867m.<sup>92</sup>

#### 2.2.3.5 pav. Šventė “Kuršėnai-puodžių sostinė”

**Kuršėnų tautodailės ir amatų centras.** Jau minėtas Ruževskių dvaras šiandien glaudžia visą būrį talentingų menininkų, nes čia 2001 metų pabaigoje įsikūrė Kuršėnų amatų centras. „Visi muziejuje esantys eksponatai yra dovanoti Kuršėnų miesto tautodailininkų, taip pat buvo atsiųsta keletas eksponatų iš Amerikos (padovanojo Amerikoje gyvenantys lietuviai). Net muziejaus patalpas įsirengė patys tautodailininkai. Daugiausiai prie eksponatų gausos prisidėjo V. Šufinskienė, S. Vilimas, A. Timinskas.“<sup>93</sup>. Tapo gražia tradicija kiekvienais metais, kaip paskatinimą, teikti metų tautodailininko premijas. Šiomet šventėje pagerbti ir apdovanoti kuršėniškiai, kurie daug metų darbuojasi miesto labui. Miesto seniūnijos padėkos raštai įteikti gydytojoms Stanislavai Kasperavičienei, Nijolei Miniotienei, už keramikų tradicijų puoselėjimą<sup>94</sup>.



**B. ir B. Radeckų keramikos muziejus.** Tautodailininkai šį muziejų įkūrė 1987 metais. Muziejuje eksponuojami Radeckų šeimos sukurti darbai: įvairiausios vazos, ažūriniai krepšeliai, suvenyriniai indai su kaukių motyvais, ąsočiai, žvakidės, lėkštės<sup>95</sup>. Garbingoje vietoje stovi puodžių karaliaus karūna, nes B. Radeckas buvo išrinktas trečiuoju Lietuvos puodžių karaliumi. Apie meistrų darbus bei jų įvertinimą byloja muziejuje eksponuojami diplomai, padėkos raštai.



#### 2.2.3.6 pav. Puodžių šventė Kuršėnuose

<sup>91</sup> [www.kursenai.lt](http://www.kursenai.lt)

<sup>92</sup> [www.kursenai.lt](http://www.kursenai.lt)

<sup>93</sup> [www.kursenai.lt](http://www.kursenai.lt)

<sup>94</sup> “Šiaulių kraštas“, 2008-05-27

<sup>95</sup> B. ir B. Radeckų keramikos muziejus.

Muziejaus sudėtinė dalis - dirbtuvė. Kiekvienas lankytojas gali pamatyti, susipažinti ir pabandyti kaip molio gabalas virsta meno kūrinium.

### **Laidojimo vietos:**

***Kuršėnų seniūnijos pasaulinių karų karių kapinės.*** Antrasis pasaulinis karas pareikalavo daug aukų. Kuršėnų sovietinių karių kapinėse, kaip teigia faktai, yra palaidoti 563 sovietiniai kariai, žuvę 1941-1944 m. Kapinės yra Kuršėnų miesto pakraštyje, pravažiuojant Ventos tiltą tarp Luokės kelio ir Ventos gatvės. Jos čia įkurtos, nes būtent šioje vietoje buvo daugiausia žuvusiųjų. Tiesą sakant žuvusiųjų skaičius kaip ir tautybės nėra gerai žinomos, kadangi tuometiniai karių sąrašai buvo rengiami gan atmetinai, todėl kapinėse gali būti daugiau palaidota tiek rusų, tiek ir vokiečių karių. Pagal sovietinių kareivių laipsnius šiose kapinėse ilsisi: 2 kapitonai, 9 vyr. leitenantai, 21 leitenantas, 11 jaun. leitenantų, 13 viršilų, 21 vyr. seržantas, 50 seržantų, 33 jaun. seržantai, 1 politinis vadovas, 20 efreitorių, 382 eiliniai kariai.

1953 m. darant sovietinių karių kapinių kapitalinį remontą, buvo sudarytas 1941-1945 m. žuvusių karių, palaidotų Kuršėnų karių kapinėse sąrašas, tačiau jame skelbiama, kad čia palaidoti tik 3 karininkai, 3 seržantai, 19 eilinių ir 379 nežinomi kariai<sup>96</sup>.

### ***Žymių žmonių lankytinos kapavietės.***

***Laurynas Ivinskis (1810-1881)*** lietuvių švietėjas, literatas, leksikografas ir pirmojo lietuviško kalendoriaus sudarytojas. Daugelį metų mokytojavo įvairiose Lietuvos vietovėse. Rinko tautosaką, vertė grožinės literatūros kūrinius iš užsienio kalbų, pats rašė eilėraščius. Parašė lenkų-lietuvių kalbų žodyną, rengė rusų-lietuvių kalbų žodyną. Paskutiniuosius savo gyvenimo metus L. Ivinskis praleido netoli Kuršėnų, Maldyvuose, kur jį pasikvietė dvarininkas I. Gruževskis. 1960 m. Kuršėnų centre pastatytas paminklas pirmojo lietuviško kalendoriaus autoriui, o nuo 1990 m. įsteigta kasmetinė L. Ivinskio premija už geriausią metų kalendoriaus sudarymą<sup>97</sup>.

***Lauryno Ivinskio kapas, Kuršėnuose.*** Senosiose Kuršėnų katalikų kapinėse (senosios, nes veikia nuo 1810 m.) neįmanoma nepastebėti „nenuvystančio“ žymaus kuršėniškio - Lauryno Ivinskio (1811-1881) kapo. Po pastarojo mirties, jo draugai ir mokinių bendromis jėgomis ir lėšomis buvo pastatytas kuklus paminklas, su užrašu, skelbiančiu, kad čia ilsisi „S. P. Laurynas Ivinskis pirmasis raszytojas Lietuvo-Žemaitiszko kalendoriaus“<sup>98</sup>, su gimimo ir mirties data. Šio žymaus žmogaus kapo niekad neaplenkia jo vardo būrelio nariai – ivinskiečiai.

<sup>96</sup> R. Tamošaitis. Kuršėnų miesto kapinių istorija. Sovietinių karių kapinės

<sup>97</sup> R. Nesavitė. Įžymieji Kuršėnų krašto žmonės.- Kuršėnai, p.289

<sup>98</sup> S. Lukienė. Laurynas Ivinskis ir jo kalendoriai.- Kuršėnai, p. 304

**Tomas Algirdas Zauka (1899-1970)** lakūnas-pilotas, Lietuvos sportinės aviacijos pradininkas. 1919 m. Lietuvos kariuomenės savanoris. Tai jis rūpinosi, kad Dariaus ir Girėno palaikai būtų perkelti į saugesnę vietą, be to jis iniciavo ir šių dviejų lakūnų įamžinimą Puntuko akmenyje. Karo metais dirbo Raudonojo teroro muziejuje, Vilniaus miesto savivaldybėje. Buvo nuteistas ir kalėjo Komijoje bei Archangelsko srityje. Grįžęs iš tremties apsigyveno Kuršėnuose. Ilgą laiką T. Zaukos kapas buvo apleistas, tik po nepriklausomybės atgavimo, buvo prisimintas ir šis lakūnas. Jo kapas priskirtinas prie lankytinų Kuršėnų objektų<sup>99</sup>.

**Vaclovo Dambrausko kapas, Kuršėnuose.** Kunigo, Kuršėnų bažnyčios statytojo, Vaclovo Dambrausko paminklas pastatytas – Kuršėnų parke - jo žūties vietoje. Toje vietoje jis buvo žiauriai nukankintas. Dar pokario metais tikintieji pastatė kunigui medinį kryžių, kuris 1950 m. buvo nugriautas. Po ilgos pertraukos, V. Dambrausko giminaičių pastangomis, kryžius buvo atstatytas. Tikrasis kanauninko (titulas suteiktas už nuopelnus) kapas yra bažnyčios teritorijoje. „Jo kapo paminklinis akmuo yra prie bažnyčios rytinės sienos, kai kitų tuo tarpu priešais, prie tvoros. P. Gričius teigia, kad pats kapas yra ne prie pat sienos, o ant pačio tako, keletą metrų arčiau, nes laidojant kapui iškasti duobę prie pat sienos trukdė bažnyčios pamatas. Šiandien paminklas stovi prie pat sienos“<sup>100</sup>.

### **Šventės ir renginiai:**

„**Kuršėnai – puodžių sostinė**“. Molingos Kuršėnų apylinkės nulėmė, jog čia nuo seno vystėsi ir klestėjo puodininkystė, keramika, gaminamos plytos, kitos statybinės medžiagos. Pirmosios liaudies keramikos parodos „Aušros“ muziejaus iniciatyva buvo suorganizuotos dar 1959 m. pavasarį ir rudenį. Pirmiausia šių parodų paskirtis buvo išsiaiškinti, kokia tuo metu tradicinės liaudies keramikos meistrų būklė bei juos paskatinti. Nuo 1977 m. Kuršėnuose ši šventė tapo nuolatine. Porą dienų pavasarį vyksta šventė taip vadinama „Kuršėnai – puodžių sostinė“. Šventėje gali dalyvauti visi norintys - ir keramikos meistrai, ir pradedantieji, ir maži ir dideli. Iš šios šventės išaugo mažesni susibūrimai – amatų dienos, kurių metu ne tik galima apžiūrėti jau sukurtus dirbinius, bet tai ir liaudies meno populiarinimas, auklėjamojo pobūdžio visuomenės susibūrimai<sup>101</sup>.

**Lietuviško kalendoriaus šventė.** Centrinėje Kuršėnų aikštėje jau tapo tradicija vasaros pradžioje, birželio 18 d., prisiminti L. Ivinskį. 1981 m. čia pirmą kartą buvo surengta pirmoji lietuviško kalendoriaus šventė, o nuo 1990 m. šios šventės rengiamos kasmet. Svarbiausias šios

<sup>99</sup> R. Nesavaitė. Įžymieji Kuršėnų krašto žmonės.- Kuršėnai, p.299

<sup>100</sup> Tamošaitis R. Kuršėnų miesto kapinių istorija

<sup>101</sup> V. Rimkus. Puodžių sostinė.- Kuršėnai, p. 309

šventės momentas yra Lauryno Ivinskio premijos įteikimas geriausio metų kalendoriaus autoriui. Pastarąjį apdovanojimą skiria Šiaulių rajono savivaldybės kultūros skyrius.

#### 2.2.4 Kitų Kuršėnų seniūnijos turizmo resursų tyrimas

##### **Geografinė padėtis. Susisiekimas.**

Geografiniame žemėlapyje Kuršėnai įsikūrę 56<sup>0</sup>01' šiaurės platumos ir 22<sup>0</sup>56' rytų ilgumos<sup>102</sup>. Žvelgiant į Lietuvos kelių žemėlapi, galima matyti, jog Kuršėnų miestelis įsikūręs kelių (Šiauliai-Joniškis-Naujoji Akmenė-Mažeikiai-Plungė-Kelmė) voratinklio pačiame centre tarsi įkliuvusi muselė. Šiaulius su Kuršėnais sieja viena svarbiausių Šiaurės Lietuvos arterijų – magistralinis A11 (E272) kelias. Miestus skiria vos 25 kilometrai. Nutiesus naująjį aplinkelį, Kuršėnus galima pasiekti, važiuojant iš Rygos, E77 keliu. Taigi, turint automobilį, aplankyti Kuršėnus nėra sudėtinga. Kita vertus, nors atstumas tarp Šiaulių ir Kuršėnų nėra didelis, gaila, bet reikia pastebėti, jog čia nėra dviračių tako, kuriuo būtų galima numinti į miestelį.

Įdomus faktas - Kuršėnai iš kitų miestelių išsiskiria tuo, kad jis turi net dvi geležinkelio stotis. Vienas geležinkelis (Liepoja-Romnai) nutiestas 1871 m. Antrojoje linijoje (Amaliai (Kužiai)-Telšiai) - 1926 m. buvo įrengta tik sustojimo vieta. Ne iš karto ši stotelė gavo savo esamą pavadinimą – Pavenčiai, o tik 1934 m., be to tais pat metais ši sustojimo vieta buvo pertvarkyta į stotį.

##### **Apgyvendinimas. Maitinimas.**

Kuršėnuose yra keletas kavinukių, kuriose galima skaniai pavalgyti ar tik lengvai užkąsti. Dažniausiai meniu galima rasti tradicinių lietuviškų patiekalų – cepelinų, balandėlių, karbonadų, įvairių kepsnių ir lengvų užkandžių, bei vis labiau populiarėjančių, greitai pagaminamų picų asorti. Pasirinkimas didelis. Kuomet lankiausi Kuršėnuose, pastebėjau, kad užsieniečiai čia irgi laukiami. Tokią išvadą padariau, vartydama meniu, nes juose šalia lietuviškų patiekalų, pavadinimai išversti į tarptautinę – anglų kalbą. Be to, aptarnaujantis personalas irgi pasiruošęs aptarnauti svetimšalius, nes galima susišnekėti – anglų, rusų, vokiečių kalbomis.

Kavinukės nėra didelės, jose telpa vidutiniškai apie 70 žmonių, tačiau jos jaukios. Kita vertus, esant poreikiui, tose pačiose patalpose galima išsinuomoti pobūvių salę – konferencijoms, suvažiavimams, seminarams, įvairioms šventėms.

---

<sup>102</sup> <http://mokslasplius.lt/astromija/book/export/html/1085>

Šių maitinimo įstaigų darbo laikas patogus: nuo pirmadienio iki sekmadienio – pradedant nuo 8<sup>00</sup>, 10<sup>00</sup> ar 11<sup>00</sup> ryto iki 24<sup>00</sup> vakaro. Darbo dienomis pietų metu galima nebrangiai papietauti, kadangi kavinėse vyksta akcijos – „tarnautojų pietūs“, kur komplektas kainuoja ne daugiau 20 lt. vienam asmeniui.

Dauguma kavių teikia ir papildomas paslaugas – užsiima maisto pristatymu į namus, rengia banketus, pokylius, organizuoja seminarus, konferencijas, etc.

Kalbant apie apgyvendinimą Kuršėnuose, galima pastebėti, jog atsižvelgiant į miestelio dydį ir gyventojų skaičių, viešbučių, motelių ir kitų apgyvendinimo paslaugas teikiančių įmonių čia nėra daug. Kambarį galima rezervuoti kavinėje „Svetainė Pušynas“, kavinėje-bare – „Užeiga“, ir apsigyventi viešbutyje – „Romuva“.

### **Informacija.**

Viena aktualiausių ir opiausių šios temos problemų – informacija, jos trūkumas ir nepakankamumas. Apie patį Kuršėnų miestelį informacijos galima rasti internetinėje svetainėje [www.kursenai.lt](http://www.kursenai.lt) Į šį tinklapį patalpinta Kuršėnų istorija, kultūros paveldo objektų aprašymai, miestelyje veikiančių laisvalaikio ir verslo organizacijų pobūdis ir veikla, čia galima rasti ir tarp miestinių autobusų maršrutus. Kuršėniškių moksleivių sukurtame tinklapyje <http://www.ivinskis.kursenai.lm.lt/kapai/turiny.html> galima nemažai sužinoti apie Kuršėnų miesto kapinių istoriją ir raidą.

Retkarčiais Šiaulių miesto regioninėje spaudoje galima aptikti skelbimus ar kvietimus atvykti į įvairias šventes, kurios organizuojamos Kuršėnuose.

Daugiau informacijos ar reklamos nėra. Dar kartą paminėsiu, jog net važiuojant į Kuršėnus ar pačiame miestelyje nėra jokių kelio ar informacinių ženklų, žyminčių lankomus kultūros ir gamtos paveldo objektus, kurie leistų orientotis ne vietiniams gyventojams ir turistams.

### **Pramogos.**

Nors Kuršėnai nedidelis miestelis, tačiau laisvalaikį čia galima praleisti gan turiningai. Jei reikia turistui susisiekti su artimaisiais užsienyje, tai L. Ivinskio gatvėje yra įsikūrusi interneto svetainė. Jei norisi šiek tiek aktyvesnio poilsio ir azarto – tai laiką galima praleisti miesto centre esančioje biliardinėje. Kai kuriose kavinukėse savaitgaliais vyksta gyvos muzikos vakarai, o kitose – net galima patiems padainuoti karaokė. Mėgstantiems sportą verta apsilankyti sporto klube „Extreem“. Norintys palepinti kūną ir sielą, atsipalaiduos dienos SPA centre „Juvira“. Atvykus tinkamu metu (kitai sakant, sezono metu) turistai gali sudalyvauti vietinių žvejų klubo „Žvejoklis“ rengiamose mėgėjų žvejų varžytuvėse, o pavasarį ir žiemą aplankyti Kuršėnų moterų klubo „Mūsų

namai“ surengtose velykinių ir kalėdinių puokščių parodose. Jaunieji turistai taip pat nenuobodžiautų jei savaitgaliais nuvyktų į Kuršėnuose bei aplinkinėse gyvenvietėse savaitgaliais rengiamas jaunimo diskotekas.

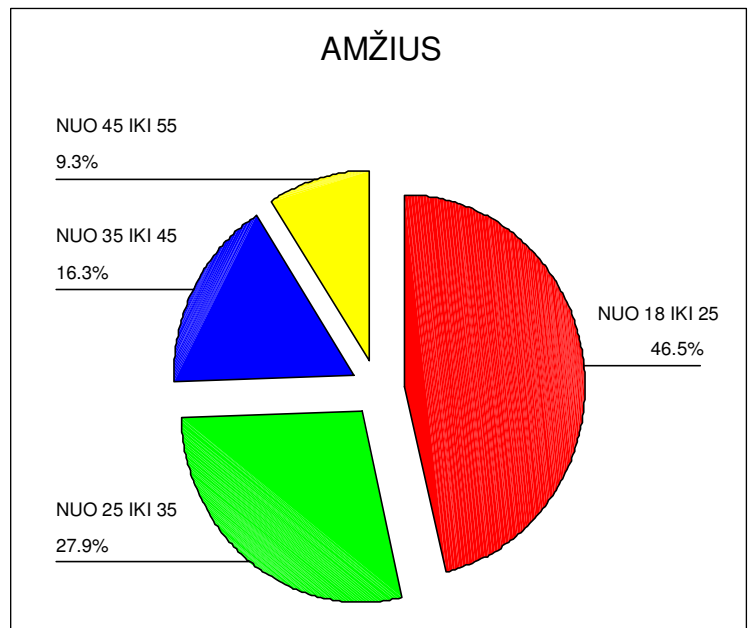
### 2.3 Anketinės apklausos rezultatų aptarimas

**Bendrosios respondentų socialinės ir demografinės charakteristikos.** Anketoje, klausimai susiję su respondentų socialine ir demografinė charakteristika, sąmoningai pateikti pačioje anketos pabaigoje, t.y.14-17 klausimai. Atsakymai į šiuos klausimus nereikalauja jokių sudėtingų apmąstymų, į juos respondentai atsako automatiškai. Tačiau šie duomenys tyrimui yra svarbūs, pirmiausia todėl, kad anketos yra anoniminės, todėl surinkti sociodemografiniai duomenys tam tikra prasme leidžia identifikuoti apklaustuosius.

2.3.1 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal amžių

Pagal lytį respondentai pasiskirstė daugiaž vienodai, t.y. apklausoje dalyvavo 110 vyrų ir 105 moterys. Prašant užpildyti anketas, lyties atžvilgiu prioritetai nebuvo teikiami.

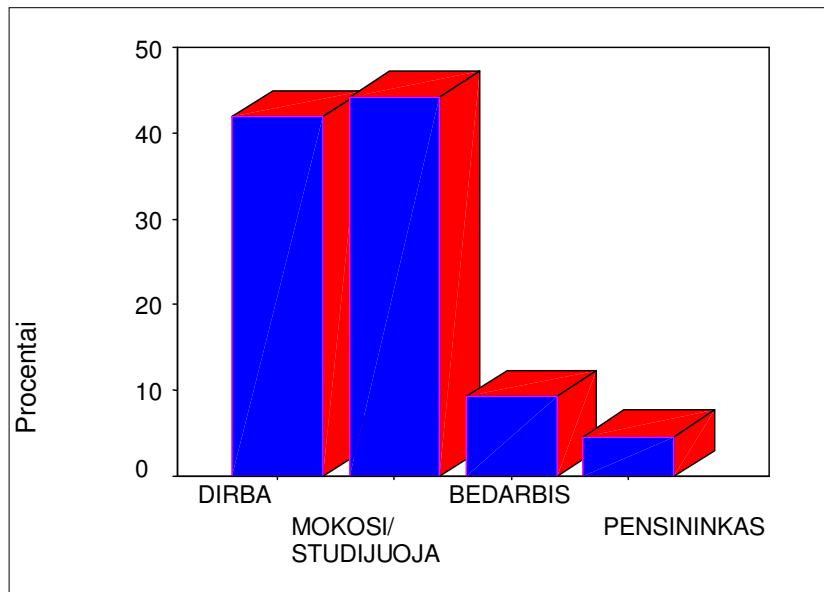
Iš amžiaus grafiko (2.3.1 pav.) matyti, kad apklausoje dalyvavo daugiausia jaunuolių, jie sudaro 46,5% visų apklaustųjų; 27,9% respondentų amžius nuo 25 iki 35 metų 16,3% apklaustųjų sudaro amžiaus grupė 35-45 metų, ir mažiausią dalį, vos 9,3% sudaro vyresnio amžiaus, t.y. 45-55 metų respondentai.



Visiškai nenuostabu, kad net 90,7% respondentų gyvena mieste, nes apklausa vykdyta Šiauliuose. Tyrimo eigoje, paaiškės, kad netgi ne visi šiauliečiai pažįsta savo kraštą, nes keliaudami ir poilsiaudami vadovaujasi kitais prioritetais. Tyrėjos nuomone, tokiam apklaustųjų nežinojimui apie arti esančius lankytinus objektus, įtakos turi informacijos stoka.

Respondentų pasiskirstymas pagal užimtumą irgi nestebina. Daugiausia anketas užpildė dirbantieji ir studijuojantieji asmenys (2.3.2 pav.). Tačiau šioje pozicijoje reikia pastebėti, kad respondentai žymėdami savo užsiėmimą, anketoje galėjo pasirinkti keletą atsakymų variantų. Todėl galutiniai rezultatai gali būti kiek painoki. To priežastis paprasta, nes dauguma studentų

(atsižvelgta į amžių) turi nuolatinį darbą, ir atvirksčiai, dirbantieji (atsižvelgta į amžių) – studijuoja. Tam įtakos turi šiandieninė Lietuvos visuomenės ekonominė ir socialinė aplinka.



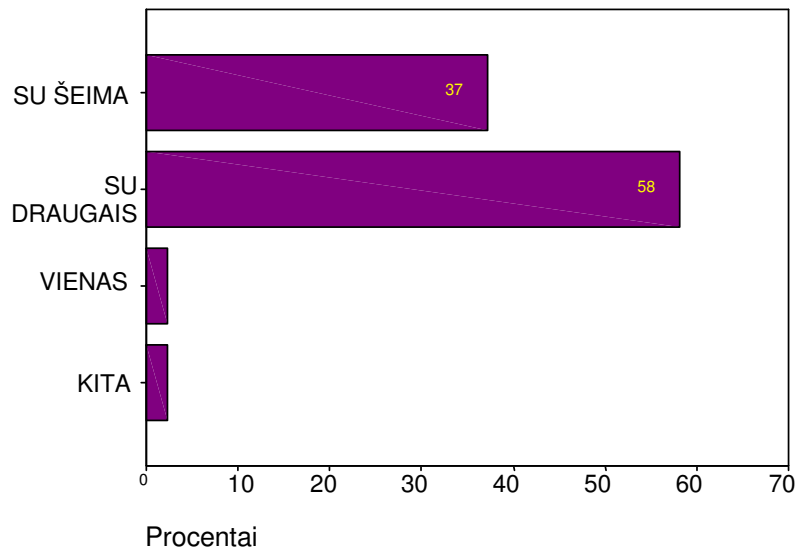
2.3.2 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal užimtumą.

**Apklaustųjų poilsio (turizmo) poreikių analizė.** Vienas labiausiai nuspėjamų šio tyrimo momentų, tai respondentų atsakymas į klausimą „Ar jie mėgsta keliauti?“. Savaiame suprantama, dirbančiam žmogui, kuris gyvena kasdienėje rutinoje, kelionės ir turizmas asocijuojasi pirmiausia su atostogomis, aplinkos pakeitimu, susipažinimu su kita kultūra ir papročiais. Trumpai tariant, tyrimo metu (Anketos 1 klausimas) pasitvirtino faktas, kad lietuviai labai mėgsta keliauti – teigiamai į anketos klausimą atsakė 97,7 % tyrime dalyvavusiųjų, ir tik maža dalis – 2,3% respondentų keliauti vis dėlto nemėgsta.

Prie poilsio (turizmo) poreikių priskyriau respondentų atsakymų (Anketos 3 klausimas) duomenis apie tai, su kuo jie dažniausiai praleidžia savo laisvalaikį. Gauti rezultatai nėra niek nestebina.

Pavyzdžiui, jaunuoliai (18-25 metų) savo laisvalaikį yra linkę praleisti su draugais. Tokiam požiūriui, mano nuomone, įtakos turi amžius. Jie jau yra pilnamečiai, ir galimas daiktas visai neseniai palikę savo tėvų namus (išvykę studijuoti į kitą miestą) ir pasinėrę į studentavimą, todėl didžiąją tiek laisvo, tiek kasdienio laiko dalį leidžia su savo bendraamžiais. Anketos duomenimis, su draugais keliautų 58,1% visų apklaustųjų (2.3.3 pav.)





2.3.3 pav. Respondentų kelionių partnerių pasirinkimo skirstinys

Brandesnių amžiaus grupių (25-45 metų) atstovai savo laisvalaikį sieja su šeima. Padariau išvadą, jog tokio amžiaus žmonės jau yra sukūrę ar bekuriantys savo šeimas, todėl siejami stipresnių saitų, savo laiką skiria artimiesiems. Pastaroji grupė, keliaujanti su šeima sudaro 68,8% II, III, ir IV amžiaus grupių atstovų (4.3.1 pav.). Be to, būtina atkreipti dėmesį į vieną faktorių, kuris galėjo įtakoti respondentų pasirinktus atsakymus į šį klausimą. Tai būtent savo šeimas turintys apklaustieji žymėdami atsakymus, kad mėgsta keliauti su draugais, greičiausiai omenyje turėjo tai, kad keliauja su savo šeima ir draugų šeima.

Todėl interpretuoti atsakymų duomenis taip, kad respondentai mėgsta keliauti vien tik su draugais, ar vien tik su šeima, būtų netikslu. Kita vertus, keletas apklaustųjų, rinkdamiesi atsakymo variantą "KITA", turėjo galvoje tai, kad jiems tinka visi pateikti atsakymai – jie mėgsta keliauti ir su šeima, ir su draugais, ir su kolegomis, ir vieni.

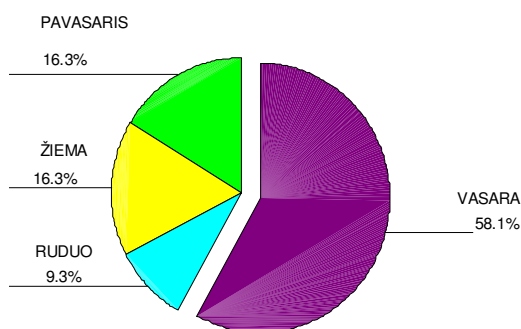
2.3.1 Lentelė

Atostogų partnerių pasirinkimo skirstinys pagal amžiaus grupes

			SU KUO ATOSTOGAUJA			
			SU ŠEIMA	SU DRAUGAIS	VIENAS	KIT
AMŽIUS	NUO 18 IKI 25	Respondentų skaičius % lyginant SU KUO ATOSTOGAUJA	25 31.3%	70 56.0%		5 12.7%
	NUO 25 IKI 35	Respondentų skaičius % lyginant SU KUO ATOSTOGAUJA	25 31.3%	35 28.0%		
	NUO 35 IKI 45	Respondentų skaičius % lyginant SU KUO ATOSTOGAUJA	20 25.0%	15 12.0%		
	NUO 45 IKI 55	Respondentų skaičius % lyginant SU KUO ATOSTOGAUJA	10 12.5%	5 4.0%	5 4.0%	
Viso		Respondentų skaičius % lyginant SU KUO ATOSTOGAUJA	80 100.0%	125	5	5

Kitas poreikius atspindintis respondentų pasirinkimas – metų laikas, kurį pasirenka atostogoms, poilsiui, turizmui. Darytina prielaida, jog tinkamas metų laikas turi didžiulę įtaką apklaustųjų atostogų kokybei. Kadangi toks aspektas nėra šio tyrimo prioritetas, todėl atsakymų duomenis priskyriau prie bendrų turizmo poreikių (Anketos 4 klausimas), kad būtų galima susidaryti visą respondentų turizmo poreikių susistemintų duomenų vaizdą. Populiariausias metų laikas (2.3.4 pav.) kelionėms, turizmui, ir apskritai atostogoms apklaustųjų tarpe – vasara, kuri “surinko” 58,1 % visų balsų, t.y. 125 iš 215.

2.3.4 pav. “Populiariausias” metų laikas turizmui



Įdomu pastebėti, kad pastaruoju metu vis labiau pamėgiami ir kiti metų laikai – pavasarį ir žiemą atostogauja 16,3 %, t.y. po 35 iš 215, o rudenį – 9,3 % respondentų, vos 20 visų apklaustųjų

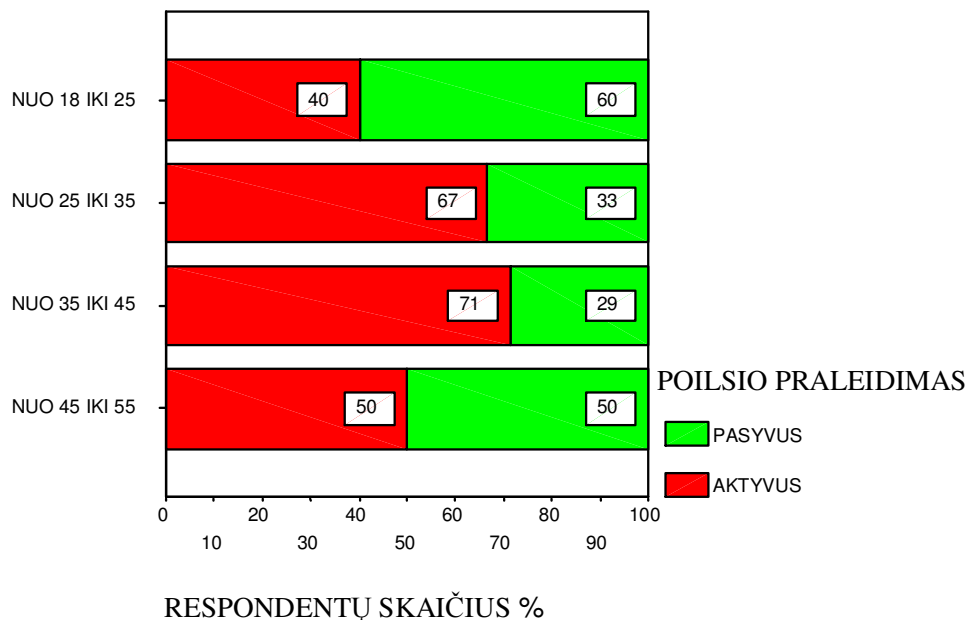
Aktualiausias šios tyrimo dalies momentas, tai išsiaiškinti, kas labiausiai potencialius turistus pritraukia į vieną ar kitą vietovę. Tai svarbiausias dalykas, siekiant tinkamai panaudoti turimų gamtos bei kultūros paveldo objektus. Kad tyrimas būtų tikslesnis, anketos klausimyne, ties klausimu Nr. 2 ”Kas sulaukia daugiausia Jūsų dėmesio

keliaujant?” buvo nurodymas pasirinkti tik vieną tinkamiausią atsakymo variantą. Atsakymai pasiskirstė taip:

2.3.2 Lentelė

LANKOMIAUSI OBJEKTAI		
OBJEKTAI	Dažnumas	Procentai
MUZIEJAI, PARODOS, EKSPOZICIJOS	65	30.2
DVARAI, PILYS, ARCHITEKTŪROS PAMINKLAI	95	44.2
GAMTINĖ APLINKA (PARKAI, SODAI)	35	16.3
ĮVAIRŪS PAMINKLAI	10	4.7
PREKYBOS CENTRAI	10	4.7
Viso	215	100.0

Kalbant apie respondentų poreikius, negalima pamiršti to, koks būtų poilsio praleidimo būdas priimtinausias apklaustiesiems, tai taip pat sąlygoja turistų tikslinio rinkos segmento nustatymą, t.y. į ką orientuotas turizmas konkrečioje vietovėje. Apklausiant 4 amžiaus grupes (nors anketoje buvo numatyta 5 amžiaus grupės, tačiau nepasitaikė nei vienas apklaustasis, kuriam būtų virš 55 metų amžiaus), buvo siekiama sužinoti, kokį – aktyvų ar pasyvų – poilsį respondentai vertina labiausiai (Anketos 5 klausimas). Rezultatai 2.3.5 pav.:



2.3.5 pav. Respondentų amžiaus grupių poilsio būdo pasirinkimas

Išvedus bendrą visų grupių procentinį vidurkį, tai aktyvų (Anketoje buvo nurodyta, kad “aktyvus poilsio praleidimas – tai turistinės/pažintinės kelionės, slidinėjimas, jodinėjimas ir t.t.)

poilsio praleido būdą pasirenka 57 % visų apklaustųjų. Panagrinėjus 4.3.3 pav. atidžiau, galima pamanyti, kad jaunuoliai nuo 18 iki 25 metų yra tinginiai, tačiau šiuo atveju, apklausta buvo daugiausia studijuojantys žmonės (100 respondentų iš 215). Todėl darytina išvada, kad aktyviai poilsiauti jiems paprasčiausiai nėra laiko.

**Informacijos prieinamumo ir pakankamumo tyrimas pagal apklausos duomenis.** Šiuolaikiniais informacinių technologijų epopėjaus laikais, informacijos prieinamumas tapo įmanomas daugeliui vartotojui. Lietuvos statistikos departamento duomenimis Lietuvoje nuo 2000 metų matomas kompiuterinės įrangos ir interneto prieigos išsigijimų augimas. Per septynerius metus, t.y. nuo 2000 iki 2007 metų, namų ūkių, turinčių asmeninį kompiuterį skaičius išaugo nuo 5,3% iki 42%, o namų ūkių, turinčių interneto prieigą, tuo pačiu laikotarpiu, skaičius augo nuo 2,3% iki 40,3%“ (4 Priedas).

Kita vertus nors informacinių technologijų kainos tapo daugeliui vartotojų prieinamos, tai dar nereiškė, kad juo naudosis visos amžiaus grupės. Jaunimas šiuos technologinius pokyčius priėmė ir įsisavino lengvai ir greitai, tačiau vyresnio amžiaus žmonės naudotis naujomis informacinėmis technologijomis stabdė psichologiniai barjerai dėl amžiaus ir sugebėjimų. Vis dėlto laikui bėgant šios tendencijos pasisuko kita linkme, vis labiau šviečiant visuomenę, mokant vyresnio amžiaus vartotojus pasinaudoti kompiuterių ir interneto prieigos teikiamomis galimybėmis, informacijos prieinamumas tapo pralaidesnis. Šią situaciją gali pailustruoti statistiniai duomenys apie amžių grupių naudojimąsi kompiuteriais ir internetu (5 Priedas). Iš šių skaičių matyti, kad 2004-2007 metais kompiuteriu naudojosi nuo 82,5% iki 91,1% 16-24 metų amžiaus asmenys, o tuo pačiu laikotarpiu ta pati amžiaus grupė internetu naudojosi nuo 71,9% iki 89,8%. Tai tėra jauniausia amžiaus grupė. Palyginus ją su 55-64 metų vartotojų grupe, matyti ryškūs skirtumai. Nes pastarosios amžiaus grupės asmenys 2004-2007 metų laikotarpiu kompiuteriu naudojosi nuo 11,2% iki 18,6%, o internetu – nuo 8% iki 16,1% asmenų.

Anketinėje apklausoje respondentams buvo pateikti konkretūs klausimai, susiję su informacija apie Kuršėnų seniūniją, turint omenyje, vietovėje esančių kultūros ir gamtos paveldo objektų žinomumą, informacijos pakankamumo lygį, prieinamumo būdus bei informacijos trūkumą. Daugumos apklaustųjų nuomone, informacijos apie Kuršėnuose ir apylinkėje esančius turistinius traukos objektus – kultūros paveldo, istorinius paminklus, gamtos išteklius, įvairias šventes ar veikiančius muziejus – yra labai mažai. Tokią poziciją išsakė 83,7% respondentų, likusią dalį, t.y. 16,3%, tenkino esamos informacijos kiekis. Šioje vietoje susidurta su amžiaus ir informacinių technologijų panaudojimo problematika (2.3.3 Lentelė). Pirmiausia, priklausomai nuo apklaustųjų amžiaus grupės egzistuoja skirtingi informacijos priėjimo būdai. Daugelis šiuolaikinio jaunimo – studentai, moksleiviai – tikriausiai neįsivaizduoja kitokio informacijos šaltinio kaip internetinės

enciklopedijos, žinynai ar paieškos programos. Pagal Lietuvos statistikos departamento duomenis 2004-2007 metų laikotarpiu interneto naudojimo informacijos paieškai vartotojų skaičius išaugo nuo 26,9% iki 47,3% (6 Priedas). Iš vienos pusės, tai patogus, greitas, nereikalaujantis daug pastangų informacijos priėjimo būdas.

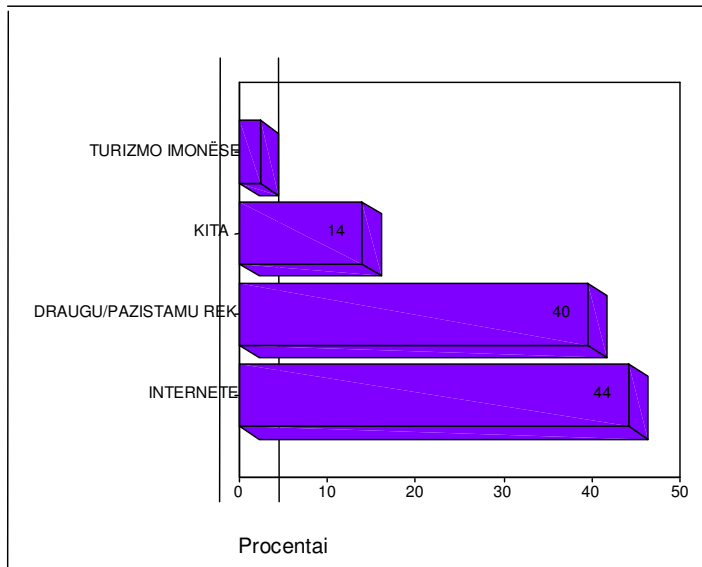
Tačiau būtina pastebėti, kad informacijos kokybė ir kiekybė priklausomai nuo jos priėjimo būdų yra labai skirtinga. Kalbant apie turizmą, informacijos internetiniuose puslapiuose yra gausu ir įvairios, tačiau ji nėra sukoncentruota, nes paieškos programos pateikia informaciją tik apie konkretų užklausimą. O turizmas, kaip žinia, apima daugelį gyvenimo sričių. Šioje vietoje neįmanoma nepaminti turizmo informacijos centrų ir turizmo įmonių, kurių tiesioginė funkcija teikti vartotojams sukoncentruotą kiekybiškai ir kokybiškai informaciją apie vieną ar kitą turizmo paslaugą ar produktą.

### 2.3.3 Lentelė

Apklaustųjų amžiaus ir iš kur gavo informacijos apie Kuršėnus sąryšis

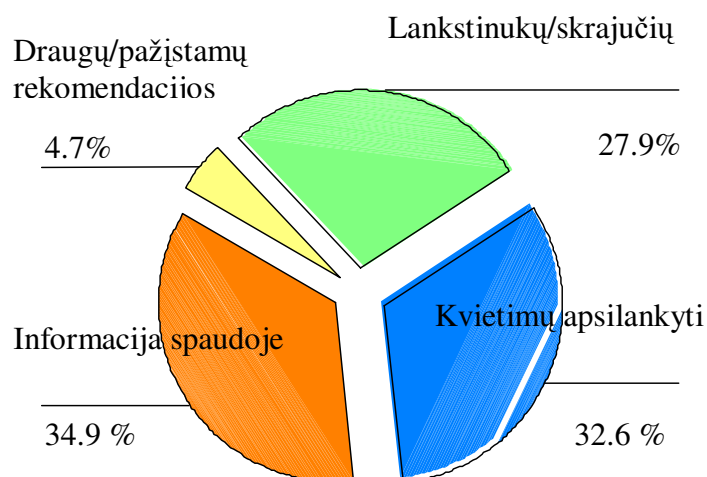
	IS KUR GAVO INFORMACIJOS APIE KURŠĖNUS				VISO
	Internetė	Draugu/ pažįstamu rekomendacijos	Turizmo įmonėse	Kita	
AMŽIUS NUO 18 IKI 25	55	35		10	100
	57.9%	41.2%		33.3%	46.5%
NUO 25 IKI 35	25	25		10	60
	26.3%	29.4%		33.3%	27.9%
NUO 35 IKI 45	15	10		10	35
	15.8%	11.8%		33.3%	16.3%
NUO 45 IKI 55		15	5		20
		17.6%	100.0%		9.3%
VISO	95	85	5	30	215
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Grįžtant prie tyrimo, informacijos priėjimo būdai pagal apklausos duomenis pasiskirsto sekančiai (2.3.6 Pav.) informaciją apie Kuršėnus rado internete 44,2% (tai beveik kas antras apklaustasis), vos 2,3% respondentų informacijos priėjimo būdu pasirinko turizmo įmones ar turizmo informacijos centrus, 14% nurodė neįvardintus informacijos šaltinius (tikėtina, kad tai televizija, regioninė spauda, informaciniai skelbimai, etc.). Įdomiausia tai, kad net 39,5% apklaustųjų nurodė vieną seniausių informacijos perdavimo-gavimo būdų – taip vadinamą „iš lūpų į lūpas“, anketoje šis būdas buvo įvardintas kaip „draugų / pažįstamų rekomendacijos“. Mano manymu, tai vienas efektyviausių turizmo paslaugų ir produktų populiarinimo, viešinimo, reklamavimo būdų. Vaizdingas ir emocionalus pasakojimas apie išgyventus patyrimus kelionės metu stipriau psichologiškai paveikia potencialų turizmo vartotoją nei spalvotas katalogas ar „susa“ statistinė informacija kitomis informavimo priemonėmis.



### 2.3.6 Pav. Informacijos apie Kuršėnus gavimo būdai

Tyrimo metu paaiškėjo, kokių priimtinių informacijos priemonių (2.3.7 pav) trūksta vartotojiškiems respondentams. 34,9 % apklausos dalyvių pasigenda informacijos per viešojo informavimo priemones – televiziją, spaudą, apklaustieji pažymi, kad internete jaučiama informacijos stoka. 32,6% respondentu norėtų daugiau kvietimų, raginimų informacinių skelbimų apsilankyti Kuršėnuose rengiamuose šventėse, renginiuose mugėse ar tiesiog susipažinti su Kuršėnų seniūnijos muziejais, kultūros ir gamtos paveldo objektais.



2.3.7 pav. Informacijos priemonių trūkumas

27,9 % respondentų mano, jog turistų susidomėjimo Kuršėnais ir Kuršėnų seniūnijos turistiniais objektais sulauktų informacinių skrajučių bei lankstinukų dalinimas viešose erdvėse ar jų įmetimas į pašto dėžutes, 4,7% pasitikėtų draugų / pažyстамų rekomendacijomis.

**Kuršėnų turistinis patrauklumas.** Pirmiausia, norint susidaryti bendro pobūdžio vaizdą, būtina išsiaiškinti kuo apskritai Kuršėnai pritraukia turistų dėmesį. Šiuo atveju svarbiausi aspektai pateikti anketos 7 klausime. Apklaustųjų nuomonė išdėstyta 2.3.4 Lentelėje.

2.3.4 Lentelė

Kokiais aspektais patrauklūs Kuršėnai

	Dažnumas	Procentai
Savo istorija	30	14
Kultūros paveldo objektais	40	18,6
Gamtovaizdžiu	145	67,4
Viso	215	100

Nenuostabu, kad daugelis respondentų gamtovaizdį įvardino kaip Kuršėnams labiausiai traukos suteikiantį aspektą, nes miestelis išsikūręs ant Ventos upės kranto. Vaizdingas miesto parkas suteikia miesteliui jaukumo. O architektūriniai paminklai tik papildo visą panoramą savo didingumu. Kaip žinia, skirtingi žmonės savaip suvokia patrauklumą, todėl buvo smalsu išsiaiškinti kuo Kuršėnai traukia skirtingų amžiaus grupių respondentus ir pabandyti painterpretuoti gautus rezultatus (2.3.5 Lentelė).

2.3.5 Lentelė

Apklaustųjų amžiaus ir Kuršėnų patrauklumo sąryšis

	KUO TRAUKIA KURŠĖNAI					
	Gamtovaizdžiu		Savo istorija		Kultūros paveldo objektais	
AMŽIUSNUO 18 IKI 25	70	48.3%	10	33.3%	20	50.0%
NUO 25 IKI 35	35	24.1%	10	33.3%	15	37.5%
NUO 35 IKI 45	25	17.2%	5	16.7%	5	12.5%
NUO 45 IKI 55	15	10.3%	5	16.7%		
Viso	145	100.0%	30	100.0%	40	100.0%

Iš gautų duomenų darytinos kelios prielaidos. Pirmiausia, jaunimas nuo 18 iki 25 metų vis labiau vertina natūralumą, t.y. gamtą. To ištakos - tai nuolatiniai masinių informacijos priemonių pranešimai ir raginimai saugoti gamtą. Kita prielaida – kad jaunimas, siekdamas praplėsti savo akiratį dažniau susidomi savo šalies kultūriniu paveldu, istorijos ištakomis

Dar viena įdomi tendencija, tai 45-55 metų amžiaus grupės respondentų pozicija dėl to, kuo juos traukia Kuršėnai – savo istorija. Šiame pasisakyme galima išvelgti apklaustųjų nostalgijos jausmą istorijos įvykiams, su kuriais jie galbūt buvo tiesiogiai susiję ar dalyvavę.

Anketoje buvo suformuluotas klausimas (Nr. 11) apie lankomiausius arba žinomiausius Kuršėnų seniūnijos lankytinus turizmo gamtos ir kultūros paveldo objektus. Atsakymų duomenys, suteikia galimybę įvertinti tiriamojo objekto turistinio patrauklumo potencialą. Šioje vietoje buvo susidurta su vienu didžiausių tyrimo problemų – daugelis apklaustųjų nors nėra aplankę, šiame klausime nurodytų objektų, tačiau apie juos yra girdėję. Viena vertus, tai apsunkino įvertinti Kuršėnų seniūnijos kultūros paveldo ir gamtos objektų lankomumą, tačiau iš kitos pusės – atsakymų duomenys leidžia nustatyti šių turizmo išteklių žinomumą ir traktuoti jį kaip Kuršėnų seniūnijos turizmo išteklių vieną iš potencialių panaudojimo galimybių.

Anketoje tiriamojo arealo turizmo ištekliai buvo padalinti į dvi dalis – gamtinius ir kultūros išteklius. Atsakymų duomenys pateikiami 2.3.6 Lentelė

2.3.6 Lentelė

Lankomiausi / žinomiausieji Kuršėnų seniūnijos gamtos objektai

	APLANKIAU/TEKO GIRDĖTI		NETEKO GIRDĖTI	
	Vnt.	%	Vnt.	%
VARPUTĖNŲ PARKAS	40	18.6%	175	81.4%
KURŠĖNŲ PARKAS	150	69.8%	65	30.2%
MIŠKŲ URĖDIJOS SAUGOMI DRAUSTINIAI	65	30.2%	150	69.8%
REKČIŲ PILIAKALNIS	10	4.7%	205	95.3%
ROMUČIŲ PILIAKALNIS	15	7.0%	200	93.0%
ŠILĖNŲ PILIAKALNIS	45	20.9%	170	79.1%
KALNIŠKIŲ PILIAKALNIS	15	7.0%	200	93.0%
VENTOS UPĖ	205	95.3%	10	4.7%

Kaip matyti iš atsakymų pasiskirstymo, populiariausias lankomas ir gerai žinomas gamtos objektas yra Ventos upė - 95,3% apklaustųjų pažymėjo kaip aplankyta / žinomą objektą. Antroje vietoje – Kuršėnų miesto parkas (69,8%), toliau eina Miškų urėdijos saugomi draustiniai ir Šilėnų piliakalnis, atitinkamai 30,2% ir 20,9% respondentų. Apie kitus gamtinius lankytinus



turizmo objektus Kuršėnų seniūnijoje dauguma apklaustųjų išgirdo pirmą kartą dalyvaudami šioje anketinėje apklausoje.

Kalbant apie kultūros paveldo objektus, pastebėtina, jog jie yra geriau žinomi ir dažniau lankomi, tai dažniausiai susiję su bendraisiais turistų lankytinų vietų poreikiais, t.y. jie kelionės metu tikisi išvysti istorijos eigoje žmogaus sukurtus objektus. Anketos 11 klausime buvo pateikta respondentams 11 kultūros paveldo objektų. Atsakymų rezultatai pateikti 2.3.7 Lentelėje.

2.3.7 Lentelė

Lankomiausi / žinomiausi Kuršėnų seniūnijos kultūros paveldo objektai

	APLANKIAU/TEKO GIRDĖTI		NETEKO GIRDĖTI	
	Vnt.	%	Vnt.	%
KURŠĖNŲ DVARAS	85	39.5%	130	60.5%
KURŠNŲ ŠV. JONO KRIKŠTYTOJO BAŽNYČIA	110	51.2%	105	48.8%
KURŠNŲ KALENDORIŲ MUZIEJUS	30	14.0%	185	86.0%
B. IR B. REDECKŲ KERAMIKOS MUZIEJUS	35	16.3%	180	83.7%
VYTIES PAMINKLAS	35	16.3%	180	83.7%
PAMINKLAS KUNIGO V.DAMBRAUSKO ŽŪTIES VIETOJE	20	9.3%	195	90.7%
PAMINKLAS REZISTENTAMS VENTOS PAKRANTĖJE	40	18.6%	175	81.4%
PAMINKLAS PAVENCIU GELEŽINKELIO STOTYJE	25	11.6%	190	88.4%
TREMTINIŲ KRYŽIUS	25	11.6%	190	88.4%
PAMINKLAS L. IVINSKIUI	45	20.9%	170	79.1%
VARPUTĖNŲ DVARAS	45	20.9%	170	79.1%

Taigi, tyrimo duomenys rodo, kad lankomiausia ir žinomiausia Kuršėnuose yra Šv. Jono Krikštytojo bažnyčia, kurią atsakymuose teigiamai įvardino šiek tiek daugiau nei pusė (51,2%), apklausoje dalyvavusių respondentų. Tai nereiškia, kad jie yra labai religingi, tiesiog įrodo faktą, kad visais laikais bet kokios religijos maldos namai traukė įvairius smalsuolius, t.y. šie architektūriniai objektai turi savitą karmą, kuri traukia. Kitas traukos objektas – Kuršėnų dvaras, jį aplankė ar bent yra girdėję 39,5%. Mano nuomone, dvarų lankomumas siejamas su regiono istorine praeitimi. Turistams smalsu pamatyti kaip kadaise gyveno protėviai.

Šios anketinės dalies rezultatai iš vienos pusės nuvilia, kadangi paaiškėjo, jog aplinkui Šiaulius yra tiek daug įdomių lankytinų vietų, tačiau šiauliečiai apie jas net nežino, kita vertus tyrimas teikia vilties, kad jei tinkamai būtų išnaudojami turimi turizmo objektai ir pasitelktos visos priemonės pagal Kuršėnų seniūnijos turizmo plėtros SSGG analizę, tai šis regionas taptų turistinio susidomėjimo objektu.

## 2.4 Kuršėnų seniūnijos turizmo plėtros SSGG analizė

Norint atlikti Kuršėnų seniūnijos turizmo plėtros SSGG analizę, pirmiausia reikia įvertinti visos šalies turizmo plėtros potencialą. Rengiant Lietuvos turizmo plėtros iki 2015 metų strategija, buvo atlikta SSGG valstybės mastu analizė. Ji pateikta 2.4.1 Lentelėje.

### 2.4.1 Lentelė

#### Lietuvos turizmo plėtros SSGG analizė

Stiprybės	Silpnybės
<p><u>Artimoji (vidinė) aplinka:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Gausūs rekreaciniai ištekliai (ežerai, upės, miškai, pajūris);</li> <li>● Didelis gamtinių gydomųjų išteklių potencialas;</li> <li>● Mažai urbanizuotas kaimo kraštovaizdis;</li> <li>● Gausūs kultūros ir istorijos ištekliai (etnokultūra, architektūra, muziejai, senamiesčiai);</li> <li>● Du turistiniai objektai įtraukti į „UNESCO“ pasaulio kultūros paveldo sąrašą;</li> <li>● Gyventojų svetingumas;</li> <li>● Gerai išvystyta valstybinių parkų sistema;</li> <li>● Santykinai naujas turistinis regionas;</li> <li>● Palyginti su Vakarų Europa santykinai mažesnės turizmo paslaugų kainos (maitinimo, vidaus transporto);</li> <li>● Pakankamai tankus kelių tinklas;</li> <li>● Suformuota šalies turizmo teisinė bazė</li> </ul> <p><u>Tolimoji (išorinė) aplinka:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Istoriniai-kultūriniai bei etniniai ryšiai tarp Lietuvos ir kitų šalių (Lenkija, Latvija, Rusija, Vokietija, Izraelis, JAV);</li> <li>● Patogi geografinė padėtis didelių turizmo rinkų atžvilgiu (Vokietija, Skandinavijos šalys, Suomija, Lenkija, Rusija);</li> <li>● Du ES prioritetiniai transporto koridoriai (Rytai – Vakarai, Šiaurė – Pietūs)</li> </ul>	<p><u>Artimoji (vidinė) aplinka:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Lietuvos kaip valstybės įvaizdžio nepakankamas formavimas;</li> <li>● Teisinė aplinka neskatina turizmo plėtros;</li> <li>● Valstybinio turizmo departamento administravimo statusas neadekvačiai žemas pagal jo funkciją ir tikslus;</li> <li>● Neparengtas kurortų ir rekreacijos įstatymas;</li> <li>● Įvažiavimo sunkumai dėl vizų Rytų rinkos turistams;</li> <li>● Žemos kokybės keleivinio geležinkelių transporto paslaugos;</li> <li>● Neišvystytas vidaus vandenių transportas bei mažųjų uostų ir prieklaukų infrastruktūra;</li> <li>● Blogas Lietuvos pasiekiamumas jūra (nėra keleivinio ir kruizinio terminalo);</li> <li>● Neišvystyta kempingų sistema ir dviračių kelių infrastruktūra;</li> <li>● Nepakankamai išnaudojami ir parengti turistų lankymui kultūros paveldo objektai, gamtiniai, kultūriniai, istoriniai ištekliai;</li> <li>● Valstybinės institucijos nepakankamai skiria dėmesio turizmo plėtrai;</li> <li>● Nepakankami turizmo sektoriaus administravimo pajėgumai savivaldybėse;</li> <li>● Valstybės ir privataus sektoriaus nepakankamos investicijos turizmo sektoriuje;</li> <li>● Neįdiegta nacionalinė turizmo informacijos sistema;</li> <li>● Nepakankama laisvalaikio ir pramogų praleidimo įvairovė;</li> <li>● Nepakankamai išvystyta konferencijų turizmo infrastruktūra;</li> <li>● Turizmo paslaugų tiekėjai nepakankamai dėmesio skiria aptarnavimo kokybei, svetingumui;</li> <li>● Nepakankamai diferencijuotas turizmo produkto pateikimas, atsižvelgiant į regionų (apskričių) specifiką;</li> <li>● Mažas dėmesys turizmo planavimui ir rinkodarai</li> </ul>

	<p>vietiniame lygmenyje;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Nepakankamai vykdomi moksliniai tyrimai turizmo srityje;</li> <li>● Neplėtojami neturistinio sezono produktai;</li> <li>● Nepakankamai išvystyta fizinė infrastruktūra;</li> <li>● Nevaldoma kriminogeninė padėtis šalyje;</li> </ul> <p><u>Tolimoji (išorinė) aplinka:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Blogas Lietuvos pasiekiamumas Vakarų šalių turistams jūros ir sausumos keliais (ypač nepatenkinama Lenkijos kelių būklė ir saugumas keliaujant jais);</li> <li>● Europinių vėžių geležinkelio Via Baltika kryptimi problema;</li> <li>● Lietuvos ambasados ir atstovybės, konsulatai nepakankamai rūpinasi Lietuvos kaip turizmo valstybės įvaizdžio formavimu;</li> <li>● Valstybės institucijos nepakankamai aktyviai skatina užsienio investicijas į rekreacijos ir turizmo objektų plėtrą;</li> <li>● Trūksta informacijos ir turizmo produktų rėmimo užsienio rinkose.</li> </ul>
<p><b>Galimybės</b></p>	<p><b>Grėsmės</b></p>
<p><u>Artimoji (vidinė) aplinka:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Pasinaudojimas ES struktūrinių fondų lėšomis galimybė, įgyvendinant įvairių turizmo paslaugų, infrastruktūros, marketingo projektus;</li> <li>● Efektyvesnis šalies rekreacinio potencialo panaudojimas kitų šalių gyventojams;</li> <li>● Vykstantis šalies ūkio restruktūrizavimas atpalaiduoja darbo ir materialinius išteklius, kurie gali būti racionaliai nukreipiami ir panaudojami turizmo sektoriuje;</li> <li>● Kurortinio turizmo plėtra;</li> <li>● Rengiamos ekonominės verslo šakų strategijos suteiks platesnes galimybes turizmo plėtrai šalyje ir atskiruose turistiniuose regionuose;</li> <li>● Tarpreiginės svarbos turistinių kelių plėtra;</li> <li>● Parengta nacionalinė turizmo informacijos sistema ir ruošiamas jos įdiegimo planas;</li> <li>● Smulkaus ir vidutinio verslo rėmimo ir vystymo skatinimas: kaimo turizmo atžvilgiu;</li> <li>● Šalies mokslinio potencialo efektyvus panaudojimas;</li> <li>● Valstybės biudžeto dalies padidinimas regionų turizmo strategijų parengimui, teritorijų tvarkymui, marketingo ir monitorinio darbams, infrastruktūros plėtotei;</li> <li>● Specialiųjų turizmo produktų poreikis, išplečiantis veiklos sritis (konferencijų, kruizinis, kaimo turizmas, ekoturizmas, aktyvusis poilsis, kultūrinis-pažintinis turizmas);</li> <li>● Investicinės aplinkos gerinimas (patrauklumas);</li> <li>● Svetingumo industrijos paslaugų kokybės gerinimas;</li> <li>● Palankaus turizmo plėtrai pasienio tarnybų darbo užtikrinimas;</li> </ul> <p><u>Tolimoji (išorinė) aplinka:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Stiprėjanti rinkos ekonomika atveria galimybes vietinio ir atvykstamojo turizmo plėtrai;</li> <li>● Stojimas į ES ir tarptautinių ryšių augimas;</li> <li>● Didėjantys turizmo srautai ir rinkų diferenciacija;</li> <li>● Baltijos valstybių kaip vieningo turizmo regiono galimybių išsaugojimas ir bendradarbiavimas turizmo srityje;</li> <li>● Bendrų tarptautinių maršrutų vystymas su kaimyninėmis šalimis;</li> </ul>	<p><u>Artimoji (vidinė) aplinka:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Galima numatytų valstybės ūkio plėtros prielaidų kaita;</li> <li>● Nepakankamas finansavimas turizmo sektoriaus plėtrai skatinti;</li> <li>● Nesugebėjimas sukurti Lietuvos kaip jūrinės valstybės įvaizdžio;</li> <li>● Neracionalus investicijų į turizmą panaudojimas;</li> <li>● Kultūrinio-istorinio ir gamtinio paveldo objektų patrauklumo praradimas;</li> <li>● Baltijos jūros kranto ruožo apsauginės kopos sunykimas;</li> <li>● Rekreacinių išteklių kokybinis ir kiekybinis nykimas;</li> <li>● Nesugebėjimas padidinti turistų srautų;</li> <li>● Nemažėjantis nusikalstamumas;</li> <li>● Turizmo kaimiškojo potencialo mažėjimas</li> </ul> <p><u>Tolimoji (išorinė) aplinka:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Artimų turizmo rinkų konkurencija Lietuvos turizmo produktui;</li> <li>● V Pokario metais palaidotų cheminių medžiagų išsiveržimas į aplinką – ekologinė katastrofa;</li> <li>● Nesugebėjimas pasinaudoti ES struktūriniais fondų ir kitų užsienio paramos fondų lėšomis;</li> <li>● Didėjanti jaunimo migracija į kitus užsienio regionus dėl nedarbo ir šalies ekonominio nuosmukio.</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sumažėjęs atskirų Europos ir Azijos turistinių regionų patrauklumas, padidins paklausą kitiems regionams;</li> <li>• Išnaudojimas plačių Rytų ir Šiaurės Rytų rinkų galimybių.</li> </ul>	
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

Šaltinis: Lietuvos turizmo plėtros iki 2015 metų strategija

Atsižvelgiant į šią, 2002 metais sudarytą Turizmo plėtros iki 2015 metų strategiją, nemažai turizmo srities mokslininkų (A. Rimkevičienė, J. Krumplytė, 2002, I. Žalienenė, L. Žalys, I. Iždonaitė-Medžiūnienė, 2008), pateikė Šiaulių regiono turizmo plėtros SSGG analizes, kurias įdomu palyginti. Jos pateiktos sekančiose 2.4.2 ir 2.4.3 Lentelėse

#### 2.4.2 Lentelė

##### Šiaulių regiono turizmo plėtros SSGG analizė (I)

Stiprybės	Silpnybės
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nemažai turizmui patrauklių kultūros paveldo objektų;</li> <li>• Palankus kraštovaizdis, didelis rekreacinių ir gamtinių išteklių potencialas;</li> <li>• Kuriasi naujos turizmo paslaugų teikimo užsiimančios įmonės;</li> </ul> Pakankamai išplėta Šiaulių turizmo informacijos centro veikla.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dauguma kultūros ir gamtos vertybių nepritaikyta turizmui;</li> <li>• Neišplėta turizmo informacijos sklaida, nepanaudojamos rinkodaros galimybės turizmo įmonėse;</li> <li>• Nepakankamos investicijos į valstybines ir privačias turizmo sektoriaus struktūras;</li> <li>• Nepakankamai efektyvi ir pelninga daugelio apgyvendinimo įmonių veikla, per maža turistams teikiamų pramogų pasiūla.</li> </ul>
Galimybės	Grėsmės
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Išplėstas turizmo sektorius panaudojant Europos Sąjungos struktūrinių fondų lėšas;</li> <li>• Stiprėjanti rinkos ekonomika atvers galimybes vietinio ir atvykstamojo turizmo plėtrai;</li> <li>• Padidėjusios galimybės panaudoti vieningą Baltijos turistinių regioną</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nepakankamai organizuotas Europos Sąjungos struktūrinių fondų lėšų įsisavinimas ir neracionalus jų paskirstymas šalies turizmo sektoriuje;</li> <li>• Sumažėjęs Lietuvos patrauklumas kultūriniu ir gamtiniu požiūriu, tarptautinių standartų neatitinkanti turizmo paslaugų kokybė;</li> <li>• Išaugę turistų srautai į užsienio šalis dėl jų padidėjusio konkurencingumo;</li> <li>• Galimi dažni turizmo plėtotės šalyje prioritetų pokyčiai ir netinkamai realizuojama turizmo plėtros politika</li> </ul>

Šaltinis: A. Rimkevičienė, J. Krumplytė. Turizmo plėtros galimybės Šiaulių regione: problemos ir perspektyvos.// Ekonomika ir vadyba: aktualijos ir perspektyvos, 2004, p.230

#### 2.4.3 Lentelė

##### Šiaulių regiono turizmo plėtros SSGG analizė (II)

Stiprybės	Silpnybės
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Palanki geografinė padėtis;</li> <li>• Daug turistams patrauklių lankytinų kultūros paveldo ir gamtos objektų. Tai sudaro sąlygas plėtoti kultūrinį-pažintinį turizmą;</li> <li>• Mažai urbanizuotas kraštovaizdis;</li> <li>• Intensyvūs entiniai Lietuvos ryšiai su kaimyninių valstybių ir JAV gyventojais, skatina susidomėjimą regionu ir sudaro palankias sąlygas tiek atvykstamojo, tiek vietinio turizmo plėtrai;</li> <li>• Tankus automagistralių ir geležinkelio tinklas;</li> <li>• Palyginti nedidelės turizmo paslaugų kainos;</li> <li>• Kuriasi naujos turizmo paslaugas teikiančios įmonės</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Regiono valdžios dėmesio ir investicijų stoka;</li> <li>• Nesuformuotas turizmui patrauklaus šalies regiono įvaizdis;</li> <li>• Stiprus klimato sezoniškumo poveikis;</li> <li>• Kultūros paveldo objektai nepritaikyti turizmui plėtoti, netvarkomi įvažiavimai;</li> <li>• Menkai išplėta infrastruktūra;</li> <li>• Mažas turizmo paslaugų, tarp jų rekreacijos, pramogų pasirinkimas, kas apriboja savaitgalio turizmo plėtrą;</li> <li>• Turistinės ir aukštos klasės viešbučių bei kempingų trūkumas, netolygi apgyvendinimo paslaugų tinklo plėtra</li> <li>• Apgyvendinimo įmonių nepasirengimas priimti</li> </ul>

(kelionių agentūros, kaimo turizmo sodybos).	neįgalius turistus; ● Erdvių, atskirų konferencijų centrų, orientuotų į tarptautinį lygmenį, nebuvimas; ● Rekreacijos paslaugų ir pramogų stoka; ● Renginių stoka; ● Turistinių maršrutų trūkumas; ● Kompetentingų darbuotojų stoka; ● Inventoriaus nuomos stoka; ● Sunkumai atvykti Rytų rinkos turistams
<b>Galimybės</b>	<b>Grėsmės</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Tarptautinių ryšių gerinimas ir naujų partnerių užsienyje ieškojimas dėl Lietuvos narystės Europos Sąjungoje ir NATO;</li> <li>● Turizmo plėtrą skatinti pasinaudojant Europos Sąjungos struktūriniais fondais;</li> <li>● Gerinti Šiaulių regiono (kaip įdomaus ir saugaus) turizmo įvaizdį;</li> <li>● Plėtoti renginių, festivalių ir unikalių ekspozicijų įvairovę;</li> <li>● Kurti ir įvesti į rinką naujus turizmo produktus, pvz.:                      Regione ežerų gausa sudaro palankias sąlygas vandens turizmui;                      Šiaulių arena ir joje vykstantys renginiai sudaro palankias sąlygas sporto ir pramogų turizmo plėtojimui;</li> <li>● Gerinti turistų aptarnavimo kokybę;</li> <li>● Gerinti turizmo informacijos sklaidą;</li> <li>● Galimybė mokyti turistus liaudies amatų;</li> <li>● Plėtoti konferencijų turizmą;</li> </ul> Piligriminio turizmo plėtra (dėl unikalaus objekto – Kryžių kalno)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Netinkamai organizuotas Europos Sąjungos struktūrinių fondų lėšų panaudojimas ir neracionalus jų paskirstymas šalies turizmo sektoriuje;</li> <li>● Išaugę turistų srautai į užsienio šalis dėl jų padidėjusio konkurencingumo ir dėl kuro kainų kilimo Lietuvoje (pigiau nukeliauti į užsienį);</li> <li>● Šiaulių regionui galės kenkti nepalankaus Lietuvos įvaizdžio apraiškos;</li> <li>● Netolygus dėmesys turizmo rinkodarai;</li> <li>● Nesugebėjimas tolydžiai panaudoti šalies turizmo išteklius;</li> <li>● Didėjanti tarptautinė turizmo konkurencija;</li> <li>● Žalos gamtai ir aplinkai didėjimo grėsmė.</li> </ul>

Šaltinis: I. Žalienė, I. Žalys, I. Iždonaitė-Medžiūnienė. Šiaulių regiono plėtros situacijos analizė. // Ekonomika ir vadyba: aktualijos ir perspektyvos, 2008, p. 402

Per ketverius (2004-2008) metus situacija truputį pasikeitė, tai atsispindi ir abejose SSGG analizėse. Šiaulių universiteto atstovai pateikė kiek platesnę ir konkretesnę Stiprybių, Silpnybių, Galimybių ir Grėsmių analizę. Stiprybės abiem atvejais išlieka tos pačios. Padaugėjo Silpnybių, pradedant renginių stoka, inventoriaus nuomos stoka, turistinių maršrutų stoka baigiant kompetentingų darbuotojų stoka ir klimato sezoniškumo poveikiu. Galimybės irgi išplėstos pastarojoje SSGG analizėje, kur atsiranda renginių, festivalių ir unikalių ekspozicijų įvairovės plėtojimas, konferencijų ir vandens turizmo plėtros galimybės. O Grėsmėse įvardijama žalos gamtai ir aplinkai grėsmė bei netolygus dėmesys turizmo rinkodarai problema. Tiesa A. Rimkevičienė, J. Krumplytė užsiminė, jog jų Šiaulių regiono turizmo sektoriaus SSGG analizėje pateikti tik svarbiausi, ekspertų vertinimu, elementai<sup>103</sup>.

Remiantis šių valstybės ekspertų komisijos ir Šiaulių universiteto mokslininkų sudarytą SSGG analizių duomenimis galima pateikti konkretizuotą Kuršėnų seniūnijos turizmo plėtros Stiprybių, Silpnybių, Galimybių bei Grėsmių analizę 2.4.4 Lentelė

<sup>103</sup> A. Rimkevičienė, J. Krumplytė Turizmo plėtros galimybės Šiaulių regione: problemos ir perspektyvos. // Ekonomika ir vadyba: aktualijos ir perspektyvos, 2004, p.230

Kuršėnų seniūnijos turizmo plėtros SSGG analizė

<b>Stiprybės</b>	<b>Silpnybės</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Palanki geografinė padėtis ir nemažai turistinio patrauklumo kultūros bei gamtos objektų;</li> <li>● Mažai urbanizuotas kraštovaizdis;</li> <li>● Palyginti mažos turizmo paslaugų kainos;</li> <li>● Sąlyginai naujas turistinis regionas;</li> <li>● Vietos gyventojų svetingumas;</li> <li>● Geras kelių ir geležinkelio tinklas (net 2 geležinkelio stotys).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Neišplėtotą turizmo infrastruktūrą (nesutvarkyti įvažiavimo keliai prie lankomų objektų, nėra viešojo WC, etc.)</li> <li>● Trūksta turizmo informacijos (kelio ženklų ir žymėjimų prie lankytinų objektų)</li> <li>● Regiono valdžios dėmesio ir investicijų stoka</li> <li>● Dauguma gamtos ir kultūros išteklių nepritaikyti turizmo reikmėms;</li> <li>● Trūksta turistinės klasės viešbučių bei kempingų;</li> <li>● Renginių stoka;</li> <li>● Mažas pramogų ir rekreacijos pasirinkimas;</li> <li>● Kompetentingo personalo stoka;</li> <li>● Nesuformuotas turizmui patrauklaus regiono įvaizdis;</li> <li>● Turistinių maršrutų nebuvimas;</li> <li>● Inventoriaus nuomos nebuvimas;</li> <li>● Klimato sezoniškumo poveikis.</li> </ul>
<b>Galimybės</b>	<b>Grėsmės</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Palankios gamtinės sąlygos kurti ir steigti kaimo turizmo sodybas;</li> <li>● Plėtoto renginių, mugių, festivalių įvairovė;</li> <li>● Gerinti turistų aptarnavimo kokybę;</li> <li>● Galimybė mokyti turistus liaudies amatų (ypač keramikos)</li> <li>● Pasinaudojus ES struktūrinių fondų lėšomis įgyvendinti turizmo paslaugų infrastruktūros, marketingo projektus;</li> <li>● Specialiųjų turizmo produktų (konferencijų, ekoturizmo, aktyvaus poilsio, etc.) poreikis, išplečiantis veiklos sritis;</li> <li>● Galimybė pritaikyti Ventos upę vandens turizmui ir pramogoms;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Padidėję turistų srautai į užsienio šalis dėl padidėjusio jų konkurencingumo;</li> <li>● Galimi dažni turizmo plėtotės prioritetų pokyčiai ir netinkamai realizuojama turizmo plėtros politika;</li> <li>● Netolygus dėmesys turizmo marketingui;</li> <li>● Žalos gamtai ir aplinkai didėjimo grėsmė;</li> <li>● Rekreacinių išteklių kokybinis ir kiekybinis mažėjimas;</li> <li>● Nemažėjantis nusikalstamumo lygis;</li> <li>● Jaunimo emigracija į miestą ar užsienį dėl nedarbo ir šalies ekonominio nuosmukio;</li> </ul>

Norint sėkmingai realizuoti turizmo plėtotę regione, nepakanka vien tik SSGG analizės, reikia, kad būtų sudarytos tinkamos sąlygos, remiantis analizės duomenimis, jai įgyvendinti. Tam tikslui būtina nusistatyti konkrečius uždavinius ir priemones – papildomai atlikti galimybių studijas, įvertinant turizmo plėtros ir atskirų jo elementų plėtotės poreikį, nustatyti turizmo plėtros prioritetines sritis. Galimybių studijos pasitarnautų vertinant turizmo projektų tikslingumą.

### 3. Naujų turistinių – pažintinių maršrutų po Kuršėnų seniūniją parengimas ir pateikimas

Atsižvelgiant į anketinių duomenų analizę ir Kuršėnų seniūnijos turizmo išteklių inventorizacinę įvertinimą, siūlomi trys turistiniai – pažintiniai maršrutai. Jie skirti turistams, keliaujantiems iš Rygos į Palangą, kitas šiek tiek modifikuotas maršrutas, priderintas keliaujantiems iš Vilniaus į Palangą. Ir trečiasis maršrutas labiau orientuotas į tikslinę – moksleivių – rinką.

#### Ryga – Palanga

Į Kuršėnus atvykstama 10 val.

◆ Kuršėnų miesto parkas, aplankant jame įsikūrusią Kuršėnų (Gruževskių) dvaro sodybą. Joje veikia Kuršėnų amatų centras, kuriame eksponuojama kuršėniškių tautodailininkų eksponatai. Darbo laikas: I – V 8<sup>00</sup>-17<sup>00</sup>. Apsižvalgymo trukmė 20 – 40 min.

Iki kito objekto pėsčiomis trunka nueiti 15 min., autobusu – 10 min.

◆ Kuršėnų Šv. Jono Krikštytojo bažnyčia, kanauninko V. Dambrausko antkapis.

Apsižvalgymo trukmė 15 – 20 min

Iki kito objekto pėsčiomis trunka nueiti 15 min., autobusu – 10 min.

◆ Paminklas L. Ivinskiui ir Kalendorių muziejus, kurio darbo laikas II, III, IV, V 14<sup>00</sup> – 18<sup>00</sup>

Apsižvalgymo trukmė 20– 30 min.

Pailsėti ir pasistiprinti pasirinktinai galima šiose Kuršėnų miesto kavinėse: TACO PICA, Picerija (Vilniaus g. 49, Kuršėnai), „Gūžtvė“ (Pelkės g. 2A, Kuršėnai) arba „Užeiga“ (J. Basanavičiaus g. 7, Kuršėnai). Meniu dominuoja tradiciniai lietuviški patiekalai, kainos nėra didelės. Pietums skiriama 1 val.

◆ B. ir B. Radeckų keramikos muziejus – dirbtuvės. Dirba kasdien pageidaujamu laiku.

Apsilankymo trukmė 20 – 45 min.

Iki kito objekto autobusu 30 min. kelio.

◆ Varputėnų dvaras, kuris yra maždaug už 15 km. Nuo Kuršėnų link Kelmės.

#### Vilnius – Palanga

Į Varputėnų dvarą atvykstama 12 val.

◆ Varputėnų dvaras, kuris yra Varputėnuose, kelyje Kelmė-Šaukėnai-Kuršėnai.

Apsižvalgymo trukmė 20– 30 min.

Iki Kuršėnų miestelio autobusu nuvykstama per 30 min.

♦ Kuršėnų Šv. Jono Krikštytojo bažnyčia, kanauninko V. Dambrausko antkapis.

Apsižvalgymo trukmė 15 – 20 min

Iki kito objekto pėsčiomis trunka nueiti 15 min., autobusu – 10 min.

♦ Paminklas L. Ivinskiui ir Kalendorių muziejus, kurio darbo laikas II, III, IV, V 14<sup>00</sup> – 18<sup>00</sup>

Pailsėti ir pasistiprinti pasirinktinai galima šiose Kuršėnų miesto kavinėse: TACO PICA, Picerija (Vilniaus g. 49, Kuršėnai), „Gūžtvė“ (Pelkės g. 2A, Kuršėnai) arba „Užeiga“ (J. Basanavičiaus g. 7, Kuršėnai). Meniu dominuoja tradiciniai lietuviški patiekalai, kainos nėra didelės. Pietums skiriama 1 val.

♦ Kuršėnų miesto parkas, aplankant jame išikūrusią Kuršėnų (Gruževskių) dvaro sodybą. Joje veikia Kuršėnų amatų centras, kuriame eksponuojama kuršėniškių tautodailininkų eksponatai. Darbo laikas: I – V 8<sup>00</sup>-17<sup>00</sup>.

Apsižvalgymo trukmė 20 – 40 min.

Iki kito objekto autobusu 15 min.

♦ B. ir B. Radeckų keramikos muziejus – dirbtuvės. Dirba kasdien pageidaujamu laiku.

Apsilankymo trukmė 20 – 45 min.

Šie maršrutai orientuoti į bet kokio amžiaus ir socialinės padėties rinkos segmentus, kuriems užtenka patenkinti pažintinius poreikius. Kita vertus, Kuršėnai ir seniūnija turtingi istoriniais paminklais ir lankytinomis vietomis, tai sudaro sąlygas apsvarstyti maršruto Šiauliai-Kuršėnai-Šiauliai parengimą, kuris būtų orientuotas į tikslinius segmentus, tokius kaip studentus, pasirinkusius istorijos discipliną (akcentuotini pirmo kurso studentai) ir mokyklinio amžiaus jaunuoliai, suderinus tokio pobūdžio ekskursiją su švietimo programomis bei pačiomis švietimo įstaigomis. Tiesa, prieš pasiūlant naują produktą rinkai, reikia atlikti tikslinės rinkos segmentų poreikio analizes, kurios padėtų konkretizuoti maršrutą.

Pats produkto kūrimas yra pakankamai ilgas ir sudėtingas procesas. I. Vainienė teigia, kad produkto kūrimo procesas apima šiuos etapus<sup>104</sup>:

---

<sup>104</sup> I. Vainienė. Kaimo turizmo organizavimas. Vilnius, 2001, p. 270



1. Idėjų generavimas - jos apčiuopiamos, kalbantis su vartotojais, stebint konkurentų veiklą;
2. Idėjų atranka. Tikslas – atrinkti realiai įgyvendinamą, ekonomiškai tikslingą idėją. Šiame etape būtinai reikia įvertinti idėjos būsimojus kaštus, pelną, investicijų dydį ir atsipirkimo laiką. Tik šie duomenys parodys ar verta diegti naują idėją;
3. Naujos paslaugos ruošimas ir koncepcijos tikrinimas;
4. Marketingo strategijos ruošimas.

Čia pasiūlytas tik galimos paslaugos (t.y. ekskursijos) maršrutas, neatsižvelgiant į išvardintus naujo produkto kūrimo proceso etapus.

Istorinis – pažintinis maršrutas Šiauliai-Kuršėnai-Šiauliai

Atvykstama 9 val. ryto.

◆ Romučių ir Rekčių piliakalniai.

Apsižvalgymo trukmė iki 30 min. prie kiekvieno piliakalnio.

◆ Mitologinės vertės objektai – Gaidpilės kalnas, Martyno akmuo, Laumės akmuo.

Apsižvalgymo trukmė iki 15 min. prie kiekvieno objekto

◆ Kuršėnų pasaulinių karų karių kapinės ir žymių žmonių lankytinos kapavietės. Vyčio paminklas-Lietuvos Nepriklausomybės paminklas, skirtas Lietuvos Nepriklausomybės dešimtmečiui; Tremtinių kryžius;

Apsižvalgymo trukmė 15 - 20 min. kiekvienam objektui.

Laikas skirtas pasistiprinti pietumis 1 val.

◆ Kuršėnų Kalendorių muziejus, Tautodailės ir amatų centras Gruževskių dvare.

Apsilankymo trukmė 20 – 30 min.

◆ B. ir B. Radeckų keramikos muziejus – dirbtuvės.

Apsilankymo trukmė 30 – 45 min.

◆ Varputėnų dvaras.

Grįžtama į Šiaulius 15 val.

Tačiau reikia pažymėti, kad maršruto trukmė priklauso nuo poreikio, nes jei ekskursija yra šviečiamojo istorinio pobūdžio, tai lankant kiekvieną atskirą objektą, turi būti skirta laiko jo istorijai pateikti (gido paslaugos arba pedagogų pristatymai).

Šiuos maršrutus palankiausia organizuoti šiltuoju sezonu (pradedant gegužės mėnesiu, baigiant rugsėjo mėnesiu), darbo dienomis, t.y. nuo pirmadienio iki penktadienio (atsižvelgiant į muziejų darbo laiką).

Turistinės grupės neturėtų būti didelės, iki 20 žmonių. Kadangi būtų tik 1 aptarnaujantis gidas, vietinis Kuršėnų gyventojas, kuris gerai pažintų miestelio apylinkes ir istoriją. Kalbant apie istorinį – pažintinį maršrutą, gido funkcijas perimtų turistų (moksleivių) grupę lydintis pedagogas, su pasiruoštu objektų pristatymu.

Siekiant, kad šie turistiniai(istorinis) – pažintiniai maršrutai, kaip Kuršėnų seniūnijos turizmo produktas, pasiektų vartotojų rinką yra būtina tinkama informacijos sklaida.

**Turizmo produkto pateikimo vietos:**

- ▶ Šiaulių, Rygos, Vilniaus Turizmo informavimo centrai;
- ▶ VIVATTUR – tarptautinė turizmo, sporto ir laisvalaikio paroda, rengiama kasmet Vasario mėnesio pabaigoje, trunkanti tris dienas. Šioje parodoje Šiaulių apskritis turi atskirą informacinį stendą, kuriame ir siūloma reklamuoti Kuršėnų seniūniją bei siūlomus turistinius - pažintinius maršrutus;
- ▶ Žiniasklaidos priemonės – regioninė spauda, vietinės televizijos bei radijo laidos;
- ▶ Kiti renginiai.

**Turizmo produkto pateikimo būdai:**

- ◆ Lankstinukai, skrajutės;
- ◆ Katalogai;
- ◆ Reklaminiai skelbimai;
- ◆ Regioninės televizijos ir radijo laidos, pristatant Kuršėnų seniūniją, kaip turistinį regioną.

## IŠVADOS

Turistika – taikomųjų turizmo mokslų ir turizmo infrastruktūros sistema. Jos esmę apsprendžia pagrindinės sudedamosios dalys, šiuo atveju buvo ištirtos ir aptartos šios – turistas, kaip subjektas, industrija, kaip objektas ir produktas, kaip dalykas. Kiekvienas iš šių elementų taip pat yra daugiasluoksniai dariniai, turintys savo charakteristikas ir specifiką. Atsižvelgiant į turizmo produkto sudėtingumą, jo egzistavimas priklausomas nuo turimų šalies, regiono turizmo išteklių – gamtinių ir kultūros paveldo – ir resursų – apgyvendinimo, maitinimo, informacijos, susisiekimo (transporto) bei pramogų sąveikavimo tarpusavyje. Beje, pats turizmo produkto egzistavimas įtakojamas ne vien turimų išteklių kiekiu, bet ir požiūrio į jų pritaikymo galimybių išnaudojimą, siekiant sukurti kuo įvairesnį, konkurencingesnį ir patrauklesnį turizmo produktą ir paslaugų kompleksą.

Turizmo ištekliai – tai atitinkamos teritorijos ar atskirų gamtos, kultūros, socialinės, ūkio bei valdymo paskirties objektų vertybės ir galimybės tenkinti turistų poreikius. Kitaip sakant, turizmo ištekliai – visa tai, kas turi turistinį interesą. Pagal turizmo išteklių charakteristikas, savybes ir ypatybes galima išskirti dvi dideles jų grupes. Pirmą, tai rekreaciniai ištekliai, į kurių sudėtį įeina: gamtos, kultūros paveldo objektai bei turizmo paslaugų ir poilsio infrastruktūros pastatai ir objektai, esantys kurortuose, rekreacinėse ir saugomose teritorijose, taip pat turistinės trasos, apžvalgos aikštelės ir kt. Antroji turizmo išteklių grupė – specialaus poreikio objektai, kaip pavyzdžiui, pramogų centrai, konferencijų salės, muziejai ar galerijos. Turizmo išteklių gausa verčia juos klasifikuoti pagal tam tikras kategorijas, kurios dažnai priklauso ir nuo regiono ypatybių ir savitumų. Pagrindinės turizmo išteklių specifikos, kurios atskleidžia jų patrauklumą yra: unikalumas, pažintinė vertė, rekreacinė vertė, žinomumas (populiarumas), egzotiškumas, išreikštumas ir išsaugomumas.

Kuršėnų seniūnijos turizmo išteklių tyrimas leidžia parodyti, kad kiekybiniu požiūriu iš esamų turistinio intereso turinčių objektų galima sukurti patrauklų turizmo produktą vietiniams bei atvykstantiems turistams. Tokio produkto silpnosios pusės yra – menka informacijos sklaida, pavyzdžiui, trūksta kelio žymėjimų ir ženklinių ties lankytiniais objektais. Be to mažokai viešinami įvairūs Kuršėnuose vykstantys renginiai, kurie pritrauktų didesnę skaičių turistų. Kiti resursai – apgyvendinimo, maitinimo, susisiekimo (transporto) ir pramogų sferos yra pakankamai išvystytos, bent jau patenkinti minimalius vartotojų poreikius.

Kuršėnų seniūnijos turizmo plėtros SSGG analizė nuteikia optimistiškai, tiek stiprybių, tiek galimybių šis regionas turi nemažai. Bet yra ir kita medalio pusė – nepakankamas

valdančiųjų institucijų dėmesys konkreitiems objektams finansavimo požiūriu. Mano manymu, didžiausia problema – iniciatyvos trūkumas. Kadangi yra galimybė pasinaudoti Europos Sąjungos struktūrinių fondų parama turizmo plėtrai, tačiau teikti su turizmu susijusius kultūros objektų restauracijos ar kitokius projektus iniciatyva atsispindi tik popieriuose. Įgyvendinant SSGG analizėje pateiktus galimybių įgyvendinimo veiksmus, būtų padėtas pamatas kardinaliai pakeisiantis Kuršėnų seniūnijos turizmo padėtį visos valstybės atžvilgiu.

## REKOMENDACIJOS

Siekiant geriau atskleisti Kuršėnų seniūnijos turizmo išteklių panaudojimo galimybes, rekomenduojama:

Daugiau dėmesio skirti moksliniams tyrimams (ekonomikos, marketingo, etc.), kurie ištirtų ir pateiktų turizmo plėtros galimybių studijas ir analizes.

Skatinti iniciatyvinius projektų, susijusių su turizmo veikla, rengimus bei įgyvendinimus, kadangi yra palankios sąlygos tokiems projektams remti iš Europos Sąjungos struktūrinių fondų.

Įrengti poilsio / sustojimo aikšteles prie lankytinų gamtos ir kultūros paveldo objektų.

Palengvinant bet kokios kelionės organizavimą, įrengti informacinius kelio ženklus, nurodančius lankomo objekto kryptį ir / ar pavadinimą.

Pasinaudoti ne tik įvairiomis viešosios informacijos priemonėmis, reklamuojant miestelio įvykius ir šventes, bet ir skirti papildomų lėšų reklaminiams standams, bukletams, skrajutėms apie Kuršėnų lankytinus gamtos bei kultūros paveldo objektus Turizmo Informaciniuose centruose, miestelio apgyvendinimo ir maitinimo įstaigose.

Autorės sukurtas ir pasiūlytas rekomendacinio pobūdžio turistinis – pažintinis maršrutas po Kuršėnų apylinkes. Sukurtos trys galimos maršruto variacijos, tai : Ryga – Palanga, Vilnius – Palanga, Šiauliai – Kuršėnai – Šiauliai. Pastarasis skirtas tikslinei rinkos daliai – moksleiviams ir studentams. Be to numatytas jo pateikimo būdai ir priemonės. Apgalvota jo trukmė, galimas pateikimo laikotarpis (sezoniškumas), turistinės grupės dydis ir viena darbo vieta gidui. Šis maršrutas (jo variantai) pateiktas kaip vienas iš turizmo išteklių panaudojimo galimybių scenarijus tik dar kartą įrodo, kad turint tokį turizmo išteklių potencialą, galima sukurti patrauklų turizmo produktą, kuris tenkintų įvairaus lygio tikslinės rinkos dalį.

## LITERATŪRA

1. Astromkienė A., Sirusienė R. Poilsis kaime. Knyga sodybų šeimininkams. 2002, Kaunas [Žiūrėta 2007-10-02] Prieiga per internetą:  
[http://www.countryside.lt/documents/KT\\_organizavimas.doc](http://www.countryside.lt/documents/KT_organizavimas.doc)
2. Bagdonienė L., Hopenienė R. Paslaugų marketingas ir vadyba. KTU, Kaunas, 2004
3. Bronės ir Broniaus Radeckų keramikos muziejus. [Žiūrėta 2008-06-10] Prieiga per internetą: [www.muziejai.lt/Siauliai/rudecku\\_keramikos\\_muziejus.htm](http://www.muziejai.lt/Siauliai/rudecku_keramikos_muziejus.htm);  
[www.samogit.lt/zurnalas/2005\\_3\\_siauliu\\_rajonas.htm](http://www.samogit.lt/zurnalas/2005_3_siauliu_rajonas.htm)
4. Bucevičiūtė J. Parapijų raidos tendencijos Telšių vyskupijoje po II pasaulinio karo. [Žiūrėta 2008-06-06] Prieiga per internetą: [http://zam.mch.mii.lt/Mokslas/parapiju\\_istorija.htm](http://zam.mch.mii.lt/Mokslas/parapiju_istorija.htm)
5. Damulienė A. Tourism Infrastructure in Lithuania. Theoretical and practical aspects.// - Organizacijų vadyba: sisteminiai tyrimai, 2003, Nr. 26, p 77-87
6. Darnusis turizmas. Turizmo esmė, sąvoka [Žiūrėta 2008-06-04] Prieiga per internet:  
[www.ku.lt/coastlearn/tourism/introduction.html](http://www.ku.lt/coastlearn/tourism/introduction.html)
7. EPD`2007 metų visuomenei pristatomi objektai Šiaulių apskrityje. [Žiūrėta 2008-12-03] Prieiga per internetą: [http://www.heritage.lt/epd/2007/siauliai/siauliai\\_obj.htm](http://www.heritage.lt/epd/2007/siauliai/siauliai_obj.htm)
8. Europos bendrijų komisija. A renewed EU Tourism Policy: Towards a stronger partnership for European Tourism. [Žiūrėta 2009-04-08] Prieiga per internetą:  
[http://ec.europa.eu/enterprise/tourism/docs/communications/com2006\\_013401\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/enterprise/tourism/docs/communications/com2006_013401_en.pdf)
9. Grabažienė M., Tauterienė S. Kuršėnų miesto ir Kuršėnų kaimiškosios seniūnijos kultūros vertybių sąrašas.-Kuršėnai, 2003, Klaipėda, p. 485-490
10. Grecevičius P., Armaitienė A., Junevičienė O. Turizmas, 2002, Kauno kolegija, Klaipėdos universitetas
11. Infrastruktūra. Vikipedija laisvoji enciklopedija. [Žiūrėta 2008-12-03] Prieiga per internetą:  
<http://lt.wikipedia.org/wiki/infrastrukt%C5%Abra>
12. Kai kurių Lietuvos vietovių geografinės koordinatės. [Žiūrėta 2008-12-03] Prieiga per internetą: <http://mokslasplius.lt/astronomija/book/export/html/1085>
13. Kuršėnai. [Žiūrėta 2009-04-11] Prieiga per internetą: [www.kursenai.lt](http://www.kursenai.lt)
14. Kuršėnai-puodžių sostinė.// Šiaulių kraštas [Žiūrėta 2008-06-04] Prieiga per internetą:  
[www.skrastas.lt/?data=2008-05-28&rub=1144745056&id=1211814570](http://www.skrastas.lt/?data=2008-05-28&rub=1144745056&id=1211814570)
15. Kuršėnų dvaro parkas. [Žiūrėta 2008-10-17] Prieiga per internetą:  
<http://www.oginski.lt/PARKAI/kursparkai.lt.htm>

16. Kuršėnų kaimiškoji seniūnija. Laisvoji enciklopedija Vikipedija. [Žiūrėta 2008-06-04]  
Prieiga per internetą:  
[http://lt.wikipedia.org/wiki/Kur%C5%A1%C4%97n%C5%B3\\_kaimi%C5%A1koji\\_seni%C5%Abnija](http://lt.wikipedia.org/wiki/Kur%C5%A1%C4%97n%C5%B3_kaimi%C5%A1koji_seni%C5%Abnija)
17. Kuršėnų Šv. Jono Krikštytojo bažnyčia. Laivoji enciklopedija Vikipedija [Žiūrėta 2008-06-04] Prieiga per internetą:  
[http://lt.wikipedia.org/wiki/Kur%C5%A1%C4%97n%C5%B3\\_%C5%A0v.\\_Jono\\_Krik%C5%A1tytojo\\_ba%C5%BEny%C4%8Dia](http://lt.wikipedia.org/wiki/Kur%C5%A1%C4%97n%C5%B3_%C5%A0v._Jono_Krik%C5%A1tytojo_ba%C5%BEny%C4%8Dia)
18. Leidner R. The European Tourism industry. A multi-sector with dynamic markets. Structures, developments and importance for Europe`s economy. 2004 [Žiūrėta 2009-04-08]  
Prieiga per internetą:  
[http://ec.europa.eu/enterprise/tourism/docs/studies/european\\_tourism\\_industry\\_2004/european\\_tourism\\_industry\\_2004\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/enterprise/tourism/docs/studies/european_tourism_industry_2004/european_tourism_industry_2004_en.pdf)
19. Lickorish L.J., Jenkins C.L An Introduction to Tourism, 1997 [Žiūrėta 2008-12-03] Prieiga per internetą:  
[http://books.google.com/books?id=5Zt\\_11xDA98C&printsec=frontcover&hl=lt](http://books.google.com/books?id=5Zt_11xDA98C&printsec=frontcover&hl=lt)
20. Lietuvos Respublikos Terminų bankas. [Žiūrėta 2008-12-03] Prieiga per internetą:  
<http://www3.lrs.lt:10001/pls/tb/tb.search>
21. Lietuvos Respublikos Turizmo įstatymas, 2002 [Žiūrėta 2008-06-04] Prieiga per internetą:  
[http://www3.lrs.lt/pls/inter3/dokpaieska.showdoc\\_l?p\\_id=197451](http://www3.lrs.lt/pls/inter3/dokpaieska.showdoc_l?p_id=197451)
22. Lietuvos tarybinė enciklopedija, T4, leidykla „Mokslas, Vilnius, 1978, p. 468
23. Lukienė S. Laurynas Ivinskis ir jo kalendoriai.- Kuršėnai, 2003, Klaipėda, p. 300-306
24. Merkys G. Pedagoginio tyrimo metodologijos pradmenys. 2003, Šiauliai
25. Nesavitė R. Įžymieji Kuršėnų krašto žmonės.-Kuršėnai, 2003, Klaipėda, p. 287-299
26. Rimkevičienė A, Krumplytė J. Turizmo plėtros galimybės Šiaulių regione: problemos ir perspektyvos.// Ekonomika ir vadyba: aktualijos ir perspektyvos, 2004, p.230
27. Rimkus V. Puodžių sostinė.-Kuršėnai, 2003, Klaipėda, p. 307-320
28. Rimša E. Kuršėnų miesto herbas.-Kuršėnai, 2003, Klaipėda, p. 33-34
29. Salatkienė B. Kuršėnų krašto archeologijos paminklų ir jų tyrinėjimų apžvalga.-Kuršėnai, 2003, Klaipėda, p. 12-34
30. Skerstonienė A. Lietuvos turizmo ištekliai. Vilnius, 2002, p.128
31. Spiriajevas E., Morkvėnaitė J., Verkulevičiūtė D. Joniškio rajono turizmo išteklių analizė ir plėtros galimybių studija (Santrauka iš "Šiaurės Lietuvos ir pietų centrinės Latvijos turizmo

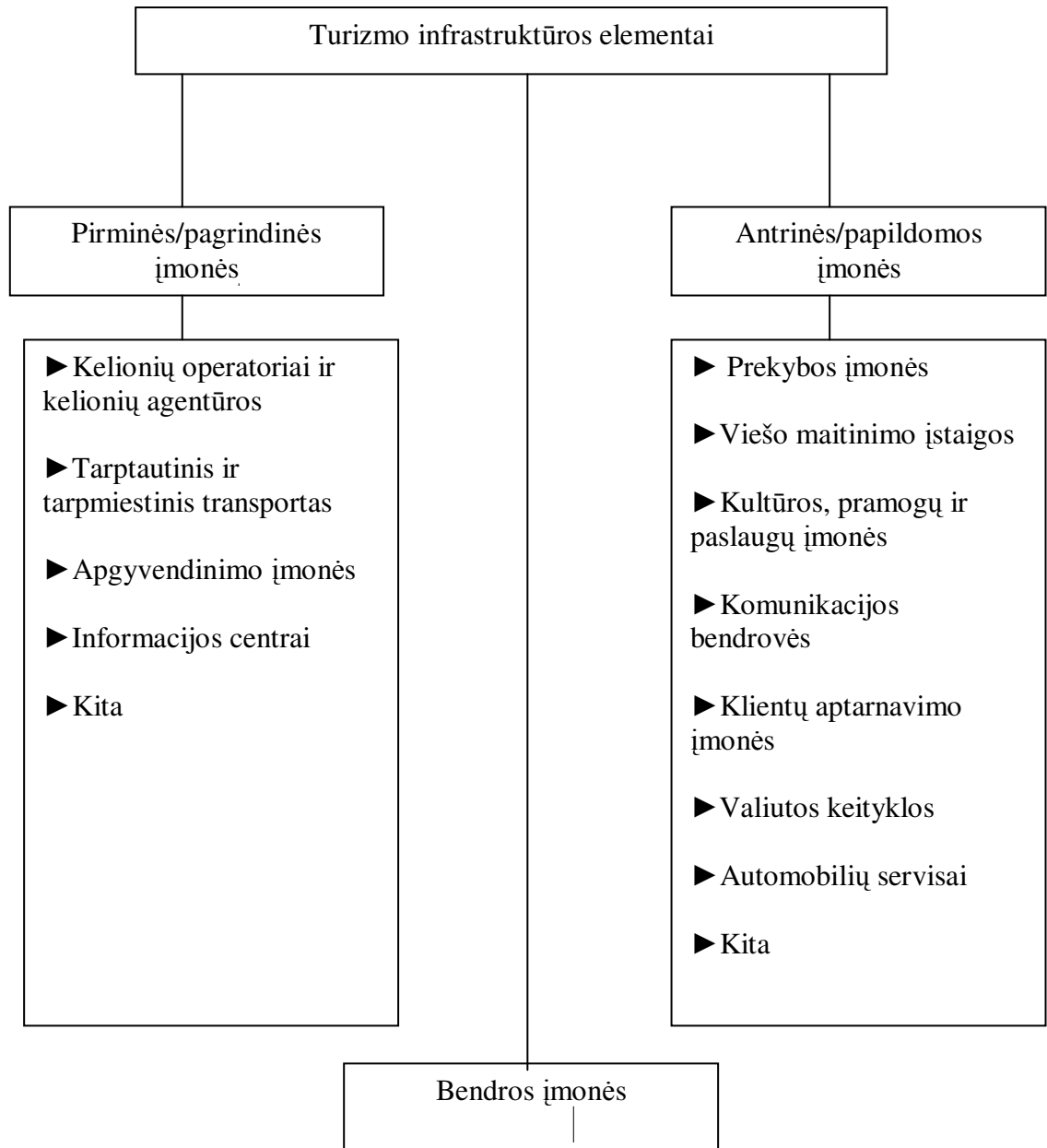
- išteklių analizė ir plėtros galimybių studijos") [Žiūrėta 2008-06-03] Prieiga per internetą:  
[www.tourism.lt/dom/docs/256\\_joniskio\\_rajono\\_turizmo\\_pletros\\_galimybiu\\_studija.doc](http://www.tourism.lt/dom/docs/256_joniskio_rajono_turizmo_pletros_galimybiu_studija.doc)
32. Statistikos departamento duomenys. [Žiūrėta 2009-04-21]. Prieiga per internetą:  
[www.stat.gov.lt/uploads/docs/IT\\_NU\\_20070810.doc](http://www.stat.gov.lt/uploads/docs/IT_NU_20070810.doc)
33. Spurgevičius P. Kuršėnų Šv. Jono Krikštytojo bažnyčia.-Kuršėnai, 2003, Klaipėda, p. 57-73
34. Spurgevičius P. Micaičių Jėzaus Nukryžiuotojo koplyčia.-Kuršėnai, 2003, Klaipėda, p. 78-80
35. Stepanovič A., Gražulis A. Dėl paveldosaugos situacijos Šiaulių rajono savivaldybėje. [Žiūrėta 2008-12-02] Prieiga per internetą:  
[http://www2.lrs.lt/kt\\_inst/pamink/dokumentai/2007\\_10\\_05/Siauliu\\_raj.doc](http://www2.lrs.lt/kt_inst/pamink/dokumentai/2007_10_05/Siauliu_raj.doc)
36. Tamošaitis R. Kuršėnų miesto kapinių istorija. [Žiūrėta 2008-12-02] Prieiga per internetą:  
<http://www.ivinskis.kursenai.lm.lt/kapai/turinys.html>
37. Turizmas. Turizmo rūšys ir formos. [Žiūrėta 2007-11-18] Prieiga per internetą:  
[www.zaliejituristai.lt/index.php?&page=9&id=239](http://www.zaliejituristai.lt/index.php?&page=9&id=239)
38. Turizmo ir rekreacijos schemų ir planų (projektų) rengimo taisyklės, 2004 [Žiūrėta 2008-06-04] Prieiga per internetą: [www.am.lt/VI/files/0.434962001175670171.doc](http://www.am.lt/VI/files/0.434962001175670171.doc)
39. Turizmo plėtros iki 2015 metų strategija [Žiūrėta 2007-10-14] Prieiga per internetą:  
[www.tourism.lt/nsv/index\\_veikla.html](http://www.tourism.lt/nsv/index_veikla.html)
40. Turizmo plėtros strategijos koncepcija.[Žiūrėta 2008-05-14] Prieiga per internetą:  
[www.lrti.lt/veikla/proj\\_TurPletrStrat.doc](http://www.lrti.lt/veikla/proj_TurPletrStrat.doc)
41. Valstybės saugomų gamtos paveldo objektų sąrašas, 2005. [Žiūrėta 2008-10-17] Prieiga per internetą: <http://medziai.apicentras.lt/?id=3&subid=1&file=13>
42. Varputenų Šv. Antano Paduviečio bažnyčia. Laivoji enciklopedija Vikipedija. [Žiūrėta 2008-06-04] Prieiga per internetą:  
[http://lt.wikipedia.org/wiki/Varput%C4%97n%C5%B3\\_%C5%A0v.\\_Antano\\_Paduvie%C4%8Dio\\_ba%C5%BEny%C4%8Dia](http://lt.wikipedia.org/wiki/Varput%C4%97n%C5%B3_%C5%A0v._Antano_Paduvie%C4%8Dio_ba%C5%BEny%C4%8Dia)
43. Žalienė I., Žalys L., Izdonaitė-Medžiūnienė I. Šiaulių regiono plėtros situacijos analizė.//Ekonomika ir vadyba: aktualijos ir perspektyvos, 2008, p. 402
44. Žukauskienė G. Technika ir jos panaudojimas Kuršėnų krašte tarpukariu.-Kuršėnai, 2003, Klaipėda, p. 239-265
45. Дурович А.П. Маркетинг в туризме. Минск. 2001
46. Квартальнов В. А. Туризм. Москва. 2003
47. Квартальнов В. А.. Теория и практика туризма. Москва. 2003, p. 24-25
48. Кусков А. С, Джаладян Ю. А. Основы туризма. Москва. 2008, p. 57-60



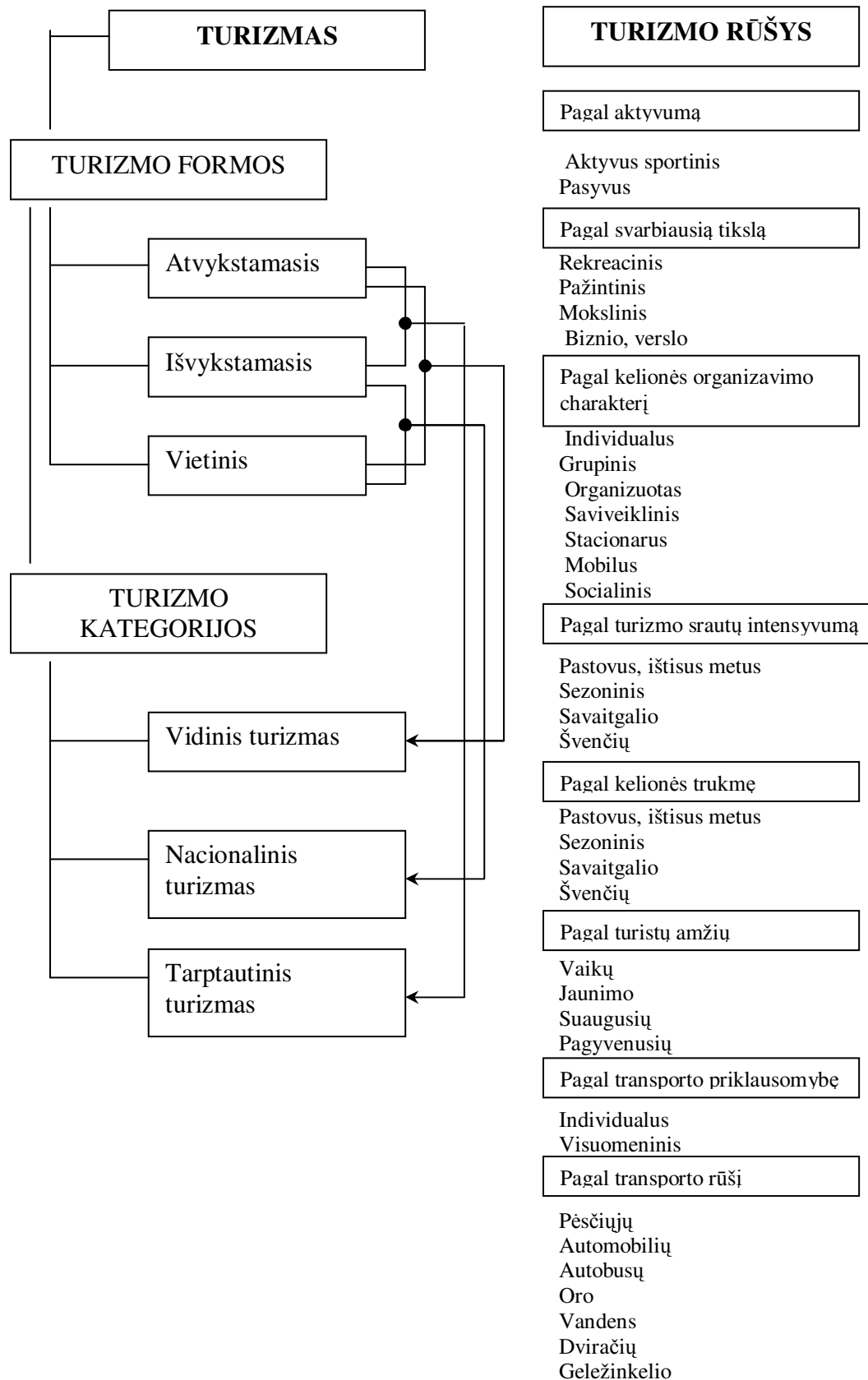
49. Симкин Л., Дибб С. Практическое руководство по сегментированию рынка. 2002  
[Žiūrėta 2009-04-21] Prieiga per internetą: <http://marketing.spb.ru/lib-research/swot.htm>
50. Харрис Г., Кац К. М. Стимулирование международного туризма в XXI веке. Москва. 2000, p. 55-68

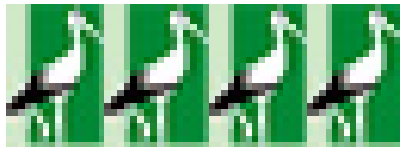
## **PRIEDAI**

Turizmo infrastruktūra



TURIZMO FORMOS, RŪŠYS, KATEGORIJOS





## Anketa

**GERBIAMIEJI, KVIEČIU JUS DALYVAUTI APKLAUSOJE „KURŠĖNŲ SENIŪNIJOS TURIZMO IŠTEKLIŲ PANAUDOJIMO GALIMYBĖS“, KURIA ATLIEKA ŠIAULIŲ UNIVERSITETO TURIZMO VADYBOS MAGISTRANTĖ Laura Galvelytė.**

**Tyrimo TIKSLAS:** įvertinti Kuršėnų bei jų apylinkėse esančių lankytinų vietų situaciją **ANKETA ANONIMINĖ.** Vardo ir pavardės nurodyti nereikia. Apklausos rezultatai bus naudojami magistro tiriamajame darbe statistiškai apibendrinti, todėl konfidencialumas garantuotas. **Užtruksite vos keletą minučių. Maloniai kviečiu į klausimus atsakyti kiek galima nuoširdžiau. Anketos pildymo nurodymai, parašyti skliaustuose pasvirusiu šriftu.**

IŠ ANKSTO DĖKOJAME UŽ JŪSŲ ATSAKYMUS ☺☺☺

**1. Ar mėgstate keliauti?**

*Tinkamą atsakymą žyškėkite X*

- taip
- ne

**2. Kas sulaukia daugiausia Jūsų dėmesio keliaujant?:**

*(galimi keli atsakymai)*

- Muziejai ir įvairios parodos, ekspozicijos
- Dvarai, pilys, kt. Architektūros paminklai
- Gamtinė aplinka (parkai, sodai, etc.)
- Paminklai
- Prekybos centrų lankymas

**3. Su kuo mėgstate keliauti:**

- su šeima
- su draugais
- su kolegomis
- vienas
- kita \_\_\_\_\_

**4. Kuris metų laikas Jums tinkamiausias keliauti:**

*(galimi keli atsakymai)*

- Vasara
- Ruduo
- Žiema
- Pavasaris

**5. Kokį poilsio praleidimo būdą mėgstate labiausiai:**

- Aktyvų (turistinės/pažintinės kelionės, slidinėjimas, jodinėjimas)
- Pasyvų (poilsinės kelionės, gulėjimas paplūdimyje, žvejyba, etc.)

**6. Koks keliavimo būdas jums priimtinausias / dažniausiai naudojātės:**

*Tinkamą atsakymą kiekvienoje eilutėje žyškėkite X*

	1 (visai ne)	2 (retai)	3 (kartais)	4 (dažnai)	5 (visada)
<i>Pėsčiomis</i>					
<i>Lengv.automobiliu</i>					
<i>Dviračiu/ketturačiu</i>					
<i>Motociklu</i>					
<i>Traukiniu</i>					
<i>Autobusu</i>					
<i>Arkliais</i>					
<i>Baidarėmis</i>					
<i>Lėktuvu</i>					

**7. Kuo Jūsų manymu turistus traukia Kuršėnai ir miestelio apylinkės:**

**Kuršėnuose**

- Gamtovaizdžiu ( Ventos upė, miesto parkai, piliakalniai etc. )
- Savo istorija
- Kultūros paveldo objektais ( dvarai, malūnai, muziejai, etc.)
- Gera turizmo infrastruktūra ( susisiekimas, apgyvendinimas, maitinimas, laisvalaikio organizavimas, etc. )

**8. Iš kur gavote informacijos apie lankytinas vietas**

- Internete
- Spaudoje
- Draugų/pažįstamų rekomendacijos
- Turizmo įmonėse
- Kita

**9. Ar pakanka informacijos apie Kuršėnų lankytinus turizmo objektus?**

- Taip
- Ne

**10. Kokių informacijos priemonių apie Kuršėnuose esančias lankytinas vietas trūksta?**

- Lankstinukų/skrajučių
- Informacijos spaudoje/televizijoje/internete
- Kvietimų aplankyti (parodas, muziejus, miesto šventes, etc. )
- Draugų/pažįstamų rekomendacijų

11. Pažymėkite, kuriuos Kuršėnų gamtos ir kultūros objektus esate aplankę / visai neteko girdėti:

<b>Gamtiniai ištekliai</b>	<i>Aplankiau</i>	<i>Neteko girdėti</i>	<b>Kultūros ištekliai</b>	<i>Aplankiau</i>	<i>Neteko girdėti</i>
Varputėnų parkas			Varputėnų dvaras		
Kuršėnų parkas			Kuršėnų dvaras		
Miškų urėdijos saugomi draustiniai			Kuršėnų Šv. Jono krikštytojo bažnyčia		
Rėkčių piliakalnis			Kuršėnų kalendorių muziejus		
Romučių piliakalnis			Bronės ir Broniaus Rudeckų keramikos muziejus		
Šilėnų piliakalnis			Vyties paminklas		
Kalniškių piliakalnis			Paminklas kunigo Vaclovo Dambrausko žūties vietoje		
Ventos upė			Paminklas rezistentams Ventos pakrantėje		
Kita _____			Paminklas Pavenčių geležinkelio stoties kiemelyje		
			Tremtinių kryžius		
			Paminklas L. Ivinskui		
			Kita _____		

12. Ivardinkite Kuršėnų apylinkės lankytinų objektų privalumus.

- Informacijos gausa ir geras jos pasiekiamumas apie lankytinus objektus
- Įdomūs gamtos paminklai
- Vertingi kultūriniai objektai
- Patogus privažiavimas prie turistinių objektų.
- Kita \_\_\_\_\_

13. Ivardinkite Kuršėnų apylinkės lankytinų objektų trūkumus.

- Informacijos trūkumas apie lankytinus objektus
- Neįdomūs kultūriniai objektai
- Įvairesnio pobūdžio muziejų trūkumas
- Nepatogus muziejų darbo laikas
- Nepatogus privažiavimas prie turistinių objektų.
- Kita \_\_\_\_\_

14. Jūsų lytis:

- vyras
- moteris

15. Jūs gyvenate:

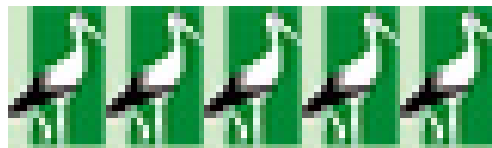
- mieste
- kaime

16. Jūsų amžius:

- nuo 18 m. iki 25 m.
- nuo 25 m. iki 35 m.
- nuo 35 m. iki 45 m.
- nuo 45 m. iki 55 m.
- virš 55 m.

17. Jūsų užimtumas:)

- dirbate
- mokotės/studijuojate
- bedarbis
- gaunate senatvės pensiją



**Namų ūkių apsirūpinimas asmeniniais kompiuteriais ir naudojimasis internetu**

Procentais

	2000	2001	2002	2003 I ketv.	2004 I ketv.	2005 I ketv.	2006 I ketv.	2007 I ketv.
Namų ūkiai, turintys asmeninį kompiuterį	5,3	8,5	12,0	19,3	25,0	29,0	36,5	42,0
Namų ūkiai, turintys interneto prieigą namuose	2,3 <sup>1</sup>	3,2 <sup>1</sup>	4,1 <sup>1</sup>	6,2	10,6	14,4	31,7	40,3

<sup>1</sup> Tik per asmeninį kompiuterį, t. y. neįskaitant naudojimosi internetu per mobilųjį telefoną ar kitus prietaisus.

Šaltinis: LR Statistikos departamentas

**Asmenys, kurie naudojami kompiuteriu ir internetu**

Visi asmenys atitinkamos amžiaus grupės = 100, procentais

	Visi 16–74 metų amžiaus asmenys	iš jų pagal amžiaus grupes, metų					
		16–24	25–34	35–44	45–54	55–64	65–74
<b>Asmenys, kurie naudojami kompiuteriu</b>							
2004 m. I ketvirtis	37,0	82,5	44,3	36,5	26,3	11,2	3,1
2005 m. I ketvirtis	41,5	80,6	54,8	44,1	32,9	12,1	2,4
2006 m. I ketvirtis	46,7	88,1	63,0	50,3	36,9	14,8	3,6
2007 m. I ketvirtis	51,8	91,1	70,9	59,0	41,3	18,6	4,5
<b>Asmenys, kurie naudojami internetu</b>							
2004 m. I ketvirtis	29,2	71,9	34,5	26,2	18,0	8,0	2,1
2005 m. I ketvirtis	34,3	73,7	44,9	32,7	25,6	8,8	1,9
2006 m. I ketvirtis	42,0	84,2	56,9	42,8	31,2	12,3	2,9
2007 m. I ketvirtis	48,7	89,8	67,0	53,6	37,8	16,1	3,7

Šaltinis: LR Statistikos departamentas

### Interneto naudojimo tikslai

Visi 16–74 metų amžiaus asmenys = 100, procentais

	2004 m. I ketvirtis	2005 m. I ketvirtis	2006 m. I ketvirtis	2007 m. I ketvirtis
Asmenys, kurie naudojami internetu šiais tikslais:				
ryšiams	24,6	27,1	33,8	40,8
informacijos paieškai ir tiesioginėms ( <i>online</i> ) paslaugoms	26,9	31,7	40,8	47,3
švietimui, mokymuisi	19,6	21,9	27,1	23,6
klausėsi radijo, žiūrėjo TV programas	8,3	10,9	16,9	19,5
žaidė, siuntė žaidimus ar muzikos įrašus	15,3	17,5	24,4	26,9
skaitė, siuntė laikraščius, žurnalus	21,0	24,2	30,3	31,7
naudojosi internetinės bankininkystės paslaugomis	6,7	10,3	14,7	21,0
naudojo informaciją iš valstybės institucijų tinklalapių	8,9	11,3	12,6	17,6
ieškojo informacijos, susijusios su sveikatos priežiūra	5,1	8,5	15,4	19,2

Šaltinis: LR Statistikos departamentas