

**ŠIAULIŲ UNIVERSITETAS
SOCIALINIŲ MOKSLŲ FAKULTETAS
VADYBOS KATEDRA**

Rima DARGYTĖ

**JONIŠKIO RAJONO TURIZMO PLĖTROS
GALIMYBIŲ ANALIZĖ**

Magistro darbas

Šiauliai, 2007

**ŠIAULIŲ UNIVERSITETAS
SOCIALINIŲ MOKSLŲ FAKULTETAS
VADYBOS KATEDRA**

**JONIŠKIO RAJONO TURIZMO PLĖTROS
GALIMYBIŲ ANALIZĖ**

**Magistro darbas
Socialiniai mokslai, vadyba ir administravimas (03S)**

Magistro darbo autorius Rima Dargytė

Vadovas Doc. Dr. Linas Žalys

Recenzentas Doc. Dr. Jūratė Stankevičienė

Dargytė Rima. Joniškio rajono turizmo plėtros galimybių analizė: vadybos magistro studijų baigiamasis darbas / mokslinis vadovas Doc. Dr. Linas Žalys; Šiaulių universitetas, Vadybos katedra. – Šiauliai, 2007. – 74 p. (be priedų).

SANTRAUKA

Darbo tikslas – išanalizuoti Joniškio rajono turizmo plėtros galimybes teoriniu aspektu ir atlikus vartotojų apklausą, išsiaiškinti, kokie veiksniai įtakoja turizmo plėtrą ir kaip vertinama dabartinė turizmo situacija Joniškio rajone.

Darbas susideda iš trijų dalių. Pirmoji – teorinė darbo dalis. Joje siekiama išaiškinti turizmo sąvokos esmę, atskleisti turizmo plėtros elementus, reikšmingiausius modelius, padedančius skatinti turizmo plėtrą. Taip pat įvertinti subalansuotą turizmo plėtrą ir pateikti jos valdymo tikslus. Antroji darbo dalis – turizmo plėtros vystimosi analizė Lietuvoje. Šioje dalyje nagrinėjamos Lietuvos turizmo paslaugų ir infrastruktūros plėtros tendencijos. Trečioji – tiriamoji darbo dalis, kurioje analizuojamos Joniškio rajono turizmo plėtros galimybės remiantis atliktos apklausos duomenimis. Išanalizavus turizmo plėtros galimybes gautos išvados parodė, kad Lietuvos turizmas laikomas sparčiausiai augantis paslaugų sektoriaus elementas. Sparčiai naudojamos naujos rinkodaros priemonės, gerinama infrastruktūra, naujų paslaugų kūrimas sąlygoja turizmo plėtrą Lietuvoje. Tačiau mažas dėmesys turizmo verslui periferiniuose rajonuose, tokia kaip Joniškio rajonas, stabdo planingą turizmo plėtrą bendru Lietuvos mastu ir mažina atokių regionų konkurencingumą. Pagrindiniu turizmo plėtros stabdymo veiksniumi vis dar išlieka turimų gamtos, kultūros išteklių neefektyvus panaudojimas turizmui ir maža laisvalaikio ir pramogų paslaugų pasiūla.

Taip pat darbe pateikiamos: rekomendacijos Joniškio rajono turizmo plėtros vystymui pagal atlikto tyrimo ir teorinės dalies duomenis; santrauka lietuvių ir anglų kalbomis, tyrimo metodai, išvados; naudotos literatūros sąrašas (58 šaltiniai); 2 priedai.

Darbo apimtis – 74 puslapiai (be priedų). Tyrimo duomenis iliustruoja 3 lentelės, 38 paveikslai.

Dargytė Rima. Analysis of Opportunities for Tourism Development in Joniškis District: Master's final work on Management / Research adviser Assoc. Dr. Linas Žalys; Šiauliai University, The Department of Management. – Šiauliai, 2007. – 74 pages (without annexes).

SUMMARY

The aim of the work was to analyse the opportunities for tourism development in Joniškis District from theoretical aspect, and, after carrying out the survey of consumers, to find out what factors do form the development of tourism and how is the present situation in Joniškis District evaluated.

The paper consists of three parts. The first one is the theoretical part of the work. It aims to explain the essence of the notion of tourism, to reveal elements of tourism development, the most significant models which benefit to promotion of tourism development. Also, it was striven to assess sustainable tourism development and to present the goals of its management. The second part encompasses analysis of tourism development in Lithuania. This part investigates tendencies of development of tourism services and infrastructure in Lithuania. The third part is the research part; it analyses opportunities for tourism development in Joniškis District on the base of data obtained from the survey carried out. Conclusions drawn after carrying out the analysis of opportunities for tourism development showed that tourism in Lithuania was considered to be the element of service sector undergoing the most rapid increase. Recent means of marketing are rapidly being applied, infrastructure is undergoing improvement, creation of new services predetermines tourism development in Lithuania. However, little attention to tourism business in peripheral districts such as Joniškis District retards step-by-step tourism development in general in Lithuania and decreases competitive ability of distant districts. Ineffective use of natural, cultural resources for tourism as well as low offer of leisure and entertainment services still remain the main factor for retardation of tourism development.

Also, the following is presented in the work: recommendations on tourism development in Joniškis District drawn on the base of data obtained from the survey that was carried out and the theoretical part; summaries in Lithuanian and English, research methods, conclusions; the list of references (58 sources); 2 annexes.

Volume of the paper is 74 pages (without annexes). Research data is illustrated by 3 tables, 38 figures.

TURINYS

SANTRAUKA	7
SUMMARY	8
LENTELIŲ, PAVEIKSLŲ SARAŠAS	10
IVADAS	12
1. TURIZMO PLĖTROS TEORINIAI ASPEKTAI.....	16
1.1 Turizmo plėtros teorijos	16
1.2 Turizmo plėtros vertinimo aspektai ir metodologija	20
1.3 Subalansuota turizmo plėtra ir jos valdymo tikslai	26
2. TURIZMO PLĖTROS LIETUVOJE ANALIZĖ.....	28
2.1 Turizmo paslaugų plėtra.....	28
2.2 Viešosios turizmo infrastruktūros plėtra	34
2.2.1 Turizmo informacijos sklaida.....	35
2.2.2 Laisvalaikio, pramogų infrastruktūra	36
2.2.3 Ženklių, nuorodų sistema	38
3. JONIŠKIO RAJONO TURIZMO PLĖTROS APŽVALGA	40
3.1 Tyrimo metodologija ir organizavimas	40
3.2 Joniškio rajono turizmo situacijos vertinimas	41
3.2.1 Joniškio rajono turizmo paslaugų apžvalga.....	43
3.2.2 Joniškio rajono turizmo išteklių apžvalga.....	48
3.3 Joniškio rajono gyventojų nuomonių dėl turizmo plėtros tyrimo analizė	50
3.4 Turizmo plėtros galimybių Joniškio rajone SSGG (SWOT) analizė	68
IŠVADOS.....	72
REKOMENDACIJOS	73
NAUDOTA LITERATŪRA	74

LENTELIŲ, PAVEIKSLŲ SĄRAŠAS

1. Skyrius. Turizmo plėtros teoriniai aspektai

1.1 lentelė. Turizmo plėtros teorijų palyginimas.....	16
1.2 lentelė. Pasaulinė turizmo organizacija (PTO) rekomenduoja turizmo plėtros vertinimui tris pagrindinius tipus: ekonominius, socialinius-ekonominius ir teritorinius.....	17
1.3 lentelė. Turizmo plėtros poveikis atskiroms sritims.....	23

1. Skyrius. Turizmo plėtros teoriniai aspektai

1.1 pav. Turizmo kategorijos, formos.....	12
1.2 pav. Turizmo plėtros (lankytinos vietos) ciklinis modelis.....	14

2. Skyrius. Turizmo plėtros Lietuvoje analizė

2.1 pav. Turizmo įmonėse dirbančiųjų skaičiaus pokyčiai 2004 – 2006 metais.....	26
2.2 pav. Turizmo įmonių pasiskirstymas 2006 metais pagal apskritis, proc.....	26
2.3 pav. Apgyvendinimo įstaigų skaičiaus pokyčiai 2004-2006 metais.....	27
2.4 pav. konferencijų salių skaičius Lietuvoje 2003-2006 metais.....	28
2.5 pav. Maitinimo įmonių skaičiaus pokyčiai 2004-2006 metais.....	28
2.6 pav. Lankytojų skaičius Lietuvos turizmo informacijos centruose.....	29
2.7 pav. Turizmo paslaugų poreikis 2006 m., proc.....	30

3. Skyrius. Joniškio rajono turizmo plėtros apžvalga

3.1 pav. Joniškio rajono išteklių pasiskirstymas, proc.....	38
3.2 pav. Joniškio turizmo paslaugų rodikliai, proc.....	39
3.3 pav. Maitinimo paslaugų Joniškio rajone pasiskirstymas miestuose ir kaimo vietovėse, proc....	41
3.4 pav. Apgyvendinimo kainų santykis Joniškio rajone pagal įmonių tipus, Lt.....	41
3.5 pav. Turistų skaičiaus kaita Joniškio rajone per 2005 - 2006 m.....	43
3.6 pav. Joniškio rajono turizmo išteklių pasiskirstymas.....	45
3.7 pav. Keliavimo dažnumas.....	46
3.8 pav. Keliavimo motyvai.....	46
3.9 pav. Veiksniai, lemiantys turizmo paslaugos pasirinkimą.....	47
3.10 pav. Respondentų nuomonė dėl poreikio vystyti turizmą Joniškio rajone.....	48
3.11 pav. Apgyvendinimo paslaugų vertinimas.....	48
3.12 pav. Laisvalaikio pramogų paslaugų vertinimas.....	49

3.13 pav. Transporto paslaugų vertinimas Joniškio rajone.....	49
3.14 pav. Joniškio rajone teikiamų transporto paslaugų vertinimas.....	50
3.15 pav. Turizmo informacijos paslaugų Joniškio rajone vertinimas.....	51
3.16 pav. Respondentų vertinimas, dėl turizmo paslaugų kiekio Joniškio rajone pakankamumo.....	51
3.17 pav. Turizmo plėtros naudingumo Joniškio rajonui vertinimas.....	52
3.18 pav. Dabartinės Joniškio rajono turizmo infrastruktūros vertinimas.....	52
3.19 pav. Turizmo formų vystymo poreikis Joniškio rajone.....	53
3.20 pav. Kaimo turizmo plėtros Joniškio rajone vertinimas.....	54
3.21 pav. Pažintinio kultūrinio ir poilsinio turizmo plėtros Joniškio rajone vertinimas.....	54
3.22 pav. Gydomojo turizmo plėtros galimybių vertinimas.....	55
3.23 pav. Vandens turizmo paslaugų plėtros galimybių vertinimas.....	55
3.24 pav. Sporto, verslo (konferencijų) ir pramogų turizmo sričių plėtros galimybių vertinimas Joniškio rajone, proc.....	56
3.25 pav. Neigiamą įtaką Joniškio turizmo plėtrai darantys veiksniai.....	57
3.26 pav. Dabartinės Joniškio rajono turizmo situacijos trūkumai.....	58
3.27 pav. Joniškio rajono teritorijų palankumo turizmo plėtrai vertinimas.....	58
3.28 pav. Metų laiko palankumas turizmo veiklai.....	59
3.29 pav. Naudojimasis turizmo specialisto informacija.....	59
3.30 pav. Turizmo informacinio centro poreikis.....	60
3.31 pav. Šaltiniai, iš kurių sužinoma informacija apie Joniškio rajono turizmo paslaugas.....	61
3.32 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal amžių.....	61
3.33 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal užimtumą.....	62
3.34 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal lytį.....	62
3.35 pav. Apklaustos dalyvių pasiskirstymas pagal išsilavinimą.....	63
3.36 pav. Skiriamos mėnesio pajamos kelionėms.....	63

IVADAS

Tyrimo problema. Pasaulyje šiandien turizmo klestėjimo ir plėtros laikas. Pasauliniame turizmo versle dirba šimtai milijonų žmonių, o daugeliui šalių turizmas tapo pagrindine ūkinės veiklos rūšimi ir išgyvenimo galimybe. Turizmo plėtra skatina ir kitų ūkio šakų pagyvėjimą. Transporto sistema, maisto pramonė, statybos pramonė, pramogų verslas, didėjant turistų srautams taip pat įgauna naujus augimo maštus.

Viena pagrindinių turizmo augimo prielaidų – turizmo infrastruktūros plėtojimas. Todėl bendras strateginis Lietuvos turizmo plėtros iki 2015 metų [52] tikslas yra „... šiuolaikinės, atitinkančios pasaulio ir Europos reikalavimus, turizmo infrastruktūros, leidžiančios kurti ir pateikti į tarptautinę turizmo rinką kokybiškus ir konkurencingus turistinius produktus, užtikrinančius pastovų vietinių ir atvystančių turistinių srautų didėjimą, bei pasiekti turizmo dalies bendrame vidaus produkte ES vidurkį (8 proc.) sukūrimas“. Turizmas įvardintas prioritetine Lietuvos ūkio šaka. Parengta Nacionalinė turizmo plėtros programa [34], įsteigta Lietuvos turizmo asociacija, priimtas LR Turizmo įstatymas [50].

Turizmo plėtrą galima vertinti įvairiais aspektais - fiziniais, socialiniais, teisiniais, nacionaliniais, regioniniais ir pan. Pasak Turner R. K. plėtra gali būti vertinama kaip procesas. Jo nuomone turizmo plėtrą derėtų apibrėžti kaip fizinių pasikeitimų procesą. [53]

Mokslininkai Lopa J. M. ir Marecki R. F. [29, p. 37-42] turizmo plėtrą siūlo charakterizuoti pagal periodus, išskirdami: a) periodas, kuomet turistų skaičius nuolat didėja; b) periodas, kuomet turistų skaičius pasiekia maksimumą; c) periodas, kuomet turistų skaičius stabilizuojasi arba sustoja augti; d) periodas, kuomet lankytojų skaičius mažėja.

Turizmo plėtros teorija nusako turizmo evoliuciją pagal kelionės gyvenimo ciklą teigia Butler R. [5, p. 43-56] Ši teorija yra nusakoma kaip ciklinis modelis. Pagal šią teoriją, pokyčiai turizmo rinkoje vyksta ne dėl ekonominių, socialinių ar fizinių priežasčių, o dėl kintančios turizmo rinkos prigimties bei kintančios turistų motyvacijos prigimties.

Tik ištyrus turizmo plėtros ypatumus bus galima planingai vystyti turizmą. Todėl labai svarbu teoriškai nustatyti, kokie veiksniai įtakoja turizmo plėtrą ir juos panaudoti subalansuotai turizmo plėtrai vystyti.

Šiame darbe bus siekiama išanalizuoti turizmo plėtros galimybes Joniškio rajone, atliekant Joniškio rajono gyventojų apklausos tyrimą; analizuojant užsienio bei lietuvių mokslinę literatūrą siekiant iširti turizmo plėtrą lemiančius veiksnius ir jų pritaikymo galimybes.

Temos naujumas. Turizmas yra nauja ir perspektyvi, bei sparčiai besivystanti Lietuvos verslo rūšis. Pagrindiniu veiksniu turizmo plėtroje laikant turizmo infrastruktūros vystymą, nepažeidžiant natūraliai susiformavusių išteklių, iškyla klausimai, kaip subalansuotai plėtoti turizmą. Lietuvoje turizmo plėtros aspektai iki šiol labai mažai nagrinėti. Andriuščenkos J.[1], Jankutės R.[17], Rimkevičienės A., Krumplytės J.[38] moksliniuose leidiniuose turizmo plėtra tik fragmentiškai aptarta neįsigilinant į ją lemiančius išorinius veiksnius. Daugiau dėmesio turizmo plėtros vystymui, ją lemiantiems veiksniams skiria Butler R., Miossec J.[5], Gartner C. W.[8], bei Ligeikienė R. A.[27].

Remiantis, tuo, kad tolydi turizmo plėtra yra mažai nagrinėta, atspindi šios temos naujumą, siekiant išanalizuoti kaip turizmo plėtrai panaudoti natūralius išteklius, šalia kuriant patogią kelionėms infrastruktūrą. Šie klausimai visiškai nenagrinėti Joniškio rajone.

Temos aktualumas. Ši darbo tema aktuali tuo, kad turizmas yra viena iš sparčiausiai žengiančių prekin pasaulio verslo sričių. Turizmo plėtojimas menkiau išsivysčiusiose, bet turinčiose gausius rekreacinius išteklius, šalies dalyse gali būti variklis regionų ekonomikai ir verslui juose plėstis. Joniškio rajonas gali pasigirti išvystyta kelių susisiekimo infrastruktūra, patogia geografine padėtimi, kuri byloja, kad tinkamai panaudojus gamtinius, kultūrinius, istorinius bei rekreacinių vietų išteklius, įmanoma sukurti platesnį turizmo paslaugų asortimentą, kuris paskatintų turizmo plėtrą. Todėl turizmo plėtra Joniškio rajone leistų ne tik sukurti naujas darbo vietas, bet ir pagerintų šio rajono įvaizdį turizmo srityje.

Turizmo plėtros tikslas – aktyvus žmogaus sveikatos atgaivinimas, jėgų ir darbingumo atstatymas, teigiamos emocinės dvasinės būsenos formavimas. Tai aktyvus ir pasyvus poilsis natūralioje ar tam tikslui suplanuotoje rekreacinėje aplinkoje su atitinkamu architektūriniu kraštovaizdžiu, natūraliais gamtiniais ištekliais, apskritai žmogaus darbo ir laisvalaikio sąlygos, jo prisitaikymas prie kintančios aplinkos.

Siekiant išsiaiškinti turizmo plėtros galimybes Joniškio rajone pirmiausia reikia išanalizuoti esamą situaciją, įvertinti turizmo plėtrą lemiančius veiksnius ir vietos gyventojų požiūrį dėl turizmo plėtros vystymo. Joniškio rajone iki šiol nėra atlikta panašių tyrimų, todėl tai pagrindžia šio magistro darbo aktualumą.

Tyrimo objektas – turizmo plėtra.

Tyrimo subjektas – Joniškio rajonas.

Darbo tikslas – išanalizuoti turizmo plėtros galimybes Joniškio rajone.

Darbo uždaviniai:

1. Apžvelgti turizmo plėtros teorinius aspektus;
2. Įvertinti turizmo plėtrą lemiančius veiksnius (gamtinius, socialinius, ekonominius);
3. Apibendrinti turizmo plėtros prielaidas Lietuvoje;
4. Ištirti dabartinę turizmo situaciją Joniškio rajone;
5. Išanalizuoti Joniškio rajono turizmo plėtros galimybes.

Hipotezės:

1. Turizmo plėtrą Joniškio rajone lemia patogi viešoji turizmo infrastruktūra.
2. Turizmo paslaugų keikis ir kokybė Joniškio rajone atitinka keliaujančių poreikius.

Tyrimo metodologija. Tyrimo metodologija atskleidžiama šiais aspektais:

1. **Tyrimo konceptualioji esmė.** Turizmo plėtros koncepcijos yra svarbūs kiekvienam šioje srityje besivystančiam regionui. Per pastarąjį dešimtmetį mokslinėje literatūroje pristatyta keletas turizmo plėtros modelių. Tai Harris J. M. [10], Kotler P. [24], Lopa J. M., Marecki R. F. [29], Stabler M. J. [41] darbai. Turizmo plėtra siejasi su kitais mokslais, tokiais kaip ekonomika, demografija, socialinė psichologija, marketingas. Minėtų mokslų tarpusavio ryšys atskleidžiamas Butler R., Miossec J. [5], Gartner C. W. [8], Ligeikienės A. [27], McKercher R. [31], Svetikienės I. [45], Hopenienės R., Kamičaitytės A. [14] ir kitų autorių darbuose. Išanalizuoti teoriniai turizmo plėtros modeliai, turintys įtakos darniai turizmo plėtrai vystytis, davė pagrindo parengti turizmo plėtros tyrimo vartotojų požiūrių metodologiją;
2. **Tyrimo loginė struktūra.** Tyrimo struktūra tai nuosekli tyrimo tikslams vykdyti skirtų uždavinių seka, suskirstyta į etapus:
 - Išanalizuota turizmo plėtros sąvoka, jos teorinius modelius; įvertinta turizmo plėtros modelių įvairovė.
 - Pateiktas turizmo plėtros galimybių tyrimo metodologijos pagrindimas.
 - Apibendrinti turizmo plėtros galimybių tyrimo dalyvių požiūriu rezultatai, t. y. išanalizuoti pagrindiniai veiksniai, turintys įtakos turizmo plėtros vystimuisi.

Tyrimo metodika. Tiriant turizmo plėtros galimybes Joniškio rajone buvo naudojamas kiekybinis tyrimo metodas.

Kitas tyrimo etapas apėmė laikotarpį nuo 2007 02 23 iki 2007 03 15, kurio metu buvo apklausiami Joniškio rajono gyventojai. Imties tūris buvo 145 respondentų. Sugrįžo ir tinkamos duomenų apdorojimui buvo 103 anketos.

Tyrimo metodai:

1. Mokslinė literatūros analizė;
2. Lyginimas ir apibendrinimas;
3. Anketinė apklausa;
4. Statistinių duomenų analizė;
5. SSSG (SWOT) analizė.

Tyrimo strategija. Tyrimo eigos planas buvo suskirstytas į tokius tyrimo etapus:

- Pirmas etapas – 2005 10 19 – 2006 02 30 įvado rašymas, teorinių šaltinių paieška, tyrimo strategijos sudarymas.
- Antras etapas – 2006 03 01 – 2006 06 30 konceptualiosios darbo dalies parengimas; surinktos mokslinė literatūros analizė.
- Trečias etapas – 2006 09 01 – 2007 02 01 tyrimo duomenų surinkimas; jų statistinis apdorojimas; duomenų analizė ir interpretavimas.
- Ketvirtas etapas – 2007 03 15 – 2007 05 01 tyrimo rezultatų apibendrinimas; išvadų, rekomendacijų bei kitų darbo dalių galutinis koregavimas.

Tyrimo teorinis reikšmingumas. Susisteminti ir išanalizuoti turizmo plėtros modeliai. Teoriniu aspektu apibendrinti turizmo plėtros veiksniai parodė, kad turizmo plėtrai turi įtakos daug veiksnių, kurie yra sudėtingi ir nė viena atskirai paimta teorija negali jų paaiškinti.

Tyrimo praktinis reikšmingumas. Susisteminti duomenys apie turizmo plėtros galimybes Joniškio rajone, leis planingai organizuoti turizmo plėtros vystymą, atkreipiant dėmesį į reikšmingesnius turizmo plėtrą įtakojančius veiksnius ir panaudojant turimas galimybes.

Atliekant tyrimą naudoti šaltiniai:

Atliekant mokslinės literatūros tyrimo analizę, daugiausia remtasi originaliais užsienio (anglų) autorių teorijų ir empirinių tyrimų rezultatais, nes šia tema mokslinės literatūros lietuvių kalba yra nedaug. Iš viso 58 panaudoti literatūros šaltiniai.

1. TURIZMO PLĖTROS TEORINIAI ASPEKTAI

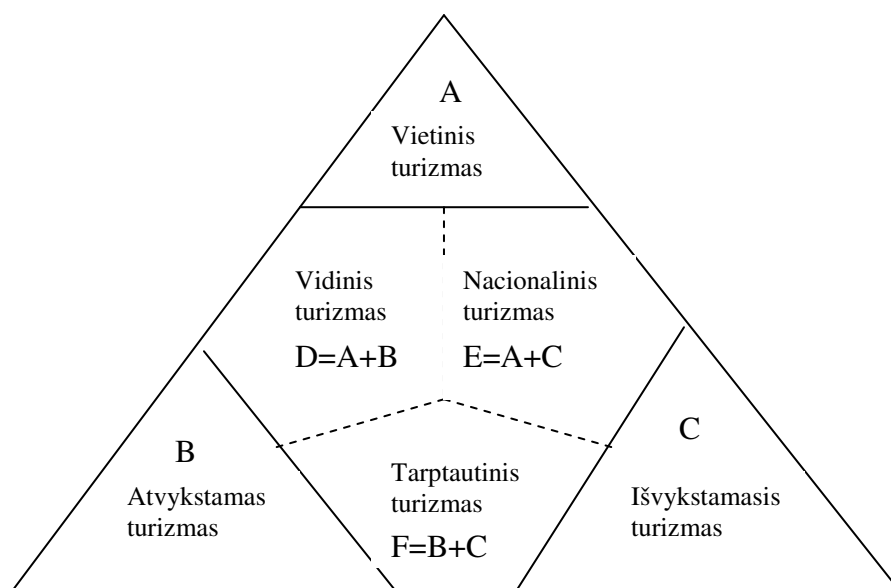
1.1 Turizmo plėtros teorijos

Pateikiant turizmo plėtros teorijas, pirmiausia reikėtų išsiaiškinti žodžio „turizmas“ esmę, kad būtų suprantama apie kokio reiškinio plėtrą yra kalbama. Mokslinėje literatūroje turizmo terminas aiškinamas kiek skirtingai. P. Grecevičius turizmą apibūdina kaip „tikslingą žmonių veiklą, susijusią su kelione ir laikinu buvimu už nuolatinės gyvenamosios vietos ne ilgiau kaip vienerius metus, jei ši veikla nėra mokymas ar mokamas darbas lankomoje vietoje“ [9, p. 316]. Tarptautinių žodžių žodyne turizmas tai „keliavimas pramogos ar pažintiniu tikslu“ [46, p. 504]. Pagal Pasaulinę Turizmo organizaciją „turizmas apima atostogas, t.y. darbo atostogas, trumpas savaitgalio išvykas ar vienos dienos keliones, verslo keliones, draugų ar giminių lankymą, taip pat išvykas susijusias su sportu, sveikata ar religija“ [49, p. 8].

Pasaulinėje Turizmo konferencijoje (1980), kurią Maniloje organizavo Pasaulio Turizmo organizacija (WTO) buvo pateiktas išsamus turizmo apibrėžimas, akcentuojant, kad turizmas yra ne tik ekonominis, bet kartu ir socialinis, kultūrinis, ekologinis ir politinis reiškinys.[49]

Apibendrinant galima pasakyti, kad turizmas tai veikla, susijusi su žmogaus poreikiu keliauti. Turizmas vienareikšmiškos apibrėžties neturi, nes keičiantis žmonių poreikiams keičiasi jo suvokimas, dėl jį formuojančių kriterijų ir aspektų.

Turizmas gali būti klasifikuojamas pagal kelionės tikslą, turistų kategorijas, turizmo kryptį. Išsamią turizmo klasifikaciją pateikia Сенин. В [58, p. 45-52], išskirdamas turizmo formas, kategorijas ir rūšis. Tai pateikta 1.1 pav.



1.1 pav. Turizmo kategorijos, formos. Parengta Dargytės R. pagal Сенин. В (1999).

Iš aukščiau pateikto paveikslo matyti, kad pirmiausia turizmą galima suskirstyti į tris formas, kurios pažymėtos A, B, C raidėmis. Jos suskirstytos į B atvykstatamąjį (kuomet į regioną atvyksta turistai iš kitų vietovių, šiems turistams vietinės turizmo sferoje veikiančios įmonės teikia savo paslaugas – apgyvendinimo, maitinimo, kelionių po lankytinas vietas, ir kt.), C išvykstatamąjį (kuomet vietiniai gyventojai vyksta į kitas geografines vietas), A vietinis (kuomet vietiniai turistai keliauja po vietinį regioną).

Su aptartomis formomis glaudžiai siejasi turizmo kategorijos, kurios pažymėtos D, E, F raidėmis: 1) vidinis turizmas, apimantis turizmo paslaugas vietinėje rinkoje (ši kategorija apima vietinio ir atvykstamojo turizmo formas), 2) nacionalinis turizmas, apimantis turizmo sferą valstybiniu mastu, 3) tarptautinis turizmas, kuomet keliaujama į kitas valstybes ar žemynus (šiuo atveju sujungiamos atvykstamojo ir išvykstamojo turizmo formos).

Įvertinus išanalizuotą turizmo klasifikaciją įvairovę, galima teigti, jog turizmas yra įvairialypė paslauga, orientuota į įvairiais tikslais keliaujančius asmenis, todėl turizmo paslaugų struktūra turi būti formuojama iš įvairių alternatyvių paslaugų, užtikrinančių kiekvieno keliautojo poreikių atitikimą.

Plėtra gali būti vertinama kaip procesas. Turizmo plėtrą derėtų apibrėžti kaip fizinių pasikeitimų procesą. Suprasdami šio proceso eigą, suprasime plėtros dinamiškumą ir turizmo ateities perspektyvų identifikavimo metodus. Turner R. K. [53] nustatė tris turizmo plėtros etapus:

- Pirmasis etapas turistams prasideda tinkamos vietovės paieška .
- Kai atsiranda tinkamos vietovės ir pasklinda kalbos, turistai užplūsta perpildytas vietas ir visuomenė atsisako šios naujos ekonominės veiklos, paprastai pradedant kurti įrenginius ir siūlant turistams pageidaujamas paslaugas.
- Jeigu turizmas ir toliau plėtojasi, pasiekiamas paskutinis turizmo plėtros etapas, kuriame turizmas visiškai įsitvirtina. Jis tampa formalia verslo veikla, paremta pritraukiamaisiais veiksniais, patogumus suteikiančiomis paslaugomis ir turizmo organizacijomis, kurios rūpinasi šalies turizmo rėmimu. Kai turizmas tampa reglamentuojama veiklos sritimi, vis didesni pokyčiai socialinėje, kultūrinėje ir gamtinėje aplinkoje tampa neišvengiami.

Mano manymu, mokslininko Turner R. K. pateiktas turizmo plėtros modelis gali būti pritaikytas visai naujos vietovės pritaikymui turizmo infrastruktūros išplėtojimui. Šis modelis yra tinkamas gamtinių išteklių pateikimo rinkai. Modelio trūkumas yra tas, kad jis orientuotas tik į fizinius regiono kaitos pokyčius ir, kad nėra įvertinami turistų ir vietinių gyventojų motyvai.

Na, o mokslininkai Lopa J. M. ir Marecki R. F. [29, p. 37-42] turizmo plėtrą siūlo charakterizuoti pagal periodus: *a) periodas, kuomet turistų skaičius nuolat didėja; b) periodas,*

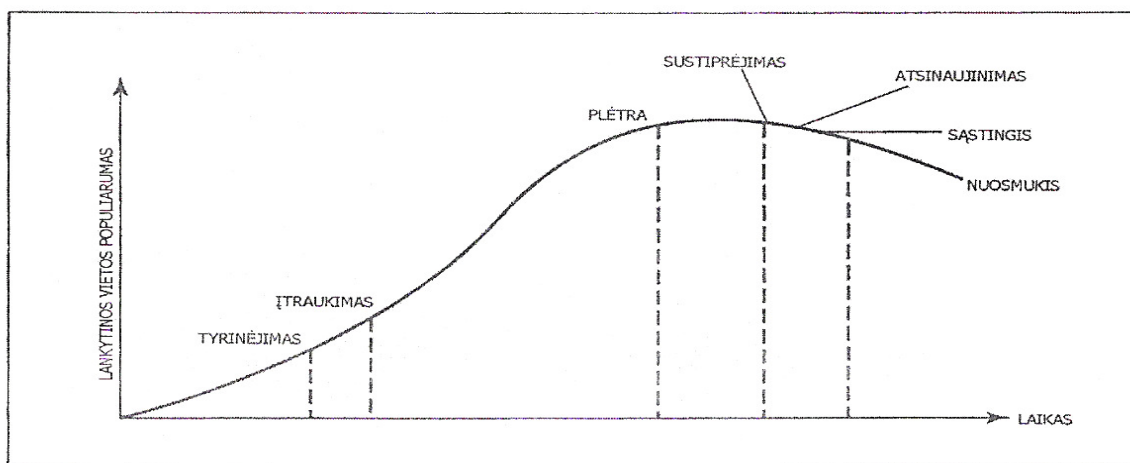
kuomet turistų skaičius pasiekia maksimumą; c) periodas, kuomet turistų skaičius stabilizuojasi arba sustoja augti; d) periodas, kuomet lankytojų skaičius mažėja.

Šis turizmo plėtros ciklas gali būti apibūdinamas kaip pokyčių rezultatas, atsirandantis iš atvykstančiųjų turistų skaičiaus. Kai turizmo plėtra dar nėra aukštame lygyje, į vietovę dažniausiai atvyksta mažas pajamas turintys turistai, linkę vartoti nedaug ir apsistoti pigiose apgyvendinimo įstaigose ar palapinėse. Tokie turistai daugiausiai domisi pačios vietovės patrauklumu, išskirtinumu, o ne turizmo paslaugomis. Tačiau kuomet turizmo verslas vis labiau plėtojamas, plečiasi ir paslaugų pasiūla, į vietovę pradeda važiuoti didesnes pajamas turintys turistai, vartojantys daugiau brangių paslaugų bei turizmo prekių. Tokiems turistams būtinai reikia pasiūlyti kažką ypatingo: turi būti aukštos kokybės paslaugos, aukštos klasės viešbučiai. Šių turistų poreikiai sąlygoja naujų investicijų būtinumą. Dideles pajamas gaunantys turistai pamažu išstumia keliautojus, kuriuos žavi ne pati turizmo paslaugų bei pramogų įvairovė, o vietovės išskirtinumas. Masinis turizmas skatina integruoti transporto infrastruktūrą: oro uostus, kokybiškus kelius, geležinkelius, vandens transportą. Masinis turizmas pamažu iš vietovės išstumia aukštų pajamų turistus. [29, p. 42]

Taigi, pagal aukščiau apibūdintą turizmo plėtros ciklą, galima išskirti tokias rinkas: vieta susižavėję keliautojai, didelės pajamas gaunantys turistai, masinis turizmas.

Šie turizmo plėtros etapai egzistuoja ne visuose turizmo regionuose ir nėra dėsningi. Turizmo verslas yra suinteresuotas, kad visi rinkos segmentai būtų motyvuoti lankytis toje vietovėje, tačiau toks subalansuotumo procesas yra labai sudėtingas.

Kito mokslininko, Butler'io R. turizmo plėtros teorija nusako turizmo evoliuciją pagal kelionės gyvenimo ciklą. Ši teorija yra nusakoma kaip ciklinis modelis (1.2 pav.). Pagal šią teoriją, pokyčiai turizmo rinkoje vyksta ne dėl ekonominių, socialinių ar fizinių priežasčių, o dėl kintančios turizmo rinkos prigimties bei kintančios turistų motyvacijos prigimties. [5, p. 47]



1.2 pav. Turizmo plėtros (lankytinos vietos) ciklinis modelis (Butler R., Miossec J. 1993)

Taigi, šis Butler R. [5] kelionės ciklinis modelis turi septynis etapus:

1. Tyrinėjimas. Vietovę atranda žmonės, vertinantys jos grožį ir kultūrą.
2. Įtraukimas. Atsiranda mažas, bet nuolatos didėjantis turistų srautas. Turistai skatina vietines įmones pradėti teikti turizmo paslaugas bei parduoti prekes, skirtas keliautojams.
3. Plėtra. Dinamiškas augimo periodas. Sparčiai didėja turistų srautai. Pritraukiamos papildomos investicijos, sumažėja „vietinės prigimties“ paslaugų dominavimas.
4. Sustiprėjimas. Turistų skaičius vis dar auga. Marketingo priemonės naudojamos tam, kad pailgėtų turizmo sezonas tam, kad pritraukti dar daugiau turistų.
5. Atsinaujinimas. Šiame ciklinio modelio etape turistų skaičius stabiliai auga, tačiau gali greitai sumažėti arba padidėti. Šiame etape atsiranda galimybė prisijungti arba pereiti į kitą ciklą.
6. Sąstingis. Atvykstančiųjų turistų skaičius stabilizuojasi. Tai sąlygoja ekonominės, socialinės, politinės, aplinkos apsaugos problemos. Turizmo industrijos plėtrą ženkliai paveikia kokybinės vietovės savybės, kurios ciklo pradžioje buvo traktuojamos kaip pagrindiniai traukos ir išskirtinumo faktoriai. Šis etapas gali tęstis trumpai arba labai ilgai.
7. Nuosmukis. Jeigu vietovė nereaguoja į socialines, ekonomines, politines ar aplinkos problemas, turistų skaičius pradeda smarkiai mažėti; jie renkasi patrauklesnes vietas. Svarbu paminėti, kad ciklas gali vėl prasidėti atsinaujinimo fazėje tuomet, jeigu įvyks dideli pasikeitimai resursų bazėse. Be to, gali būti sukurti nauji dirbtiniai traukos objektai arba pirminiai natūralūs resursai sugražinami į ankstesnę jų būseną. [5, p. 8-9]

Vertinant Butler'io R. modelį galime daryti išvadą, kad vystant turizmo plėtrą būtina atsižvelgti į daugelį įtakančių veiksnių, nes ne visada plėtra atneša teigiamus rezultatus. Jo pateikiamame plėtros modelyje teigiama nauda jaučiama iki šeštojo etapo, po kurio prasideda sąstingis ir nuosmukis nulemtas netolygios plėtros, kai buvo neatsižvelgta į socialinius, ekonominius, politinius ar aplinkos veiksnius. Tinkamo plėtros modelio pasirinkimas lemia turizmo plėtros rezultatus. Štai mokslininkas Miossec J. savo plėtros modelyje išskyrė keturis elementus [5, p. 47]: *kurortą, transportą, turistų elgseną, lankytinas vietas bei keliautojų požiūrį*. Visi keturi elementai vystosi savarankiškai, o to pasekoje yra siekiama bendro turizmo plėtros rezultato. Šiame modelyje plėtra vyksta penkiose fazėse (0,1,2,3,4).

Miossec J. turizmo plėtrą modeliuoja pagal fizinius pokyčius. [5] Šio modelio privalumas yra tas, kad turizmo plėtra išsamiai atskleidžiama ne tik fiziniais lankytinos vietos pokyčiais, bet psichologiniais motyvais (turistų elgsena). Pokyčiai pradeda vykti, kai diegiamos turistų poreikiams tenkinti skirtų paslaugų priemonės. Pirmieji pokyčiai sužadina turistų dėmesį. Šios pastangos apima įvaizdžio formavimą ir jos priklauso nuo įgyvendintojų reklaminių sugebėjimų pritraukti turistus

pirmam vizitui. Jeigu rėmimas buvo sėkmingas, turistai susidomi vietoje ir tuo pačiu, pokyčiai joje įgyja dar spartesnę tempą. Reaguodami į pirmųjų verslininkų sėkmę, turizmo verslu padeda užsiimti ir kiti.

Yra kuriama infrastruktūra, transporto tinklas. Pakinta žemės panaudojimo tikslai, kadangi vietovė užpildoma vis naujais turistus aptarnaujančiais patogumais. Kai pasiekiamas tam tikras taškas, planavimo kontrolės trūkumas sudaro sąlygas sociokultūrinės ir gamtinės aplinkos pokyčiams. [5].

Mokslininkų Butler R., Miossec J. [5] ir Turner R. K. [53] turizmo plėtros teorijose suformuoti turizmo plėtros etapai turizmo plėtrą apibūdina kaip procesą, kuris inicijuoja fizinius pokyčius. Šie pokyčiai – turizmo plėtros proceso rodikliai. Kita vertus, siekdami identifikuoti fizinius pokyčius, vertiname plėtrą ir kaip santykinę tam tikro momento būseną. Turizmo plėtros teorijų palyginimas pateiktas 1.1 lentelėje.

1.1 lentelė Turizmo plėtros teorijų palyginimas (Gartner C. W., 1996, p. 130)

	Miossec J.	Turner R. K.	Butler R.
Raidos etapų skaičius	5	3	6
Teorijos pobūdis	Fizinis - vadybinis	Fizinis	Vadybinis
Teorijos dalyviai	Kurortai, Transportas Turistų elgsena Lankytinų regionų gyventojų ir keliautojų požiūriai	Lankytina vieta (regionas)	Lankytina vieta (regionas)

Turizmo plėtros teorijų formavimas buvo orientuotas tik į turistų tenkinimą. To pasekoje, buvo pamiršta svetingumo vadybos svarba, o buvo paisoma tik pelningų rodiklių. Šiuo metu viena iš svarbiausių turizmo plėtros problemų – kaip panaikinti arba sumažinti neigiamus aplinkos pokyčius. [8, p. 130].

1.2 Turizmo plėtros vertinimo aspektai ir metodologija

Turizmo plėtrą galima vertinti įvairiais aspektais - fiziniais, socialiniais, teisiniais, nacionaliniais, regioniniais ir pan. Vertinant turizmo plėtrą būtina atsižvelgti ir į aplinką. Aplinka – tai erdvė, kurioje gyvena, dirba, ilsisi žmonės. Ją galima pavadinti kaip žmonijos egzistavimo sfera, susidedančia iš gamtos ir socialinių elementų. Sėkmingas turizmo organizavimas neįmanomas be itin gero aplinkos pažinimo, jos kiekybinių ir kokybinių charakteristikų įvertinimo. [36]

Organizuojant turizmą svarbu atsižvelgti į šias aplinkos rūšis:

- Gamtinė aplinka (klimatas ir mikroklimatas, žemutinis atmosferos sluoksnis, rekreaciniai vandenys, rekreacinė flora, atraktyvi fauna, reljefas);
- Kultūrinė aplinka (urbanistikos paveldo vertybės, tradicijos ir liaudies amatai, meninės kultūros vertybės, mokslo vertybės, archeologijos vertybės techninės kūrybos vertybės);
- Socialinė aplinka (sociodemografiniai veiksniai, sveikatos saugumas, aplinkos saugumas, subkultūriniai dariniai, teisiniai veiksniai ir turto saugumas, svetingumas);
- Teisinė aplinka (LR Konstitucija, LR Teisė (civilinė, darbo, agrarinė, finansų, ekologinė, civilinio proceso), LR Turizmo įstatymas (poįstatyminiai aktai, nutarimai, įsakymai), ES ir kitų pasaulio šalių turizmo įstatyminė bazė;
- Geopolitinė aplinka.

1.2 lentelė Pasaulinės turizmo organizacijos (PTO) rekomenduojami turizmo plėtros vertinimui trys pagrindiniai tipai: ekonominis, socialinis-ekonominis ir teritorinis.

(www.world-tourism.org)

Rodiklių tipai	Rodikliai	Kriterijai
Ekonominiai	Turizmo indėlis į šalies ar regiono BVP Turizmo indėlis į vidinį šalies, regiono paslaugų ir prekių suvartojimą	Atsižvelgiant į įmonių, kurios tiesiogiai ir netiesiogiai susijusios su turizmo veikla
	Turizmo indėlis į tarpinį šalies, regiono paslaugų ir prekių suvartojimą	-
	Vietinių turizmo paslaugų ir prekių suvartojimas	Atsižvelgiant į vietinio turizmo intensyvumą
	Atvykstamojo ir išvykstamojo turizmo prekių ir paslaugų suvartojimas Fiksuoto turizmo sektoriaus kapitalas	Atsižvelgiant į atvykstamojo ir išvykstamojo turizmo intensyvumą Atsižvelgiant į privačių ir valstybinių investicijų mastą
	Vidutinės užsienio turisto išlaidos vienai dienai	Sezono ir ne sezono metu
	Turisto išlaidos apgyvendinimo sektoriuje	Sezono ir ne sezono metu Atsižvelgiant į apgyvendinimo sąlygas, teikiamų paslaugų įvairovę

Socialiniai-ekonominiai	Užimtumas pagrindiniame ir gretutiniame turizmo sektoriuose	Atsižvelgiant į veiklos rūšis, darbuotojų amžių, lytį ir kvalifikaciją
	Turistų skaičius lankomose teritorijose	Atsižvelgiant į vyraujantį turistų tipą ir jų poreikius
Teritoriniai	Rekreacijos ir turizmo infrastruktūros objektų skaičius	Atsižvelgiant į išsidėstymą miesto teritorijoje, kaimo teritorijoje, prie vandens telkinių ir saugomose teritorijose

Turizmo plėtrą vertinant remiantis Inskeep E. [15] ekonominiu požiūriu naudojami du pagrindiniai metodai, kuriais vadovaujantis galima apskaičiuoti išlaidas, susijusias su poilsiu ir turizmu, bei ekonominę poveikį:

1. Turizmo sektoriaus „satelitų“ ataskaitos,
2. Lankytojų apklausos/duomenų įvesties-išvesties metodas.

Pirmasis metodas dažniausiai taikomas, norint įvertinti turizmo indėlį valstybinei ir nacionalinei ekonomikai. Siekiant išsiaiškinti su turizmu susijusias išlaidas bei ekonominę poveikį atskiriems sektoriams arba vietiniams regionams, dažniausiai atliekamos apklausos. Lankytojų apklausoje atsispindi duomenys apie išlaidas, kurie leidžia nustatyti turistų srauto aktyvumą. [15]

„Satelitų“ ataskaitos. Naudojantis turizmo sektoriuje dalyvaujančių mažesnių, sudėtinių vienetų ataskaitomis reorganizuojama nacionalinė statistikos apskaitos sistema ir tai leidžia nustatyti turizmo indėlį valstybinei ar nacionalinei ekonomikai. Tokių ataskaitų privalumas yra tai, kad jose vadovaujama egzistuojančiais ekonominiais duomenimis, o turizmas įtraukiamas į bendrą apskaitos sistemą. Tačiau metodo trūkumas yra, kad informacija renkama nepastoviai ir ji pateikiama ne pilna. [15]

Lankytojų apklausos/duomenų įvesties-išvesties metodas. Šis modelis taip pat naudojamas įvertinti turizmo plėtrai. [15] Tai tiesioginė turistų apklausa, kuri leidžia apskaičiuoti jų išlaidas. Šis metodas dažniau taikomas, kai norima įvertinti konkrečių veiksmų poveikį vietinei ekonomikai (pvz. kokį poveikį ekonomikai turi naujai pastatytas pramogų centras, kuris pritraukia į regioną 10 000 lankytojų). Tuo tarpu „satelitų“ ataskaitos atkleidžia ne tiek turizmo verslo „poveikį“, kiek jo svarbą bei reikšmę regionui.

Svarbiausi šio metodo rodikliai apskaičiuojami pagal **lygtį**:

turistų išlaidos = lankytojų skaičius * vidutinės vieno lankytojo išlaidos,

ekonominis poveikis = lankytojų skaičius * vidinės vieno lankytojo išlaidos regiono koeficientas.

- Ekonominis plėtros poveikis gali būtų apskaičiuojamas pagal išlaidas, prekybos apimtį, pajamas, pridėtinę vertę, muito mokesčius ir gyventojų užimtumą.
- Lankytojų skaičiaus nustatymas reikalauja tiksliai apibrėžti turisto statusą ir aiškiai apibrėžti, kas yra laikoma turizmu. Turistais dažniausiai laikomi lankytojai, kurie į konkretų regioną atvyksta iš svetur. Norint objektyviau įvertinti turistinę veiklą bei išlaidas, turistus gana dažnai reikia suskirstyti į atskiras grupes. Lankytojų skaičius apskaičiuojamas, vadovaujantis skirtingais informacijos šaltiniais, įskaitant ir apklausas, bei skirtingais lankytojų skaičiavimo metodais.
- Vidutinės lankytojų kelionės išlaidos gali būti apskaičiuojamos apklausiant į tam tikrą vietą atvykusius ekskursijos dalyvius arba apklausiant turistus po paskutinės kelionės. Kadangi išlaidos labai skiriasi, priklausomai nuo kelionių rūšies, rekomenduojama tokias apklausas klasifikuoti.
- Koeficientai gali būti taikomi, norint išlaidas paversti į pajamas, o taip pat nustatyti ir antrinių turistų išlaidų ekonominį poveikį. Koeficientai gali būti labai įvairūs (pvz. prekybos apimtys, pajamų ir užimtumo koeficientai, bendri ir specifinio sektoriaus koeficientai).

Aukščiau pateiktoje lygtyje (turistų išlaidos = lankytojų skaičius * vidutinės vieno lankytojo išlaidos, ekonominis poveikis = lankytojų skaičius * vidinės vieno lankytojo išlaidos regiono koeficientas) randame tris rodiklius, kurie yra labai svarbūs, įvertinant ekonominį turizmo plėtros poveikį:

- Lankytojų skaičius ir charakteristika,
- Vidutinės vieno lankytojo išlaidos,
- Konkretaus analizuojamo regiono koeficientas.

Šie duomenys yra išvardinti pagal jų svarbą. Neįmanoma įvertinti ekonominio poveikio neatsižvelgiant į regioną aplankančių turistų srautus ir jų charakteristiką. Taip pat būtina įvertinti vidutinį socialinį sluoksnį atstovaujančių turistų išlaidas. Koeficientai yra mažiausiai svarbūs iš šių trijų rodiklių. Jie reikalingi tik tuomet kai vertinamas ir šalutinis turizmo ekonominis poveikis. [15]

Įvesties - išvesties analizės metodas rodo, kad turizmo industrijoje vykstantys pokyčiai - veiklos augimas, sąstingis ar blogėjimas - veikia tiesiogiai ir netiesiogiai su turizmu susijusias veiklos sritis, tai sąlygoja viso ekonominio proceso svyravimus. Taigi, jeigu turizmo sektorius plėtosis, tobulės ir tuo pačiu pritrauks vis didesnes pajamas, tai ir viso regiono ar šalies ekonomika augs bei plėsis, susidarys sąlygos formuoti naujoms veiklos sritims. Remiantis šiuo metodu galima

teigti, kad turizmo sektoriaus plėtra neįtakoja visiškai jokių neigiamų procesų atsiradimo, o ekonomikos augimą grindžia padidėjusia apyvarta turizmo sektoriuje. Augimas matuojamas pagal tiesioginį produkcijos apimčių padidėjimą turizmo sektoriuje ir turizmo sektorių aptarnaujančiose sferose. Įvesties- išvesties metodo pagrindu galima teigti, kad resursai, tokia kaip darbo jėga, žemė, kapitalas laisvai „keliauja“ į turizmo ir su juo susijusias industrijas. Taip pat galima daryti prielaidą, kad tie resursai nepanaudojami kitų industrijų sąskaita, todėl matome, kad šis metodas apskaičiuoja tikrai teigiamą įtaką ekonomikai ir ignoruoja neigiamos įtakos rezultatus. Svarbu pabrėžti, kad realioje situacijoje neigiami padariniai ekonomikai gali būti tokie pat dideli kaip ir teigiami, ar net didesni už teigimus padarinius. [15]

Pasak Stabler'io M. J. [41] vienas optimaliausių turizmo plėtros vertinimo metodu laikomas - **pusiausvyros metodas**. Šis metodas turizmo plėtros vertinimui siūlo panaudoti įvairius kintamuosius (pvz. produkcijos dydį, importą, eksportą, mokesčius, darbingumo lygį), kurie leis optimaliau vertinti rinkoje vykstančių pokyčių poveikį visai ekonomikos sistemai.

Vartotojai turi visišką teisę pasirinkti, kokias prekes ar paslaugas įsigyti. Todėl jei vartotojai bus linkę labiau vartoti vienos srities produktus, tai kitos veiklos sektoriai patirs nuostolį. Taip yra dėl riboto vartotojų biudžeto. Resursai rinkoje taip pat riboti, jeigu didesnė resursų dalis atiteks vienai veiklos sričiai, tai kitos veiklos patirs resursų trūkumą ir jų produkcija sumažės. Sprendimo variantai yra įvairūs - mokesčių didinimas, valiutų kurso reguliavimas, tačiau vadovaujantis šiuo metodu negalima įvertinti visų ekonomikoje vykstančių pasikeitimų. Nepaisant to pastaruoju metu išaugo pusiausvyros metodo panaudojimas bei tobulinimas. Pusiausvyros modeliai gali būti:

- Paprasti, apimantys vos kelis sektorius bei ryšį tarp jų,
- Sudėtingi ir detalūs,
- Statiški, analizuojantys procesus konkrečiame laikotarpyje,
- Dinamiški, analizuojantys pokyčius tam tikro ilgalaikio periodo rėmuose.

Turizmas yra ypatingas sektorius, kurio įtaka ekonomikai vis dažniau analizuojama pusiausvyros metodu, naudojant įvairius kintamuosius. Dėl to turizmo sektorius, stipriai veikiantis kitas veiklos sritis, negali savo politikos organizuoti be išorinių reguliavimo priemonių, kurias nustato valdžios institucijos, besistengiančios kiek įmanoma optimaliau subalansuoti viso šalies ekonomikos plėtrą. [41]

Turizmo plėtrą sąlygoja įvairūs išorinėje aplinkoje vykstantys pokyčiai (pvz. oro transporto kokybės pagerėjimas, mokesčių sumažėjimas regione, specialūs pritraukimo renginiai ar įvykiai: festivaliai, šventės, mugės, sporto renginiai, koncertai ir kt.). Labai svarbu paminėti, kad šie faktoriai sąlygoja ne tik turizmo sektoriaus plėtrą, bet ir viso regiono ar šalies ekonomikos vystymą,

nes į pokyčių grandinę įjungiamos net ir tiesiogiai su turizmu nesusijusios įmonės ar net atskiri sektoriai. [17]

Senojo pobūdžio turizmo plėtros vertinimo metodai identifikuoja turizmo sektoriaus plėtros tiksliai grynąją ir tiesioginę naudą ekonomikai. Šie metodai remiasi tik prielaidomis, nepilnai atskleidžia ekonomikos procesų esmę bei pobūdį, ir dažnai pateikia neteisingus rezultatus. Beveik visais atvejais ekonomikos pokyčiai, atsirandantys dėl investicijų, gautų veiklos rezultatų, pridėtinės vertės, turėtų būti vertinami ne tik pagal grynąją naudos vertę, bet ir pagal netiesioginių procesų plėtros tendencijas. Senojo pobūdžio metodai pateikia tokius rezultatus, kuriuos yra pavojinga naudoti politikos formavimo ir vertinimo procesuose. Ekonomiką formuoja visų veiklos sričių rezultatų visuma, kurioje kiekviena iš veiklos sričių tiesiogiai ar netiesiogiai yra susijusios ir įtakoja viena kitos rezultatus. Dėl to svarbu atrasti visos šios vieningos sistemos pusiausvyros analizės metodą, nurodantį ne tik atskiros ūkio šakos teigimą įtaką bendrai ekonomikai, bet ir neigiamus padarinius. Pagrindinis turizmo plėtros vertinimo tikslas - kaip organizuoti ekonomikos politiką, kad būtų surastas optimaliausias veiklos plėtros variantas. Tai, kad vienas veiklos sektorius daro poveikį kitoms veiklos sritims įrodo:

- Jeigu viena veiklos sritis sukaupia kuo daugiau resursų, tuomet jų gali nebelikti kitai veiklos sferai;
- Kai vartotojai išleidžia daugiau pinigų naujiems produktams ar paslaugoms, jie sumažina išlaidas kitoms prekėms ir paslaugoms;
- Padidėjus turistų srautams gali kilti valiutos kursas, tai gali neigiamai įtakoti regiono ar šalies prekybos politiką.

Svarbu pažymėti, kad kai atsiranda pasikeitimai turizmo sektoriuje, pirmiausia tai įtakoja visos ekonominės veiklos bruožus bei vystimosi tendencijos, tiesioginės įtakos galime net nepastebėti. Žymūs pasikeitimai ekonomikoje atsiranda tada, kai resursai iš neproduktyvios industrijos srities bus pervesti į produktyvią. [2, p. 40-45]

Daugumoje šalių visuomet yra tam tikras procentas bedarbių, kai rinkoje panaudojama ne visa turima darbo jėga. Nuolat didėjantis turizmo sektoriaus produktyvumas gali sukurti naujas veiklos sritis arba praplėsti jau egzistuojančias, taip sukuriant naujas darbo vietas ir mažinant nedarbingumą. Tačiau tuo pačiu naujų darbo vietų atsiradimas didina išlaidas darbo užmokesčiui ir mokesčiams. Naujų veiklos sričių kūrimas reikalauja patyrusių darbuotojų ir tai gali skatinti darbuotojų perėjimą iš vienos darbo vietos į kitą. To pasekoje kažkurios veiklos sritys gali pajusti profesionalių darbuotojų trūkumą, o tai mažins pastarųjų įmonių produktyvumą ir paveiks ekonomiką. Šie faktai rodo, kad įvesties-išvesties metodas nėra efektyvus, stengiantis optimaliai įvertinti kaip bendra šalies ekonomika reaguos į pokyčius, atsirandančius vienoje veiklos srityje.

Galima daryti išvadą, kad tik kelių modelių sintezės panaudojimas gali duoti efektyvių rezultatų sudėtingame turizmo plėtros vertinimo procese. [2, p. 43]

1.3 Subalansuota turizmo plėtra ir jos valdymo tikslai

Subalansuota plėtra – šiuolaikinė koncepcija, suformuluota apie 1990 m. Lietuvoje kol kas nėra tokios plėtros patirties. Ši plėtra dar vartojama kaip harmoninga, darni, tvari, tolydi plėtra. Subalansuota plėtra suprantama kaip pastangos suderinti miesto ekonominį augimą ir socialinę pažangą, neekvojant neatsinaujinančių gamtos išteklių ir nekeliant grėsmės ekologiinei pusiausvyrai. Šiuolaikinė subalansuoto turizmo samprata, kaip teorija ir praktika, iliustruojama subalansuotos ekonomikos vystymo strategijos pritaikymą turizmo verslui. [14, p. 53]

Tarptautiniu mastu subalansuoto turizmo tema buvo suformuluota Pasaulinėje konferencijoje, įvykusioje 1995-ais metais Kanarų salų Lancaroto miestelyje. Vidaus dalyvius vienijo pasiūlyta prielaida, kad subalansuotumas turizmo srityje reiškia:

1. Ilgalaikį ekologinį jo priimtinumą;
2. Finansinį, ekonominį gyvybingumą;
3. Teisingumą etniniu - socialiniu požiūriu, socialinę atsakomybę vietinių bendruomenių atžvilgiu.

Buvo konstatuota, kad turizmas turi tapti kultūrinės bei socialinės terpės dalimi ir būti jautrus trapiam pusiausvyrai, kuri būdinga nedidelėms bei ekologiškai jautriems regionams. [48]

Bet kuri regiono plėtra, tarp jų – subalansuota, yra procesas. Jo valdymas turėtų atitikti tokius bendruosius tikslus:

- Išsaugoti ir gerinti gamtinės teritorijas, nustatyti jų plėtros ribas; kurti miesto želdynus kaip miesto struktūros elementą;
- Remti integruotą (socialiniu, ekonominiu ir aplinkosauginiu požiūriu) ir kompaktišką bendruomenių kūrimosi politiką. Tai iš dalies turėtų paskatinti kitų gyvenamųjų namų grupių pertvarkymą (atnaujinimą);
- Intensyviau naudoti esamas urbanizuotas teritorijas išsaugant viešąsias erdves ir gamtines teritorijas; skatinti pakartotinį žemės užstatymą ir jau esamos techninės infrastruktūros išnaudojimą;
- Turėti darbo jėgos ir pasiūlos įsidarbinti balansą, neskatinti švytuoklinės dirbančiųjų migracijos;
- Riboti lengvųjų automobilių naudojimą, skatinti alternatyvių susisiekimo būdų (viešojo keleivių susisiekimo, dviračiais ir pėsčiomis) galimybes;
- Mažinti krovinių pervežimo reikmę;

- Įvertinti miestiečių gyvenimo būdo, kultūros įvairovę bei jos įtaką būsto ir socialinių paslaugų reikmėms;
- Išlaikyti saugų miestą, t.y. garantuoti asmens ir turto apsaugą nuo gamtinių ir technogeninių pavojų;
- Kurti ir išlaikyti sveiką aplinką; švarus oras, vanduo, žemė, akustinis komfortas ir pan.;
- Atviras miestas: patogus vidaus susisiekimas ir ryšiai su kitais miestais ir valstybėmis; laisvai prieinama praktiškai visa miesto reikalinga informacija; imlus naujovėms ir bendradarbiavimui su miestais partneriais;
- Subalansuota socialinė, ekonominė ir aplinkos plėtra. Tai plėtra, leidžianti tenkinti dabartinius poreikius neatimant tokios pat galimybės ateities kartoms.

Kiekviena šalis ar tam tikras regionas privalo nusistatyti savo prioritetus ir tikslus plėtojant turizmą. Pasauliniu mastu turizmas, užimantis vieną iš didžiausių paslaugų sektorių ir toliau intensyviai besiplėtojantis, sąlygoja tiek neigiamus, tiek teigiamus poveikius įvairioms makro aplinkoms: ekonominei, socialinei ir gamtinei. Siekiant turistų poreikių patenkinimo bei mažesnės žalos gamtai ir kultūrai, akivaizdu, kas kuriant vietovės patrauklumą reikia adaptuoti tolydžios turizmo plėtros koncepciją, kuri gali būti taikoma planuojant turizmo veiklą įvairiuose regionuose. [14, p. 54]

Pirmiausia turizmo veikla turi būti naudinga turistų traukos vietovėms ir vietinių gyventojų bendruomenėms, nekenksminga aplinkai bei tausojanti vietos kultūrinį paveldą. Todėl tolydi turizmo plėtra yra tuomet, kai atliekami veiksmai yra ekonomiškai įmanomi ir leistini, reikalingi ir perspektyvūs socialine bei ekologine prasme. [14, p. 57]

Siekiant išsiaiškinti veiksnius lemiančius turizmo plėtrą 1.3 lentelėje pateikiami ekonomikai, gamtinei aplinkai ir socialinei kultūrinei aplinkai daromas poveikis, remiantis McKercher R. [31, p. 15-20], Stabler M.[41], nuomonėmis.

1.3 lentelė Turizmo plėtros poveikis atskiroms sritims, parengta Dargytės R. pagal Stabler M. [41] ir McKercher R. [31].

Ekonomikai	Gamtinei aplinkai	Socialinei kultūrinei aplinkai
Bendro vidaus produkto augimas	Natūralių išteklių išsaugojimas, tvarkymas ir priežiūra	Pajamos iš turizmo pagerina vietos gyventojų gyvenimo kokybę
Užsienio valiutų įplaukos	Natūralių vietovių išsaugojimas, kuriant draustinius, regioninius, nacionalinius parkus	Padedą išsaugoti vietovės kultūrinį paveldą
Įplaukų į šalies	Vertinama aplinkos kokybė,	Skatinama domėtis savo ir kitų tautų

biudžetą augimas	ji saugoma ir siekiama mažinti urbanizacijos procesą	kultūra, papročiais ar pasikeisti kultūrinėmis vertybėmis
Naujų darbo vietų sukūrimas, užimtumo didėjimas ir nedarbo mažinimas	Skiriama daugiau lėšų unikalaus kraštovaizdžio išsaugojimui	Skatinamas specialiųjų interesų turizmo formų vystymasis (kultūrinis, ekologinis, kaimo turizmas, agroturizmas)

Taigi galima teigti, kad turizmas neišvengiamai veikia ekonominę, gamtinę ir sociokultūrinę regiono aplinką ir būtent dėl šio turizmo plėtros poveikio visoms išvardintoms sritims svarbu vadovautis tolydžios plėtros principais. Laikantis šių principų, turizmo plėtra regionui gali būti ekonomiškai naudinga, kartu tausojanti gamtinius išteklius ir išsaugant vietos identitetą, unikalias vietas.

2. TURIZMO PLĖTROS LIETUVOJE ANALIZĖ

2.1 Turizmo paslaugų plėtra

Lietuva, kaip naujas tarptautinio turizmo regionas, formuojasi Vidurio Europos ir pietryčių Baltijos jūros šalių geografinėje ir ekonominėje erdvėje, esančioje geografiniu požiūriu strateginėje vietoje. Lietuvą kertantys tarptautiniai transporto srautai bei didžiulės artimos turizmo rinkos yra svarbūs veiksniai tarptautinio turizmo vystymui. Lietuvai, siekiančiai užtvirtinti stabilų tarptautinį bendradarbiavimą, kurti naujas darbo vietas, skatinti šalies infrastruktūros ir atskirų regionų ekonomikos augimą, pritraukti potencialius užsienio investuotojus, turizmo vystymas gali tapti būtina ir esmine šių tikslų pasiekimo sąlyga. [34]

Lietuvos turizmo istorija praėjo tuos pačius vystimosi etapus, kaip ir kitų Europos šalių turizmas, tik periodų trukmė ir pradžios laikas buvo skirtingas. Per pastarąjį dešimtmetį Lietuvos turizmo sferoje įvyko dideli kiekybiniai pokyčiai. Šiuo laikotarpiu keitėsi turistų rinkos ir srautai, paslaugų struktūra, jų kokybė ir kaina, suintensyvėjo tarptautinis bei vietinis turizmas. Šios prielaidos skatina turizmo plėtros vystymą. [57]

Po 1991 metų, atkūrus Lietuvos nepriklausomybę, pradėtos politinės, ekonominės ir socialinės reformos rodo naują etapą ir turizmo sferoje. Turizmas įvardintas prioritetine Lietuvos ūkio šaka ir 1992 m. įkurta Vyriausybės valstybinė turizmo taryba, kuri nuo 1995 m. reorganizuota į Valstybinį turizmo departamentą. Vykdam turizmo veiklą parengtos 3 Nacionalinės turizmo plėtros programos, įsteigta Lietuvos turizmo asociacija, priimtas pataisytas LR Turizmo įstatymas, parengta Turizmo plėtros strategija iki 2015 m. [25]

2006 metai paskutiniai kai buvo vykdoma Lietuvos Respublikos Vyriausybės patvirtinta Nacionalinė turizmo plėtros 2004-2006 m. programa. Tai trečioji turizmo planavimo programa, kuri rengiama kas keturi metai, vadovaujantis Turizmo įstatymu. Įgyvendinamoje turizmo plėtros programoje buvo išskirti trys pagrindiniai tikslai ir jų įgyvendinimui numatytos tikslinės priemonės, tai:

- Racionalios turizmo išteklių planavimo ir valdymo sistemos kūrimas: pagerinti turizmo plėtros planavimą ir administravimą, ugdyti žmonių gebėjimus turizmo sektoriuje.
- Viešosios turizmo infrastruktūros plėtojimas: kultūrinio ir kito pažintinio turizmo infrastruktūrai, jūrinio ir vidaus vandenų turizmo infrastruktūrai, aktyvaus poilsio turizmo infrastruktūrai, kurortų viešajai infrastruktūrai, kaimo turizmui.
- Šalies turizmo įvaizdžio formavimas ir galimybių pristatymas užsienio ir vidaus turizmo rinkose: Lietuvos įvaizdžiui, nacionalinės turizmo informacijos sistemos galimybėms. [34]

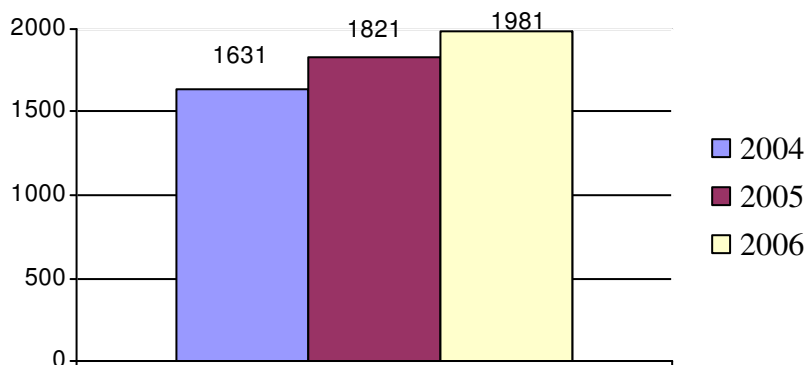
Vertinant įvardintų tikslų įgyvendinimo rezultatus šis Lietuvos turizmo plėtros periodas (2004 - 2006 m.) buvo sėkmingas ir produktyvus.

Viena pagrindinių turizmo augimo prielaidų – turizmo infrastruktūros plėtojimas. Todėl bendras strateginis Lietuvos turizmo plėtros iki 2015 metų tikslas yra „...šiuolaikinės, atitinkančios pasaulio ir Europos kokybinius reikalavimus, turizmo infrastruktūros, leidžiančios kurti ir pateikti į tarptautinę turizmo rinką kokybiškus ir konkurencingus turistinius produktus, užtikrinančius pastovų vietinių ir atvykstančiųjų turistinių srautų didėjimą, bei pasiekti turizmo dalies bendrame vidaus produkte ES vidurkį (8 proc.) sukūrimas“. [6]

Pagal P. Grecevičių Lietuvoje skiriamos tokios pagrindinės turizmo infrastruktūros dalys: *apgyvendinimo paslaugos, maitinimo paslaugos, transporto paslaugos, kelionių organizavimo ir pardavimo paslaugos, informacijos teikimo ir laisvalaikio organizavimo paslaugos*. [9, p. 99]

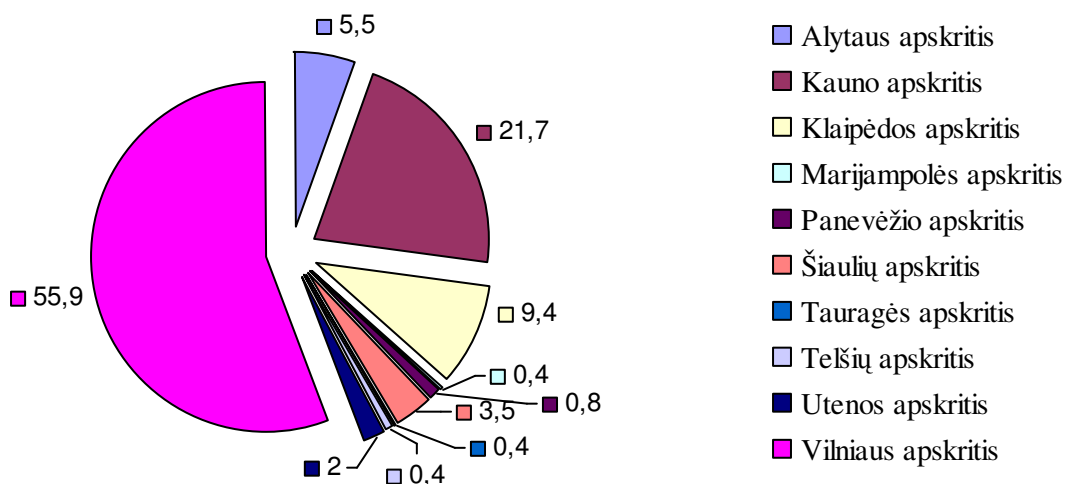
Įgyvendinant darnios plėtros principus Lietuvoje vadovaujamosi Pasaulio turizmo organizacijos prognozėmis, kad kultūrinio ir ekoturizmo plėtra vystysis visame pasaulyje ir iki 2020 m. kultūrinis turizmas išaugs 10-15 proc., o ekoturizmas - 25-30 proc., todėl vis plačiau akcentuojamos darnios plėtros nuostatos visuose turizmo strateginiuose dokumentuose. Atsižvelgiant į tai, kad turizmo industrijos plėtra negali daryti neigiamo poveikio gamtiniams, kultūriniais resursams ar nusistovėjusiai socialinei sanklodai, pastaruoju metu darnios plėtros principai yra aptariami daugelyje tarptautinių, nacionalinių ir regioninio lygmens dokumentų, reglamentuojančių turizmo plėtros galimybes, šių principų aktualumas ypač pabrėžiamas ir ES dokumentuose bei programose. Suaktyvėjęs turizmo plėtros planavimo dokumentų rengimas nacionaliniu, regioniniu lygmeniu tik patvirtina, kad Lietuvos turizmo rinka per pastaruosius metus intensyviai vystosi. [32, p. 129-133]

Turizmo plėtros vystymąsi patvirtina ir vis didėjantis turizmo įmonių skaičius. Remiantis Valstybinio turizmo paslaugų registro duomenimis, 2006 metais Lietuvoje veikė 254 turizmo įmonės, kuriose dirbo 1981 darbuotojas.



2.1 pav. Turizmo įmonėse dirbančiųjų skaičiaus pokyčiai 2004 – 2006 metais
(pagal Lietuvos Statistikos departamento <http://www.stat.gov.lt/lt/> duomenis [43])

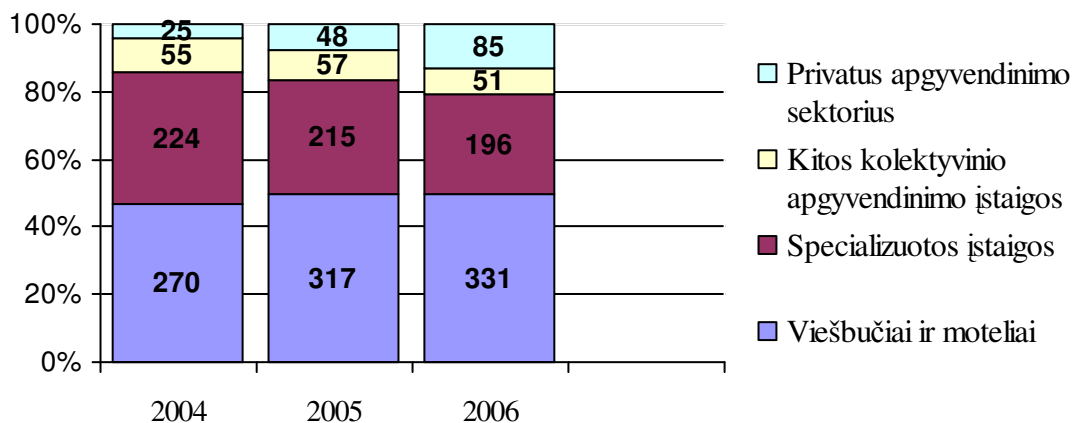
Analizuojant pateiktus duomenis, turizmo įmonių skaičius 2006 metais palyginti su 2004 metais išaugo 17,7 proc., šio skaičiaus didėjimą lėmė turizmo sektoriaus plėtra: daugėjo turizmo įmonių, didėjo paslaugų įvairovė.



2.2 pav. Turizmo įmonių pasiskirstymas 2006 metais pagal apskritis, proc.
(pagal Lietuvos Statistikos departamento <http://www.stat.gov.lt/lt/> duomenis [43])

Atsižvelgiant į didėjantį turizmo paslaugų skaičių analizuojant *apgyvendinimo paslaugas* pastebima didelė pažanga. Šiuo metu apgyvendinimo paslaugas Lietuvoje teikia 663 įmonės, iš jų 290 viešbučių. Pastoviai augantis viešbučių ir motelių sektorius per 2004 - 2006 metus išaugo 22,6

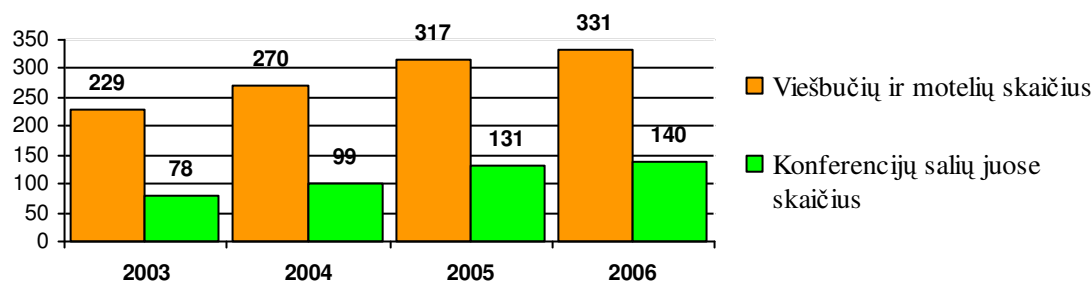
proc., specializuotų įstaigų skaičius sumažėjo 7,3 proc., kitų kolektyvinio apgyvendinimo įstaigų – daugiau kaip 12 proc. Tuo tarpu privatus apgyvendinimo sektorius pastaraisiais metais plėtėsi itin sparčiai ir 2006 metais palyginti su 2004 metais išaugo daugiau nei 3 kartus.



2.3 pav. Apgyvendinimo įstaigų skaičiaus pokyčiai 2004-2006 metais
(pagal Lietuvos Statistikos departamento <http://www.stat.gov.lt/lt/> duomenis [43])

Apgyvendinimo įstaigose 2006 metais buvo apsistoję 1325,6 tūkst. turistų (iš jų 927,5 tūkst. užsieniečių). Palyginti su 2004 metais turistų skaičius apgyvendinimo įstaigose išaugo 56,4 proc., užsieniečių – 73,6 proc. Lietuvos apgyvendinimo įmonių užimtumas didėjo, pvz. viešbučių užimtumas 2006 metais palyginus su 2004 metais išaugo 25,5 proc., motelių – 30,8 proc., sparčiausiai didėjo kempingų užimtumas ir išaugo net 57,8 proc.

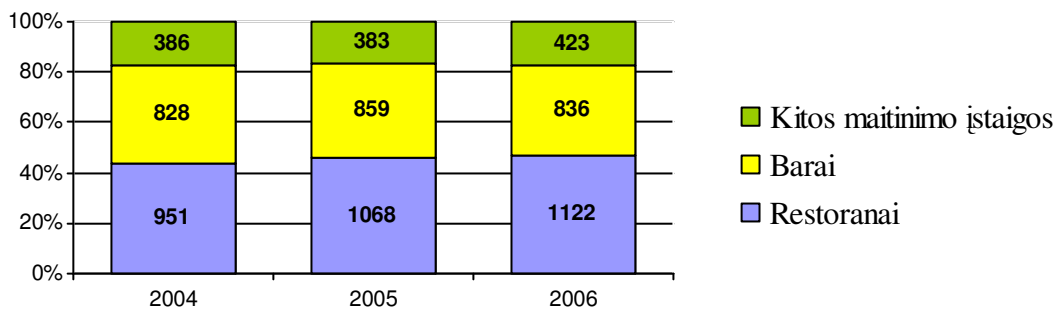
Spartus viešbučių augimas lemia ir dalykinio turizmo plėtrą, nes daugelis viešbučių turi erdvas, moderniai įrengtas konferencijų sales, o tai leidžia pritraukti klientus ne tik sezono metu. Konferencijų turizmas – ypač pelninga ir perspektyvi turizmo šaka, tačiau Lietuvoje ši niša dar neišnaudota, todėl labai svarbu skatinti ir plėtoti šią turizmo rūšį bei vykdyti aktyvią jos galimybių rinkodarą. Vertinant pokyčius pastebima, kad 2003 metais konferencijų sales turėjo 78 viešbučiai ir moteliai, 2006 metais konferencijų salių skaičius viešbučiuose ir moteliuose išaugo iki 140, didžiausia jų koncentracija buvo Vilniaus mieste.



2.4 pav. konferencijų salių skaičius Lietuvoje 2003-2006 metais

(pagal Lietuvos Statistikos departamento <http://www.stat.gov.lt/lt/> duomenis [43])

Maitinimo paslaugas teikiančių įmonių skaičius per analizuojamąjį laikotarpį taip pat padidėjo, tačiau jos kuriamos gausiausiai turistų lankomuose miestuose (ypač Vilniuje) ir šalia turizmo traukos objektų. Tuo tarpu periferijoje maitinimo paslaugų skaičiaus ir kokybės problema darosi vis aktualesnė.



2.5 pav. Maitinimo įmonių skaičiaus pokyčiai 2004-2006 metais

(pagal Lietuvos Statistikos departamento <http://www.stat.gov.lt/lt/> duomenis [43])

Vertinant *transporto paslaugų* plėtrą galime pastebėti kad per analizuojamą laikotarpį (2004 - 2006 m.) padidėjo pasinaudojusių Lietuvos oro uostų ir jūros uosto keliautojų skaičius, tačiau to negalima pasakyti apie Lietuvos geležinkelius, kadangi jų šiandieninė infrastruktūra netenkina keliautojų poreikių.

Aptarnaujamų keleivių skaičius Lietuvos oro uostuose nuolat auga. Keleivių skaičiaus augimas ypač išryškėjo Lietuvai įstojus į ES. 2004 metais keleivių skaičius siekė 1113 tūkst., palyginti su 2004 metais išaugo 41,2 proc. 2006 metais keleivių skaičius toliau augo ir siekė 1453 tūkst. Pagrindinė tokio žymaus keleivių skaičiaus augimo priežastis – Lietuvos įstojimas į ES, kas

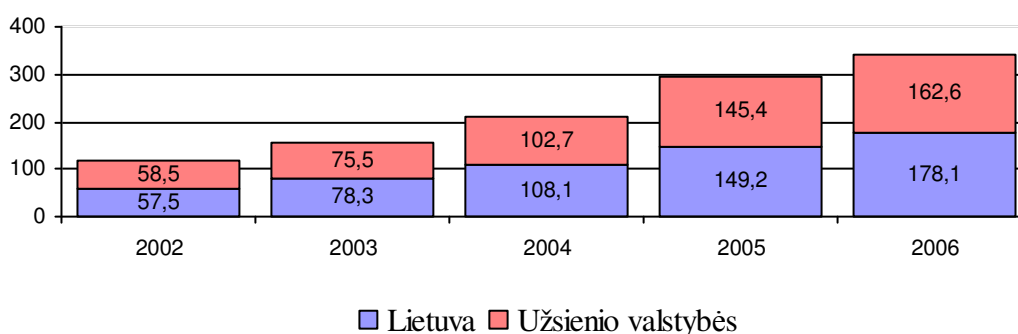
sąlygojo bevizio režimo į ES šalis atsiradimą, skrydžių geografijos plėtrą, skrydžių skaičiaus augimą ir kt.

Palyginus keleivių pasiskirstymą tarp Lietuvos oro uostų, matyti, kad 2006 metais pagrindinę keleivių dalį aptarnavo Vilniaus oro uostas – net 89 proc., Palangos oro uostas - 6 proc., Kauno oro uostas – 5 proc. keleivių. Tačiau palyginus Lietuvos ir kaimyninių šalių sostinių oro uostų (Rygos ir Talino) keleivių srautus 2006 metais, matyti, kad Vilniaus oro uostas aptarnavo mažiausiai keleivių, palyginti su Talino oro uostu 8,5 proc. mažiau, su Rygos – 31,7 proc. mažiau. [42]

Klaipėdos uostas – svarbiausias ir didžiausias Lietuvos Respublikos transporto centras, kuriame susijungia jūros, sausumos ir geležinkelio keliai iš Rytų ir Vakarų. Nors kruizinių laivų ir kruizinių turistų skaičius Klaipėdos uoste pastaraisiais metais didėja, tačiau esama infrastruktūra uoste nėra pakankama tinkamam paslaugų lygiui, priimant kruizinių laivų keleivius ir turistus, atplaukusius jachtomis, užtikrinti. [51]

Keleivių vežimo jūrų transportu verslą Lietuvoje vykdo vienintelė keltų bendrovė Lisco Baltic Service, priklausanti Danijos laivybos grupei. Ši bendrovė 2006 metais pervežė 150 tūkst. keleivių, tai yra 15 proc. daugiau negu 2004 metais, tačiau tai labai maži rodikliai lyginant Klaipėdoje ir kituose Baltijos šalių uostuose aptarnaujamų keleivių skaičių. Eurostat'o duomenimis 2006 metais Latvijos uostuose buvo aptarnauta 195,2 tūkst., Estijos – 7192,1 tūkst. keleivių. [42]

Pagal turizmo paslaugų rūšių klasifikaciją, patvirtintą Turizmo įstatymu, turizmo *informacijos paslaugos* sudaro ypatingą svarbą turizmo plėtroje. Lietuvoje turizmo informacijos paslaugas teikia dvi grupės teikėjų – gidai ir kelionių vadovai bei turizmo informacijos centrai. [50]

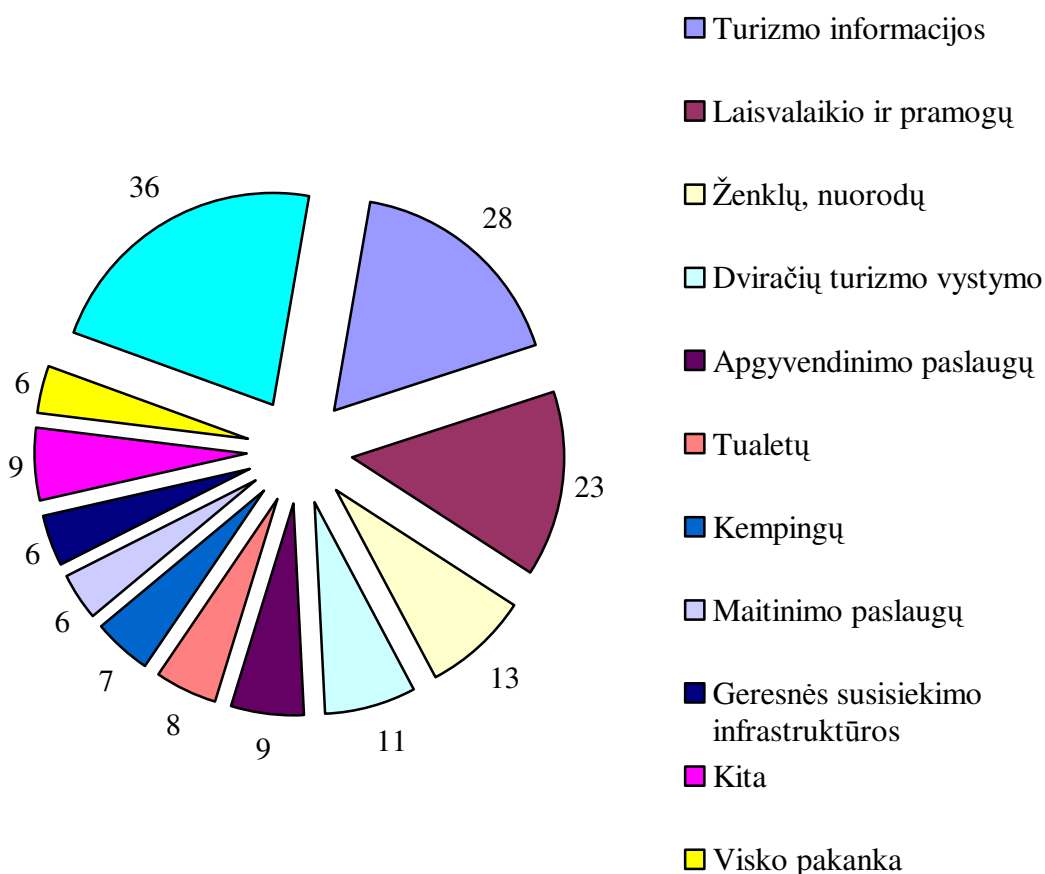


2.6 pav. Lankytojų skaičius Lietuvos turizmo informacijos centruose (pagal Lietuvos Statistikos departamento <http://www.stat.gov.lt/lt/> duomenis [43])

2002 metais Lietuvoje pagrindiniai turizmo informacijos paslaugų teikėjai buvo 30 savivaldybių įsteigtų turizmo informacijos centrų (TIC), 2006 metais pabaigoje - 50 savivaldybių TIC. Vertindami grafike atsispindinčią informaciją galima daryti prielaidą, kad informacijos paieška lankantis turizmo informaciniuose centruose vis populiarėja, atsižvelgiant į tai tikslinga būtų plėsti TIC tinklą tiek Lietuvoje tiek užsienyje. [42]

2.2 Viešosios turizmo infrastruktūros plėtra

Atsižvelgiant į tai, kad labiausiai turizmo plėtrą lemia viešosios turizmo infrastruktūros vystymas, išanalizavus Valstybinio turizmo departamento [54] ir Statistikos departamento [43] duomenis, galime daryti išvadas, kad šiuo metu Lietuvoje labiausiai trūksta kokybiškos ir išsamios turizmo informacijos (28%), laisvalaikio, pramogų infrastruktūros (23%) ir informacinių ženklų bei nuorodų (13%).



2.7 pav. Turizmo paslaugų poreikis 2006 m., proc.

(pagal Valstybinio turizmo departamento duomenis www.tourism.lt [54])

2.2.1 Turizmo informacijos sklaida

Pagrindiniai veikiantys informacijos sklaidos kanalai yra Lietuvos turizmo informacijos centrai Lietuvoje ir užsienyje (įskaitant TIC interneto svetaines), dalyvavimas turizmo parodose bei verslo misijose, Lietuvos nacionalinė turizmo informacijos sistema (NTIS). Lietuva turi 50 turizmo informacijos centrų Lietuvoje ir 7 turizmo informacijos centrus užsienio šalyse. Dauguma turizmo informacijos centrų įsikūrę didžiuosiuose Lietuvos miestuose, rajonų centruose, nacionaliniuose ir regioniniuose parkuose. Kiekvienas iš jų atskirai reprezentuoja savo regioną ir sklaidžia informaciją apie kitas Lietuvos vietas. Tai komunikacijos kanalai, kurie leidžia tiesiogiai paveikti tiek šalies visuomenę, potencialius turistus, tiek ir turizmo verslą – kelionių organizatorius bei agentūras. Kelionių organizatoriai ir agentūros kol kas mažai plėtoja vietinį turizmą, palikdami šias veiklas turizmo informaciniams centrams ar kitoms turizmo sektoriuje veikiančioms įmonėms. Tai sąlygoja, kad išvykstamasis turizmas yra stabilesnis ir duodantis didesnes pajamas. Gana efektyvus rinkodaros būdas, siekiant pritraukti turistus į Lietuvą, manau, būtų turizmo paslaugų pardavimas užsienio kelionių operatoriams. Tačiau naudodama anksčiau paminėtas priemones jas nepilnai išnaudoja siekdama viešinti Lietuvą, kaip turizmui patrauklų kraštą. [54]

Lietuva praktiškai nepradėjo reklamos užsienio žiniasklaidoje, tai vienintelis efektyvus būdas kurti trauką į Lietuvą, nors ir gana brangus. Internetas taip pat yra viena iš efektyviausių priemonių informuoti ir sudominti potencialius turistus. Deja, Nacionalinė turizmo informacijos sistema yra netobula sistema, kurios tikslas – informacijos apie Lietuvą sklaida. Pastebėta, kad visą Lietuvos turizmo rinką reprezentuojančios internetinės svetainės informacija parengta tik 4 užsienio kalbomis (anglų, rusų, vokiečių ir lenkų). Sutapimas, kad Jungtinėje Karalystėje, Rusijoje, Vokietijoje ir Lenkijoje yra Lietuvos turizmo informaciniai centrai, tai ar ne efektyviau būtų NTIS puslapiu informaciją pateikti tokiomis kalbomis, kurių naudojimo šalyse nėra galimybės gauti turizmo informacijos apie Lietuvą. Retai turizmo paslaugoms viešinti pasirenkama televizija. Suprantama tai ne pigi rinkodaros priemonė, bet jei vertintume jos efektyvumą (remdamiesi kitų TV reklamuojamų prekių, paslaugų pavyzdiumi) ji turėtų pasiteisinti. Vertinant turizmo informacinius leidinius dažnai pasigendama kompleksiskumo - stambesnių administracinių vienetų bendros informacijos, t. y. apskričių, geografinių regionų ir pan. Tokie leidiniai būtų ne tik informatyvesni, bet ir paskatintų domėtis aptariamo regiono mažiau žinomomis vietomis. [42]

Apibendrinant informacijos sklaidos aspektus galima pažymėti, kad Lietuvos rinkodaros priemonės palaiptams tampa įvairesnės, tačiau ne visos efektyviai išnaudojamos.

2.2.2 Laisvalaikio, pramogų infrastruktūra

Sporto arenos. Šiuo metu šalyje pilnai funkcionuoja dvi universalios arenos Vilniuje – „Siemens“ ir „Sportima“. Tai patvirtina, kad laisvalaikio ir pramogų infrastruktūros trūkumas Lietuvoje ženklus.

„Siemens“ arena veiklą pradėjo 2004 metais. Pirmojo sezono metu (2004 m. spalio – 2006 m. spalio) „Siemens“ arenoje įvyko 90 renginių, kuriuose apsilankė beveik 330 tūkst. žmonių. Antrojo sezono metu (2006 m. spalio – 2006 m. spalio) „Siemens“ arenoje įvyko beveik 100 renginių, kuriuose aplankė daugiau nei 410 tūkst. žmonių.

Universali salė „Sportima“ pradėta statyti dar 1989 m., tačiau galutinai baigta tik 2006 m. gruodžio mėnesį. „Sportimoje“ yra įrengta 3200 vietų žiūrovams, prireikus su teleskopinėmis kėdėmis vietų skaičių galima padidinti iki 5000. Bendras sporto komplekso plotas – per 16 000 kv. m, tūris – 280 000 kub. m, salės aukštis – 26 m. Nuo „Sportimos“ eksploatacijos pradžios 2001 m. kasdien joje apsilanko apie 600 žmonių per dieną.

Lankytojų skaičiaus laisvalaikio ir pramogų centruose parodo, kad organizuojami renginiai turi didžiulę paklausą, ir kad laisvalaikio ir pramogų paslaugų turizmas turi puikias sąlygas plėtotis. Atsižvelgdami į laisvalaikio ir pramogų trūkumą perspektyvoje jas ruošiasi pasiūlyti naujai statomi ir rekonstruojami laisvalaikio, pramogų centrai Šiauliuose, Panevėžyje, Klaipėdoje, Kaune ir Alytuje. Tai turėtų pagerinti ne tik minėtų regionų turizmo plėtrą, bet ir paskatinti atvykstantį turizmą Lietuvos mastu. [43]

Vandens parkai. Druskininkuose nuo 2004 m. gruodžio mėnesio pradėta rekonstruoti buvusi fizioterapijos gydykla, jos vietoje jau 2006 gruodį startavo *Druskininkų vandens pramogų parkas*. Vienu metu jame gali ilsėtis iki 1500 žmonių.

Vilniuje 2007 metais planuojama pabaigti antrojo *Vilniaus pramogų parko* segmento – *vandens parko* – statybas. Tai bus vienas didžiausių ir moderniausių tokio tipo parkų Europoje bei neabejotinai taps dideliu vilniečių, visos Lietuvos gyventojų bei turistų pramogų traukos centru. [54]

Ledo rūmai. Lietuvoje yra veikiančios Kauno ledo arena, Vilniaus ledo rūmai, Elektrėnų ledo rūmai ir ledo rūmai Akropolyje (Vilniuje ir Kaune).

Teatro salės. Lietuvoje veikia 13 valstybinių teatrų (iš jų 8 dramos, 2 lėlių, 3 muzikiniai) ir apie 20 nevalstybinių teatrų bei scenos menų struktūrų, kurių skaičius nuolat kinta.

Kino salės. Lietuvoje kiekvienoje apskrityje yra bent po keletą kino salių. Tačiau nuolat filmai rodomi faktiškai tik didžiųjų miestų kino salėse. Taip pat didžiausia kino salių koncentracija, o tuo pačiu ir galimybė organizuoti didesnius renginius, yra Vilniaus mieste. Šiuo metu Lietuvoje vyksta

kasmetiniai kino festivaliai „Kino pavasaris“, „Tinklai“ ir kt. Nuo 2006 metų pradėtas rengti pirmasis komercinio lietuviško kino festivalis - konkursas "AXX". Atkreiptinas dėmesys, kad dauguma festivalių vyksta tik Vilniuje, išskyrus keletą, pvz., Tinklai, kurie savo programas parodo ir kituose šalies miestuose. [43]

Muzika. Koncertinės veiklos organizavimu užsiima koncertinės organizacijos, atskiri teatrai, koncertų salės, orkestrai. Statistikos departamento duomenimis 2006 m. Lietuvoj buvo 5 valstybinės koncertinės organizacijos. Lietuvoje yra trys valstybiniai muzikiniai teatrai:

Lietuvos nacionalinis operos ir baleto teatras, turintis profesionalią klasikinio baleto trupę ir profesionalų operos skyrių;

Kauno valstybinis muzikinis teatras, didelę dalį repertuaro skiriantis pasaulyje populiariems operetės ir miuziklo žanrams;

Klaipėdos muzikinis teatras, greta įprasto klasikinio muzikinio teatro repertuaro savo naujausiuose pastatymuose eksperimentuojantis įvairių žanrų junginiais ir formomis. [54]

Profesionaliosios muzikinės kultūros sklaidos šalyje ir užsienyje funkciją vykdo penkios valstybinės koncertinės organizacijos: *Lietuvos nacionalinė filharmonija, Lietuvos Valstybinis simfoninis orkestras, Valstybinis pučiamųjų instrumentų orkestras „Trimitas”, Valstybinis dainų ir šokių ansamblis „Lietuva” bei Valstybinis Šiaulių kamerinis choras “Polifonija”*. Be tiesioginės koncertinės veiklos minėtos įstaigos, taip pat ir nevalstybinės įstaigos, rengia Lietuvoje tarptautinius profesionalaus meno festivalius ir konkursus. Organizuojami klasikinės muzikos festivaliai „Vilniaus festivalis“, „Kristupo vasaros festivalis“, „Pažaislio muzikos festivalis“ ir kt.

Populiariosios muzikos atlikėjų iš užsienio koncertus dažniausiai organizuoja privačios koncertinės organizacijos. Šiuo metu populiarių užsienio atlikėjų koncertų daugiausiai vyksta Vilniuje, sezono metu – pajūryje. Kita vertus, pastebima, kad kol kas trūksta originalių koncertų (su pasaulinio lygio žvaigždėmis), kurie būtų įdomus ir galėtų pritraukti klausytojus iš užsienio valstybių. [42]

Kiti pramogų centrai. Šiuo metu galime išskirti tokius stambiausius pramogų centrus:

- *GCW* (pramogų centras Vilniaus miesto centre, siūlomos šios paslaugos: lošimo namai, naktinis šampano baras, Tailando japoniškų patiekalų restoranai, angliško stiliaus pabas, organizuojami koncertai ir diskotekos).
- *Pramogų bankas* (pramogų centras Vilniaus miesto centre, siūlomos šios paslaugos: lošimo namai, Viduržemio jūros patiekalų, „švediško“ stalo restoranai, kokteilių barai, koncertai ir diskotekos).
- *Pramogų bankas* (Klaipėda, siūlomos paslaugos: lošimo namai, kokteilių baras, kinietišku, itališkų patiekalų restoranai, koncertai ir diskotekos).

- *Forum palace* (Vilnius, siūlomos paslaugos: sporto klubas, pirtys, restoranas, muzikos klubas (organizuojami koncertai ir diskotekos), sporto baras).
- *Los patrankos* (Kaunas, siūlomos paslaugos: lošimo namai, muzikos klubas (organizuojami koncertai ir diskotekos), pramogos vaikams).
- *Honolulu* (Klaipėda, siūlomos paslaugos: kelių stilių barai, boulingas, sporto klubas). [54]

Apžvelgus pagrindines iki šiol šalyje siūlomas laisvalaikio ir pramogų paslaugas akivaizdžiai pastebima, kad jos sukonzentruotos didžiuosiuose Lietuvos miestuose. Tai be abejonės skatina turizmo plėtrą tuose regionuose, bet kartu ir padidina turizmo paslaugų skirtumus tarp didmiesčių ir rajono centrų ar rajoninės reikšmės miestų. Manau, vystant tolimesnę turizmo plėtrą reikėtų orientotis į laisvalaikio ir pramogų paslaugų kūrimą periferiniuose regionuose, kuriuose tai paskatintų ne tik turizmo plėtrą, bet ir pagerintų bendrą ekonominę situaciją. Tam tikslui galėtų būti panaudojami tarptautiniai renginiai, festivaliai, jų įgyvendinimą perkeliant į atokesnius miestus ar vietas, kurios iki šiol nėra tinkamai reprezentuotos, tačiau turi ne ką mažesnę turizmo plėtros potencialą, kaip didieji Lietuvos miestai.

2.2.3 Ženklų, nuorodų sistema

Turistinių ženklų trūkumas Lietuvoje vis dar yra opi problema, neaiškus žymėjimas ne tik teritorijoje bet ir leidiniuose ar kitoje turistams platinamoje medžiagoje, nėra vyraujančios sistemos, neaiški ženklų priežiūros sistema. [34] Nors padėtis per 2004-2006 m. labai pagerėjo, bet ženklų trūkumas yra viena iš svarbiausių turizmo infrastruktūros plėtros problemų:

- Ženklavimo sistema neužbaigta, neinformatyvi, labai apibendrinta (nesuprantama, į koki objektą nuoroda - gamtos, kultūros paminklą ar istorinę vietovę)
- Trūksta ženklų prie pagrindinių kelių
- Nėra ženklintos vandens turizmo trasos
- Nėra ženklų prie mažų ir savivaldybių prižiūrimų kelių
- Sudėtinga ir brangu ženklinti dviračių trasas
- Kiekvieno projekto metu kuriama savita ženklų sistema.

Taigi, kol kas nėra vieningos unifikuotos ženklavimo sistemos stabdoma bendra turizmo plėtra. Būtina suderinti ir parengti vieningą sistemą visai šalies teritorijai – tiek žymėjimui natūroje, tiek leidiniuose. Tai vienas iš svarbiausių prioritetinių darbų naujam turizmo plėtros periodui. [54]

Apibendrinant 2004 - 2006 m. turizmo plėtros programos įgyvendinimo pokyčius galima teigti, kad Lietuvoje:

- didėja vietinių turistų dalis bendruose turistų srautuose, o tai rodo, kad Lietuvos gyventojai, net ir gerėjant ekonominei padėčiai ir išvažiavimo į užsienį galimybėms dažniau renkasi keliones Lietuvoje;
- nors turizmo paslaugų ir produktų įvairovė padidėjo, o kokybė pagerėjo, vis dar trūksta aktyvaus poilsio infrastruktūros ir paslaugų, įdomesnių laisvalaikio praleidimo vietų ir formų, pramogų ir renginių, įvairesnės ir kokybiškesnės informacijos;
- nesukurta vieninga ženklų sistema stabdo bendrą viešosios infrastruktūros plėtrą;
- todėl tiek pagrindinės Lietuvos turizmo plėtros prielaidos, tiek Lietuvos, kaip turizmo šalies įvaizdis vertinamas tik vidutiniškai.

3. JONIŠKIO RAJONO TURIZMO PLĖTROS APŽVALGA

3.1 Tyrimo metodologija ir organizavimas

Turizmo plėtros galimybėms Joniškio rajone ištirti remtasi pirmine ir antrine informacija. Pagrindinis informacijos šaltinis apie Joniškio rajono turizmo plėtros situaciją yra atlikta Joniškio rajono gyventojų apklausa, bei Joniškio rajono savivaldybės administracijos pateikta informacija apie Joniškio rajono turizmo plėtros situaciją.

Atliekant anketines apklausas, buvo renkami duomenys, kuriuos galima suskirstyti į šias grupes:

- kiekybiniai požymiai (pvz. keliavimo dažnumas, keliavimo išlaidos);
- demografiniai (pvz. lytis, amžius, išsilavinimas, užimtumas).

Atliktas tyrimas yra kiekybinio pobūdžio, kadangi tyrimo metu buvo renkama informacija apie nuomones, požiūrius, motyvus. Kiekybinis tyrimas metodologiniu požiūriu leidžia geriausiai įvertinti turizmo plėtros galimybes.

Duomenims apie turizmo būklę Joniškio rajone pasirinktas apklausos metodas, paruoštas klausimynas - anketa. Buvo paruošta anketa skirta Joniškio rajono gyventojams. Visiems bendrai parengta anketa buvo atskirai padalinta šiuo metu Joniškio rajone turizmo paslaugas teikiantiems atstovams. Sudarant anketą buvo kreipiamas dėmesys į tai, kad klausimai būtų aiškūs ir nedviprasmiški. Tam, kad gauti objektyvius atsakymus, buvo paruoštos anoniminės anketos.

Apklausa buvo atliekama 2007 m. vasario - kovo mėnesiais. Apklausiant Joniškio rajono gyventojus buvo išplatinta 145 anketos, tačiau užpildytų sugrįžo 103 anketos, 3 anketos atmestos kaip netinkamos, nes buvo nepilnai užpildytos. Apklausa buvo vykdoma privačiose įmonėse, valstybinėse ir viešosiose įstaigose (savivaldybėje, gydymo įstaigose, darbo biržoje, mokykloje), asociacijose (kaimo bendruomenėse). Anketą sudaro 22 klausimai su pateiktais atsakymais, todėl jos pildymas neužėmė daug laiko, jos užpildymui buvo sugaištama iki 5 minučių. Pagrindinis sunkumas su kuriuo buvo susidurta prašant užpildyti anketą buvo tai, kad daugelis Joniškio rajono gyventojų nebuvo susidūrę su turizmo veikla ir tekdavo dalyvauti pildant anketą ir komentuoti kai kuriuos klausimus, siekiant gauti objektyvius ir tikslius atsakymus.

Pasak Kardelio K., svarbiausias kokybinių tyrimų elementas - tyrimo duomenų apibendrinimas. [22, p. 339] Pagrindiniai duomenys buvo sukaupti ir apdoroti naudojantis Microsoft Office Excel programa. Anketos duomenims apdoroti buvo taikomas:

- sisteminimo metodas: atsakymų grupavimas, svertinio vidurkio skaičiavimas, lentelių sudarymas, grafinis duomenų vaizdavimas;

- kriterijų vertinimo bei sintezės metodas: gautų rezultatų apibendrinimas ir išvadų formavimas.

Tyrimo vieta - Joniškio rajonas.

Imtis - 103 Joniškio rajono gyventojai.

Tyrimo objektas - Joniškio rajono turizmo plėtros vertinimas.

Tyrimo tikslas - išanalizuoti Joniškio rajono turizmo plėtros galimybes.

Tyrimo uždaviniai:

1. Charakterizuoti Joniškio rajono gyventojus.
2. Charakterizuoti Joniškio rajono turizmo paslaugų teikėjus.
3. Atlikti dabartinės turizmo situacijos vertinimą.
4. Nustatyti Joniškio rajono gyventojų požiūrį į turizmo plėtrą Joniškio rajone.
5. Išsiaiškinti Joniškio rajono turizmo plėtros privalumus ir trūkumus.

3.2 Joniškio rajono turizmo situacijos vertinimas

Lietuvoje nėra nei vieno administracinio rajono, kuriame nebūtų kokių nors savitų, nors ir nedidelių, vertintinų gamtinių rekreacinių išteklių. Tai svarbu organizuojant turizmą, skatinant moksleivių, šeimynines keliones dviračiais, pėsčiomis. Unikaliausi gamtiniai dariniai, turintys didelį turistinį, iniciatyvumą, yra nacionalinėse ar regionuose parkuose, kurortuose [23, p. 229-233].

Joniškio rajonas įkurtas 1994 m. Lietuvos Respublikos Seimui priėmus teritorinių administracinių vienetų ir jų ribų įstatymą [47], pagal kurį Lietuvos Respublikos teritorija skirstoma į apskritis ir savivaldybes, priskiriamas Šiaulių apskričiai. Joniškio rajonas yra labiausiai nutolęs į šiaurę Lietuvos regionas turintis 78 km valstybinę sieną su Latvijos respublika. Bendras Joniškio rajono plotas 1152 km². Pagal savo teritorijos dydį yra penktas Šiaulių apskrities rajonas. Remiantis 2006 m. Statistikos departamento duomenimis Joniškio rajone gyvena 31 210 gyventojų, iš kurių apie 35% gyvena Joniškio mieste, 6,4% Žagarės mieste ir 58,6 % kaimo vietovėse. Joniškio rajoną sudaro 10 administracinių vienetų - seniūnijų. Joniškio rajone yra du miestai - rajono centras Joniškis ir Žagarė, du miesteliai - Kriukai ir Skaistgirys, bei 290 kaimų. [18]

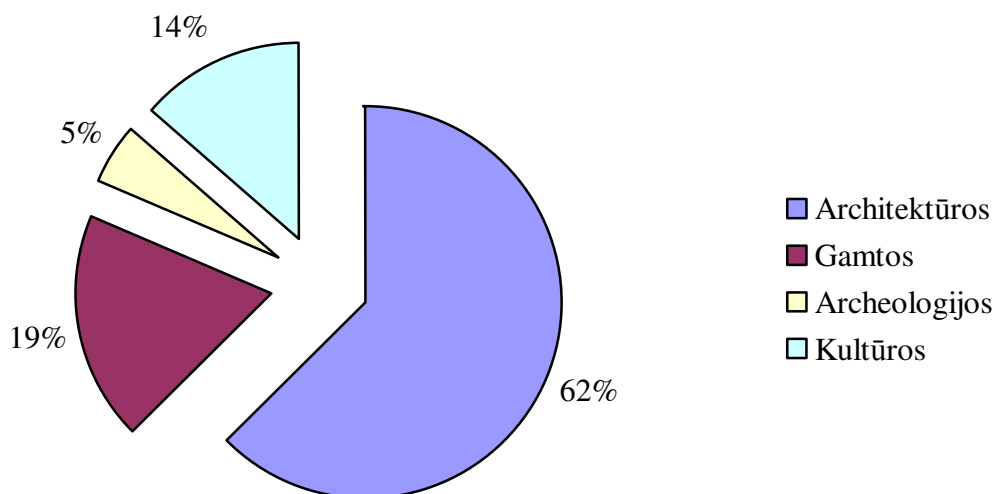
Didžioji Joniškio rajono dalis plyti Žemgalės lygumoje. Apie 73% rajono ploto užima agrolandšaftai, tai ariamos žemės ir kultūrinių pievų plotai. Todėl daugelio gyventojų užsiėmimas yra susietas su žemės ūkiu. Pritaikant tai turizmo plėtrai būtų galima skatinti ekologinės žemdirbystės, kaimo amatų verslus, kurie didintų turizmo sektoriaus paslaugas. Rajone yra 6 draustiniai, iš jų 4 Žagarės regioniniame parke, o kiti - Eglynlaukio botaninis draustinis ir Satkūnų botaninis draustinis kitose vietovėse. [18]

Natūralių upių ir ežerų Joniškio rajonas neturtingas. Rajone yra tik vienas natūralus ežeras - Miknaičių, kurio plotas 5,7 ha, tačiau jis yra saugomoje teritorijoje ir mažai kas gali juo pasigrožėti. Vandens telkinių stygių papildo 24 dirbtiniai tvenkiniai, kurių plotai nuo 1 iki 30 ha. Joniškio rajone teka Mūšos, Švėtės ir Sidabros upės. [18]

Vandens išteklių yra naudingi turizmo plėtotei, todėl tinkamai sutvarkyta tvenkinių, upių aplinka pritrauktų daugiau poilsiautojų, turistų, kartu paskatinant naujų paslaugų kūrimą tose vietovėse.

Dabartiniu metu Joniškio rajono 25 677 ha (miškingumas – 17,4%) teritorijos užima miškai, iš kurių apie 75% yra valstybiniai. Šiuo metu miškuose jau pradėtos įrenginėti poilsio aikštelės, tačiau jų kiekis nepatenkina norinčių pailsėti gamtoje poreikių. [18]

Priešingai nei prieš tai minėtų išteklių, Joniškio rajonas turtingas išlikusiais kultūros, gamtos, archeologijos, istorijos bei architektūros paveldo objektais, kurių rajone priskaičiuojama apie 80, kuriuos būtų galima pritaikant turizmui išsaugoti taip gerinant ir turizmo plėtrą. [20]



3.1 pav. Joniškio rajono išteklių pasiskirstymas, proc.

(remiantis Joniškio rajono savivaldybės administracijos, Kraštotvarkos ir architektūros skyriaus 2006 m. ataskaita)

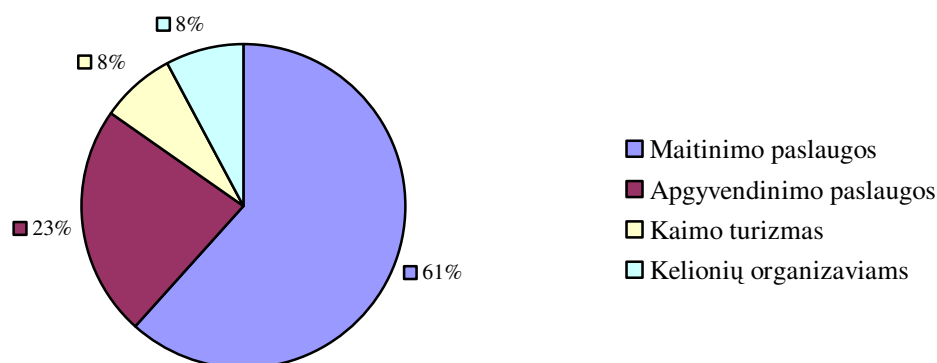
Privalumu, Joniškio rajonui, galima laikyti rajoną kertantį magistralinį kelią Ryga - Kaliningradas. Tai pagrindinis kelias vedantis iš ketvirto pagal dydį Lietuvos miesto - Šiaulių link Latvijos sostinės Rygos. Šiuo keliu vyksta didžiulis turistų srautas keliaujantis iš Latvijos į Lietuvą ir atvirkščiai. Pagrindinis Joniškio rajono turizmo plėtrą lemiantis uždavinys - privilioti pravažiuojančius stabtelėti ir pasinaudoti rajone teikiamomis turizmo paslaugomis. Viena iš priežasčių, kad keliautojai nesustoja ilgesniam laikui yra mažas paslaugų pasirinkimas, tačiau ne ka

mažesnę įtaką daro ir tai, kad daugelis turistinių objektų nepritaikyti turistų lankymui (blogas privažiavimas, nėra nuorodų ir pan.). Vertinant rajoninių kelių būklę pastebima, kad tik keliai vedantys į seniūnijų centrus yra geros būklės, ko negalima pasakyti apie nuošalių gyvenviečių pasiekiamumą, kuriose yra didžiausias skaičius turistų lankomų objektų.

Kraštovaizdžio vaizdingumas – turizmą skatinantys veiksnys. Vaizdingos vietovės - raiškios vizualinės erdvės su įrengtomis apžvalgos aikštelėmis yra turistų lankymo objektas. Vaizdingos vietovės kartu yra palankus rekreacijos gamtoje fonas, turizmo verslo vystimosi galimybės. [40, p. 12-17]. Vienas pagrindinių tokių Joniškio rajono traukos centrų yra Žagarės regioninis parkas. Jo plotas plotas 4930 ha, iš kurių 89,0 ha sudaro vandens telkiniai, 6,1 ha pelkės ir 1072,8 žemės ūkio naudmenos. Tai gamtos ir kultūros paveldo sankaupa. Palaipsniui ten pradėta vystyti turizmo infrastruktūra, tačiau iki šiol dar mažai išplėtota. Žagarės regioninis parkas puiki vieta rekreaciniam, pažintiniam-kultūriniam turizmui vystyti. Jo teritorijoje yra valstybiniai Mūšos tyrelio telmologinis draustinis, Vilkijos hidrografinis draustinis, Pabalių botaninis draustinis ir savivaldybės Švėtės slėnio botaninis draustinis. [56].

3.2.1 Joniškio rajono turizmo paslaugų apžvalga

Lietuvos mastu jau dešimtmečius vykdoma turizmo veikla Joniškio rajone susidomėjimo sulaukė tik prieš nepilnus penkerius metus, kai 2002 m. Joniškio rajono savivaldybės administracijoje dirbančiam paveldosaugos srities specialistui buvo pavesta koordinuoti turizmo veiklą rajone. Mažas dėmesys turizmui lėmė tai, kad šiuo metu Joniškio rajonas negali pasigirti dideliu turizmo paslaugų kiekiu. Rajone yra 8 maitinimo, 3 apgyvendinimo paslaugas teikiančios įmonės, 1 registruota kaimo turizmo sodyba, 1 kelionių organizatorių atstovas.



3.2 pav. Joniškio turizmo paslaugų rodikliai, proc.

(remiantis Joniškio rajono savivaldybės administracijos, Kraštotvarkos ir architektūros skyriaus 2006 m. ataskaita)

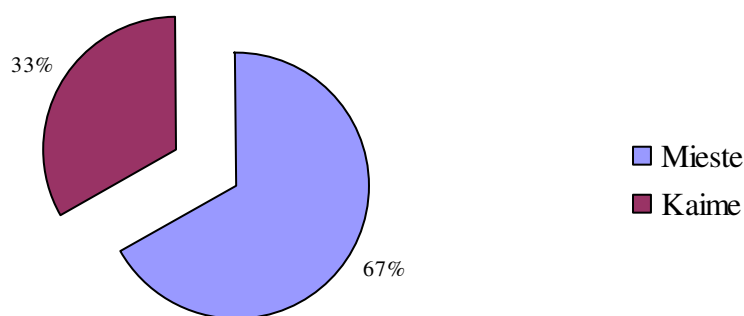
Vertindami aukščiau pateiktus skaičius, akivaizdžiai matome, kad Joniškio rajone dominuoja maitinimo paslaugas teikiančios įmonės. Iš maitinimo paslaugas teikiančių įmonių išskiriant pagal veiklos sritį Joniškio rajone yra 2 restoranai, 1 picerija, 2 kavinės, 3 kavinės-barai. Tik vienoje iš maitinimo paslaugas teikiančioje įmonėje teikiamas specialus maistas - žvėrienos patiekalai. Likusios įmonės propaguoja tradicinės virtuvės asortimentą. Kiekvienoje iš maitinimo įmonių yra siūlomos papildomos paslaugos - furšetų, proginių vakarėlių organizavimas. Iš šias paslaugas teikiančių įmonių reikėtų išskirti Joniškio rajono restoranus, kurie yra lyderiai įvairių renginių, pobūvių organizavime. Vertinant maitinimo įmonių pajėgumus, pastebima, kad daugelis iš jų vienu metu gali aptarnauti tik 20 - 50 žmonių, tai palyginti mažas pajėgumas vertinant jų galimybes aptarnauti didesnes turistų grupes. Išskirti galima tik restoranus, kurie vienu metu gali aptarnauti 100 - 150 klientų. Iš bendro maitinimo paslaugas teikiančių įmonių konteksto restoranus pravartu būtų išskirti dar ir todėl, kad tai yra platesnes turizmo paslaugas teikiančių įmonių viena iš veiklos sričių. Restoranai yra Pramogų centro „Žilvinas“ ir Jojimo klubo „Audruvis“ viena iš veiklų.

Be maitinimo paslaugų Pramogų centras „Žilvinas“ organizuoja muzikinius, pramoginius vakarus jaunimui, konferencijas, skatina sportinę veiklą įrengtoje sporto salėje.

Jojimo klubo „Audruvis“ paslaugų asortimentas toli gražu nesibaigia ties restorano veikla. Tai vienintelis Joniškio rajone esantis daugiafunkcinis paslaugų objektas. Būdamas strategiškai patogioje vietoje, prie Joniškio miesto apvažiavimo kelio, Jojimo klubas „Audruvis“ atvykusiems lankytojams gali pasiūlyti būtiniausių paslaugų komplektą vienoje vietoje. Trijų hektarų plote įsikūręs Jojimo klubas „Audruvis“ teikia maitinimo, apgyvendinimo, laisvalaikio pramogų paslaugas. Restorane vienu metu gali aptarnauti iki 100 žmonių, viešbutyje, kuris įvertintas trimis žvaigždutėmis, gali apsistoti iki 25 žmonių. Jojimo klubo „Audruvis“ lankytojams siūloma ekskursija po sodybą, kurios metu galima apžiūrėti žirgų maniežą ir pačius žirgus, auginamų įvairių rūšių paukščius ir žvėris. Nuotykių ištroškusiems lankytojams gali pasiūlyti pajodinėti ar sudalyvauti komercinėje medžioklėje. Jojimo klubas „Audruvis“ populiarus ir konferencijų organizavimo srityje, joms organizuoti skirta netradicinė vieta - medžioklės trofėjų muziejus esantis ten pat.

Šalia maitinimo paslaugų teikiantis ir apgyvendinimo paslaugas yra ir kavinė-baras „Plūgo broliai“, kurie vienu metu gali suteikti apgyvendinimo paslaugas 10 žmonių, virš kavinės įrengtuose trijuose motelio tipo kambariuose.

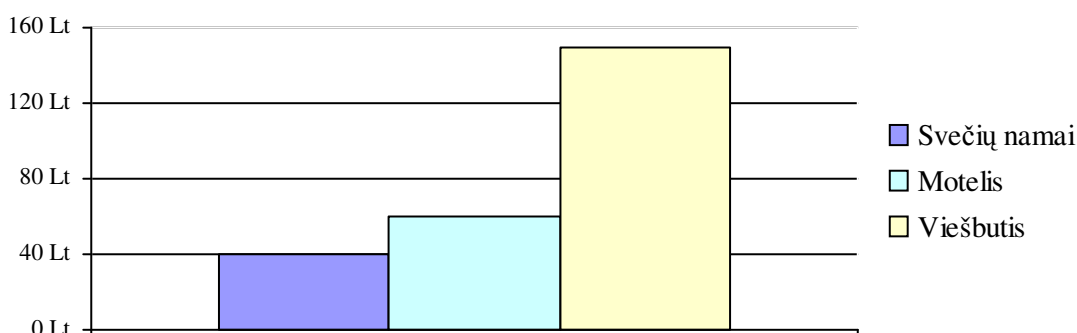
Apžvelgiant maitinimo paslaugų sektoriaus situaciją pastebima, kad didžioji dalis šias paslaugas teikiančių įmonių yra miesto teritorijose (Joniškio ir Žagarės). Toks paslaugų pasiskirstymas lemia nuo miestų nutolusių gyvenviečių nepopuliarumą.



3.3 pav. Maitinimo paslaugų Joniškio rajone pasiskirstymas miestuose ir kaimo vietovėse, proc. (remiantis Joniškio rajono savivaldybės administracijos, Kraštotvarkos ir architektūros skyriaus 2006 m. ataskaita)

Apžvelgiant apgyvendinimo paslaugų teikėjus Joniškio rajone galime įvardinti 4 įmones teikiančias šias paslaugas. Tai anksčiau jau minėtas Jojimo klubas „Audruvis“, kuriame yra trijų žvaigždučių 12 dviviečių kambarių viešbutis, kavinė-baras „Plūgo broliai“ teikiantis motelio lygio apgyvendinimo paslaugas ir Joniškio mieste esantys svečių namai „Pas Nataliją“, kuriuose teikiamos vienos žvaigždutės įvertintos paslaugos. [20]

Svečių namai vienu metu gali priimti iki 12 žmonių. Jie, būdami prie pagrindinių transporto paslaugų teikimo vietų (autobusų ir geležinkelio stočių), yra puiki vieta turistams, kuriems reikalinga tarpinė nakvynė. Dėl paslaugų kainos svečių namus dažnai renkasi ir atvykę laikinai dirbti (statybose ir pan.), kadangi kitų apgyvendinimo paslaugas teikiančių įmonių kainos aukštesnės.



3.4 pav. Apgyvendinimo kainų santykis Joniškio rajone pagal įmonių tipus, Lt (remiantis Joniškio rajono savivaldybės administracijos, Kraštotvarkos ir architektūros skyriaus 2006 m. ataskaita)

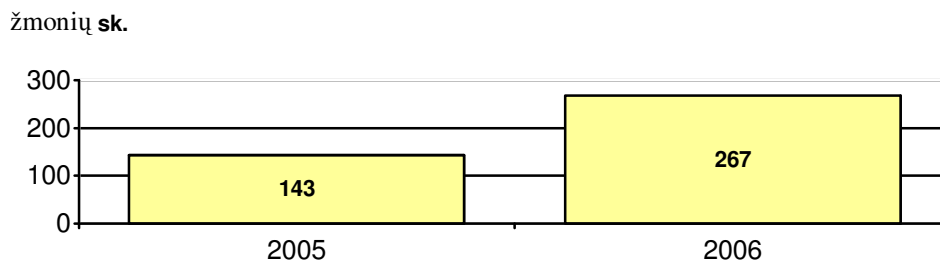
Apgyvandinimo paslaugos koncentruotos Joniškio mieste ir jo prieigose, todėl šių paslaugų stygius jaučiamas daugelio turistų lankomoje Žagarėje. Šiuo metu joje jau rengiamas viešbutukas, kuris, tikimasi, kad patenkins keliautojų lūkesčius. [19]

Kaimo turizmo sodyba, kuri Joniškio rajone iki šiol registruota tik viena, daugiausiai specializuojasi teikdama apgyvendinimo paslaugas. Ji įkurta tik 2005 m. ir kol kas šioje sodyboje nėra siūloma daug laisvalaikio pramogų. Atsižvelgiant į turizmo įstatymo nuostatas, kad kaimo turizmo sodyboje gali būtų ne daugiau nei 20 vietų, Joniškio rajone esančioje V. Krištopaičio kaimo turizmo sodyboje gali apsistoti iki 12 žmonių. Papildomos paslaugos šioje sodyboje yra „japoniškas“ kubilas ir žvejyba. Lauke įrengtos vaikų žaidimo ir tinklinio aikštelės. Remiantis sodybos šeimininkų informacija sodybos užimtumas yra apie 45%. Dažniausiai sodyboje lankomasi savaitgaliais pasinaudoti „japoniškos“ pirties (kubilo) paslaugomis ir pagrindiniais lankytojais šeimininkai įvardino 25 - 45 amžiaus žmones iš netolimų regionų arba vietiniai. Vienas iš pagrindinių pajamų šaltinių yra švenčių, konferencijų organizavimas. Tačiau ir šiomis paslaugomis dažniausiai naudojasi tik vietiniai rajono gyventojai. Vertinant tai, kad pasak sodybos šeimininkų, sulaukiama mažai lankytojų iš tolesnių regionų, galima teigti, kad Joniškio rajone kaimo turizmo sodybos, siekdamos pritraukti daugiau lankytojų turi kurti išskirtines paslaugas, nes jos neturi galimybės pritraukti klientų gražia gamta ir vandens telkiniais, kas sukuria pridėtinę sodybos vertę ją renkantis. [19]

Kelionių organizavimo paslaugas Joniškio rajone teikia vieninteliai, tarptautinio kelionių organizatoriaus TEZ TOUR, atstovai. Informaciją, apie tai kiek klientų jie aptarnauja, siekiant įvertinti kelionių organizatorių paslaugų paklausą Joniškio rajone, atstovybės savininkai pateikti atsisakė.

Apie Joniškio rajone teikiamas turizmo paslaugas, organizuojamas ekskursijas, lankomus objektus, kelionių maršrutus ir kitas su turizmu susijusias veiklas informaciją teikia Joniškio rajono savivaldybės administracijoje dirbantis specialistas, kadangi Joniškio rajonas yra vienas iš nedaugelio Lietuvoje likusių rajonų neturinčių turizmo informacijos centro. Atsižvelgiant į tai, kad viso rajono turizmo informaciją koordinuoja vienas asmuo ji pakankamai gerai išplėtotą. Tai, kad Joniškio rajono turizmo paslaugos yra žinomos Lietuvos mastu įrodo tarptautinių parodų, kuriose pristatomos Joniškio rajono turizmo paslaugos, lankytojų atsiliepimai. Per paskutiniuosius penkerius metus Joniškio rajono turizmo paslaugos buvo pristatomos tarptautinėse turizmo parodose VIVATTUR ir BALTOUR. Skatinant informuoti visuomenę apie pokyčius turizmo sektoriuje teikiama informacija vietinei ir regioninei žiniasklaidai, organizuojamos pažintinės kelionės moksleiviams, rengiami susitikimai su turizmo paslaugas teikiančiais verslininkais. Taip pat viena iš rinkodaros priemonių yra informacinių leidinių leidyba, kurie platinami dažnai keliautojų lankomose vietose (degalinėse, verslo informacijos centre, knygynuose, prekybos centrų informacijos vietose).

Taip siekiama, kad informacija būtų pasiekama ne tik standartiniu darbo laiku (savivaldybės darbuotojo), bet ir po darbo, savaitgaliais. Toks sprendimas pasiteisino, kadangi nuo 2006 m. pabaigos pradėjus taikyti minėtą informacijos platinimo būdą, turistų skaičius išaugo du kartus. [20]



3.5 pav. Turistų skaičiaus kaita Joniškio rajone per 2005 - 2006 m.,

(remiantis Joniškio rajono savivaldybės administracijos, Kraštotvarkos ir architektūros skyriaus 2005 m. ir 2006 m. ataskaitomis)

Šiuolaikinėje visuomenėje populiariausias informacijos paieškos šaltinis yra internetas. [23] Vertinant Joniškio rajono savivaldybės internetinį puslapį, pastebima, kad turizmas nėra viena svarbiausių ar prioritetinė veikla rajone. Iš pirmo žvilgsnio turizmo informacijos net nepastebėsime, kadangi ši informacija „paslėpta“ skyriuje „Kraštas“. Remiantis L. Pučinsko nuostata [35], kad informacija internetinėje svetainėje turi būti pasiekama per tris „žingsnius“, Joniškio rajono savivaldybės svetainėje informacijos paieška neefektyvi. Kai pagrindiniame lape nėra nuorodų į reikalingos srities informaciją vartotojai gali pasinaudoti svetainės „medžiu“, kuriame detaliam pateikti internetinio puslapio skyriai ir poskyriai. Deja, Joniškio rajono savivaldybės internetinėje svetainėje tokios galimybės nėra. Taigi, lieka daryti išvadą, kad nepanaudojama efektyviausiai veikianti dabartinė informacijos paieškos sritis.

Apibendrinant Joniškio rajone teikiamas turizmo paslaugas, galima daryti išvadas, kad labiausiai išvystytas maitinimo paslaugų tinklas. Sekančią poziciją užima apgyvendinimas. Kaimo turizmo sodyba nepilnai išnaudoja savo galimybes, nes kol kas joje nėra papildomų paslaugų, kurios galėtų kompensuoti vandens telkinių, gražaus kraštovaizdžio nebuvimą. Turizmo informacija platinama sistemingai, tačiau neefektyviai. Taip pat laisvalaikio ir pramogų paslaugų Joniškio rajone teikiama mažai, jos pagrinde koncentruotos kaip papildomos veiklos prie apgyvendinimo ar maitinimo įstaigų, taigi daroma išvada, kad atskirų laisvalaikio ir pramogų paslaugų Joniškio rajone kol kas nėra. Tai vienas iš esminių trūkumų, kadangi lyginant Lietuvos situaciją pastebėta, kad didžioji investicijų dalis teikiama turizmo sferai yra orientuota būtent į pramogų, laisvalaikio paslaugų kūrimą.

3.2.2 Joniškio rajono turizmo išteklių apžvalga

Joniškio rajonas - Šiaurės Lietuvos lygumų kraštas, išsaugojęs ne vieną praeities paminklą. Apžvelgiant bendrąją turizmo situaciją rajone jau minėjau, kad Joniškio rajone yra gausu išlikusių kultūros paveldo objektų, kurie yra vienas pagrindinių išteklių lemiantis turizmo plėtrą. [21]

Iš suskaičiuojamų pagrindinių 80 - ties lankomų objektų Joniškio rajone, didžiąją dalį jų sudaro sakraliniai objektai - bažnyčios, koplyčios, sinagogos. Kaip žemdirbystės kraštas šis regionas per visą gyvavimo istoriją savo teritorijoje turėjo apie 150 dvarų, iki šių dienų išlikusios tik penkios dvarų sodybos - Žagarės, Martyniškių, Jakiškių, Jurdaičių ir Daunoravos. [40, p. 15] Iš paminėtų dvarų būtų galima išskirti Žagarės ir Jakiškių dvarus, kurie yra ryškūs turistų traukos centrai, priešingai nei Martyniškių ir Daunoravos, kurie avarinės buklės ir nuošaliose teritorijose.

Žagarės dvaro sodyba yra reikšminga, kadangi yra išlikę daug jos pastatų, kurių vieni ryškiausių, neskaitant pačių dvaro rūmų, yra žirgyno, maniežo ir ratinės kompleksas. Jis pastatytas apie 1895–1900m. ir savo paskirtį išlaikęs iki šių dienų, kadangi dar ir šiandien ten auginami, dresuojami žirgai, kurie dalyvauja žirgų varžybose. [30]

Jakiškių dvaras lankytojus traukia būdamas patogioje geografinėje situacijoje, nutolęs nuo tarptautinio kelio Ryga - Kaliningradas vos 2 km, ir šiuo metu restauruojamas, suteikiant galimybę lankytojui pamatyti dabartinį jo vaizdą ir sužadinti smalsumą apsilankyti čia dar kartą. [21]

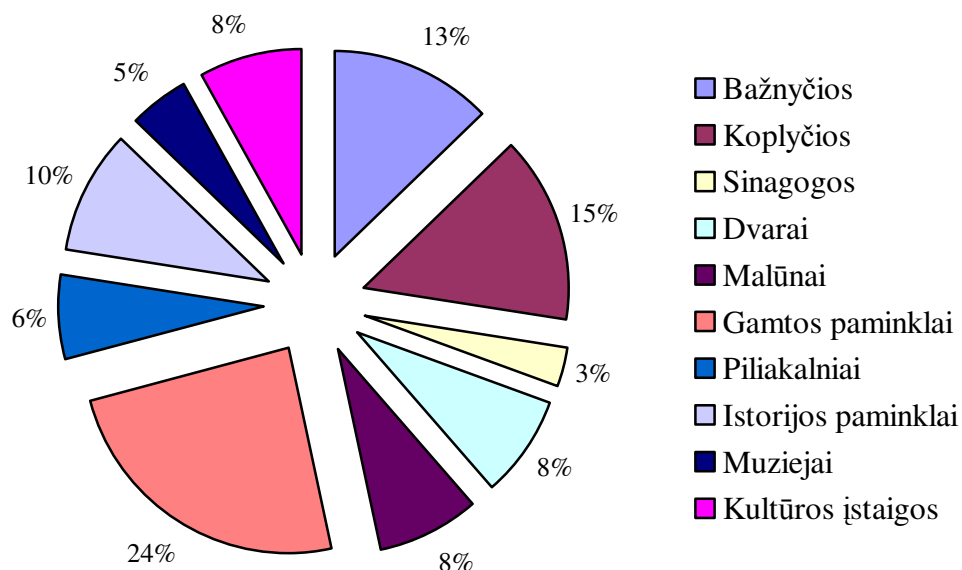
Jurdaičių dvaras yra daugmaž geriausios būklės, tačiau jame įsikūręs pensionatas žmonėms su psichine negalia, todėl tai užkerta kelią jį lankyti kaip vieną iš turistinių objektų.

Keletos senųjų dvarų sodybų likę tik atskiri fragmentai - ūkiniai pastatai, malūnai. Joniškio rajonas turtingas ir gamtos objektais - draustiniais, šimtamečiais medžiais. Daugelis jų saugomi kaip vietinės reikšmės paminklai. Seną rajono istoriją liudija piliakalniai. Saulės mūšio laukas - vienintelis toks objektas Lietuvoje, kuris siejamas ne tik su rajono, bet ir visos Lietuvos istoriniais įvykiais. Unikaliausiu objektu Joniškio rajone laikomas dviejų sinagogų kompleksas esantis Joniškio mieste. [40, p. 12]

Be įvardintų turizmo išteklių, galima paminėti ir įstaigas, prisidedančias prie turizmo vystymo. Joniškio rajone yra vienas muziejus, turintis du filialus. Pagrindinis Joniškio istorijos ir kultūros muziejus yra Joniškio mieste, o filialai Reibinių ir Rudiškių kaimuose. Muziejus vykdo edukacinę veiklą, organizuoja ekspedicijas ir dalyvauja kitų miesto renginių organizavime. Šiuo metu muziejaus patalpos nepritaikytos lankytojams, patalpos skirtos tik administracijai ir eksponatų saugojimui, o ekspozicijų kūrimui ir jų apžiūrėjimui, kol kas nėra galimybių. Situacija turėtų pasikeisti perkėlus muziejų į didesnes patalpas, tada tikimasi, kad įdomūs eksponatai, primenantys Joniškio rajono istoriją ir kultūrą pritrauks ir daug lankytojų, turistų. [40, p. 14]

Neatsiejama turizmo dalis yra ir lankymasis kultūriniuose, pramoginiuose renginiuose. Joniškio rajone šią veiklą vykdo du kultūros centrai, esantys Joniškio ir Žagarės miestuose, bei trys jų skyriai kaimuose. Tarp populiariausių rajono renginių, pritraukiančių daug lankytojų galima paminėti Joniškio ir Žagarės miestų šventes, Žagarės vyšnių festivalį, Kaziuko mugę. Šiuose renginiuose dalyvauja ne tik vietos gyventojai, bet ir svečiai iš užsienio, kitų apskrities rajonų. Tačiau išlieka problema, kad dauguma renginių orientuoti tik į vietinius gyventojus, ypač vykstantys kaimo vietovėse. [21]

Apibendrinant galima teigti, kad turizmo išteklių Joniškio rajonas turi pakankamai (3.6 pav.), tik jie nepilnai panaudojami visuomenės reikmėms, turistų lankymui.



3.6 pav. Joniškio rajono turizmo išteklių pasiskirstymas

(remiantis Joniškio rajono savivaldybės administracijos, Kraštotvarkos ir architektūros skyriaus 2006 m. ataskaita)

3.3 Joniškio rajono gyventojų nuomonių dėl turizmo plėtros tyrimo analizė

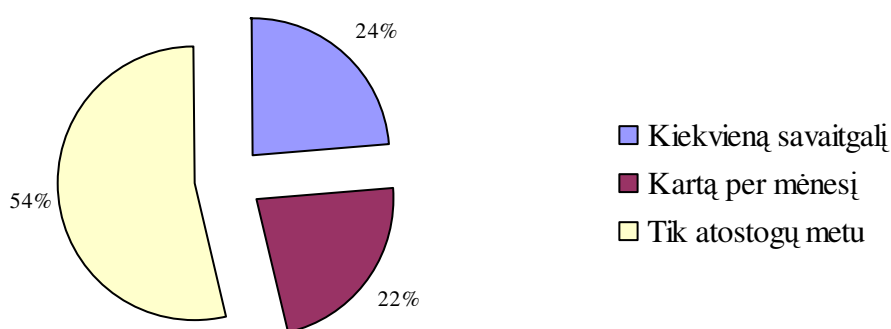
Atlikus Joniškio rajono gyventojų apklausą, pateikiama duomenų analizė, pagal atskirus požymius. Tyrimo metu buvo stengiamasi išsiaiškinti vietinių gyventojų požiūrį į skirtingus turizmo plėtrą lemiančius veiksnius ir motyvus.

Keliavimo terminas kilęs iš lotyniško žodžio migracija (lot.: *migratio*: keliavimas) ir turi keletą reikšmių:

- Sociologijoje plačiąja prasme – ilgalaikė gyvenamosios vietos kaita;
- Geografijoje – žmogaus, žmonių grupių, individų keliavimas, nesiekiant trumpam pakeisti gyvenamąją vietą. [38, p. 228-233]

Vertinant anketos duomenis, pastebėta, kad kol kas dažniausiai žmonės keliauja tik savo atostogų, poilsio metu. (3.7 pav.) Tik ketvirtadalis respondentų keliauja kiekvieną savaitgalį ar kartą per mėnesį. Tokius gautus rezultatus gali lemti ir skirtingas žmonių suvokimas kas yra keliavimas, kadangi vieni tai galėjo traktuoti kaip suplanuotą kelionę, o kiti atsitiktinę savaitgalio išvyką pramogauti ar lankyti draugus.

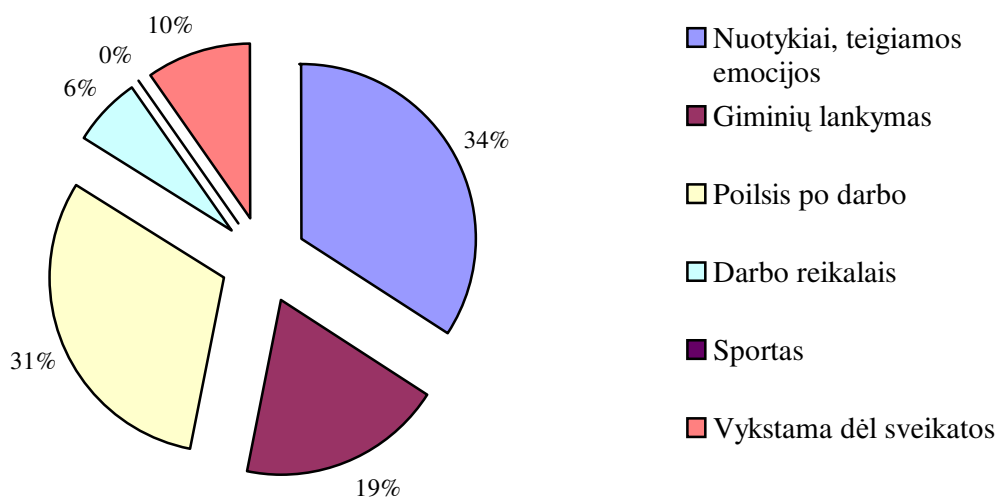
Apibendrinant galima teigti, kad kol kas nėra labai populiarus keliavimas savaitgaliais siekiant pažinti netolimus regionus, ar pasinaudoti savaitgalio kelionėmis į užsienį. Tokius veiksmus gali sąlygoti nedidelis darbo užmokestis, kadangi pasak Stulpinaitės J. [44] turizmas yra laisvalaikio praleidimo forma reikalaujanti nemažų pajamų, kurios turi būti perteklinės, po to kai žmogus patenkina visus kitus savo poreikius (fiziologinius, socialinius ir pan.). Kita reto keliavimo priežastis gali būti ir turizmo paslaugų nepakankama reklama ar sudėtingas jos pasiekiamumas.



3.7 pav. Keliavimo dažnumas

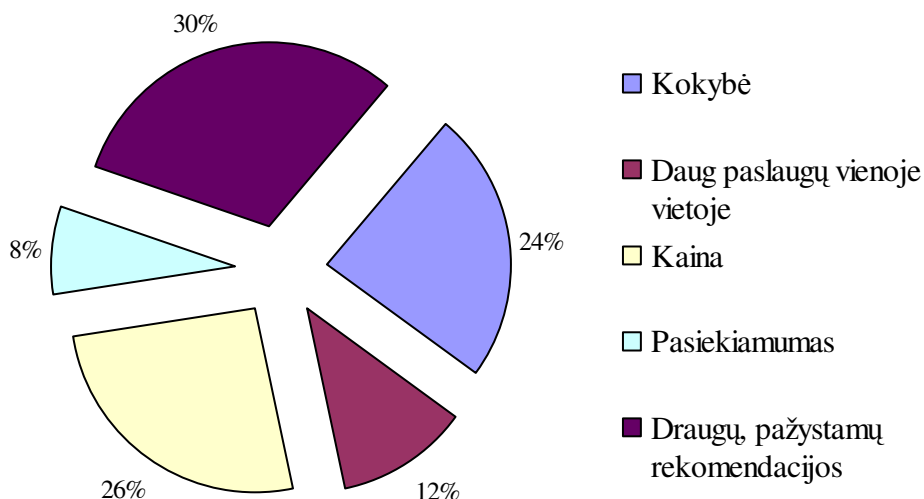
Tarp anketinėje apklausoje dalyvavusių respondentų kelionės motyvų dažniausiai įvardintas pasirinkimas buvo nuotykiškai ir teigiamos emocijos bei poilsis po darbo (3.8 pav.). Tai rodo, kad keliavimas kol kas vertinamas daugiau kaip laisvalaikio praleidimo būdas, poilsis, bet ne darbo komandiruotės ar sveikatos tikslais. Tai tik patvirtina, kad daugelio žmonių nuomone turizmas

suprantamas siaurąją prasme - vykti į keliones, kurių tikslai dažniausiai pramogos, pažinimas ir laisvalaikis. Tačiau net 19 % respondentų pasisako, kad giminių lankymas yra vienas iš keliavimo tikslų. Tokia nuomonė gali formuoti išvadą, kad nuvykę pas gimines ar draugus yra susipažįstama su to regiono objektais ar pasinaudojama ten teikiamomis turizmo paslaugomis.



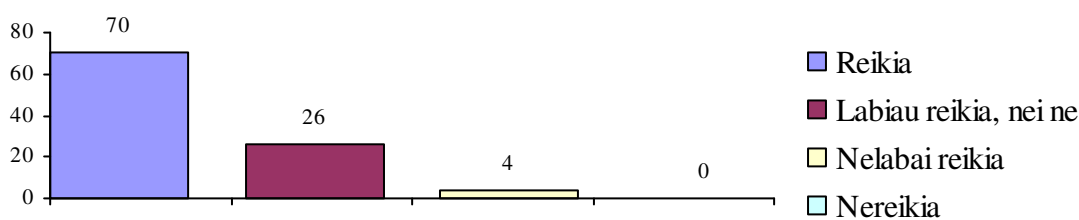
3.8 pav. Keliavimo motyvai

Veiksniai nulemiantys turizmo paslaugos pasirinkimą buvo labai įvairūs, tačiau didžiausią įtaką padaro draugų, pažystamų rekomendacijos. (3.9 pav.) Tai dar kartą patvirtina, kad viena geriausių reklamos priemonių yra kitų atsileipimai keliaujantys „iš lūpų į lūpas“. Mažiau reikšminga buvo kaina, tačiau ji visgi dominuoja renkantis turizmo paslaugą. Lyginant gautus rezultatus pastebima, kad kainos ir kokybės santykis renkantis turizmo paslaugą labai panašus. Tai rodo, kad vartotojai pradeda vertinti ne tik pačią paslaugą, bet ir jos kokybiškumą, kartu pasverdami ją su kainos lygiu. Net 12 % respondentų vertina kompleksiskai teikiamas paslaugas, kai didelis paslaugų pasirinkimas vienoje vietoje. Iš to galime daryti išvadą, kad vartotoją labiau domina paslauga, o ne kelionė iki jos. Atsižvelgiant į gautus duomenis, galima teigti, kad kokybę atitinkančios kainos paslaugas susistemintus vienoje vietoje būtų pasiektas optimaliausias variantas.



3.9 pav. Veiksniai, lemiantys turizmo paslaugos pasirinkimą

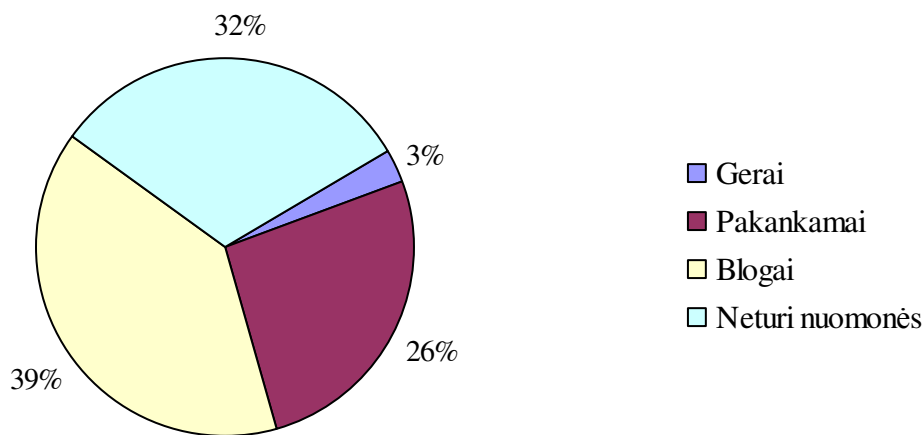
Siekiant atrinkti respondentų anketas pagal tai, ar jie mano, kad tikslinga plėtoti turizmą Joniškio rajone ar ne, apklausos rezultatai buvo gana vienareikšmiški. Dauguma apklausoje dalyvavusių Joniškio rajono gyventojų teigiamai įvertino poreikį vystyti turizmą Joniškio rajone. (3.10 pav.) Net 70 respondentų pasisakė už tai, kad reikia plėtoti turizmą Joniškio rajone. Tai rodo, kad vietos gyventojai vertina turimus gamtos, kultūros išteklius kaip galimus panaudoti turizmui ir jo plėtrai. 26 apklausos dalyviai nebuvo tikri dėl turizmo plėtros poreikio Joniškio rajone, tačiau visgi įvertino, kad geriau būtų plėtoti. Ir tik 4 % pasisakė už tai, kad netikslinga plėtoti turizmą Joniškio rajone. Visgi, apibendrinant galima teigti, kad vietinių gyventojų nuomone turizmo plėtra Joniškio rajone yra būtina.



3.10 pav. Respondentų nuomonė dėl poreikio vystyti turizmą Joniškio rajone

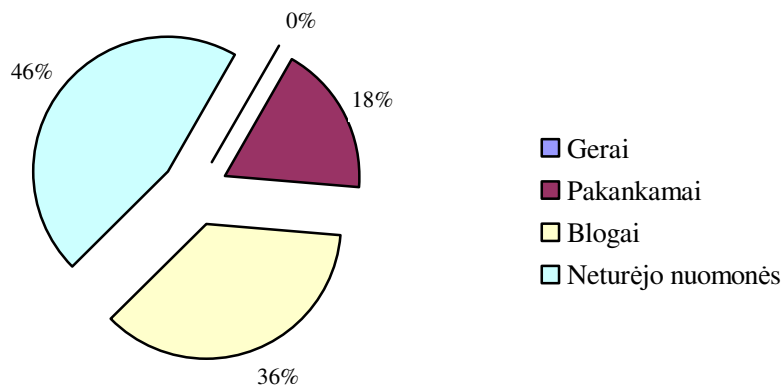
Išanalizavus dabar Joniškio rajone teikiamų turizmo paslaugų vertinimą, gauti rezultatai parodė, kad blogiausiai įvertintos apgyvendinimo paslaugos. Net 39 % pasisakiusių apgyvendinimo sektoriaus paslaugas įvertino blogai ir tik 3 % jas vertino gerai. Tokie rezultatai gali būti vertinami skirtingai. Vienu požiūriu tai gali reikšti, kad teikiamų apgyvendinimo paslaugų kokybė yra bloga,

tačiau kita vertus, šiuos duomenis galima vertinti ir kaip apgyvendinimo paslaugų trūkumą. Anketos klausimas skambėjo taip: „Kaip Jūs vertinate šias turizmo paslaugas Joniškio rajone?“ ir pateiktos paslaugų rūšys su galimybe jas vertinti: gerai, pakankamai, blogai ir nepateikti jokios nuomonės. Vertinant klausimo konkretumą, visgi manau, kad buvo pateiktas esamų apgyvendinimo paslaugų vertinimas. Taigi, apibendrinat galima teigti, kad iš Joniškio rajone esančios apgyvendinimo įmonės: viešbutis Audruvis, svečių namai, motelis Plūgo broliai, V. Krištopaičio kaimo turizmo sodyba, teikia vartotojų lūkesčių neatitinkančias paslaugas.



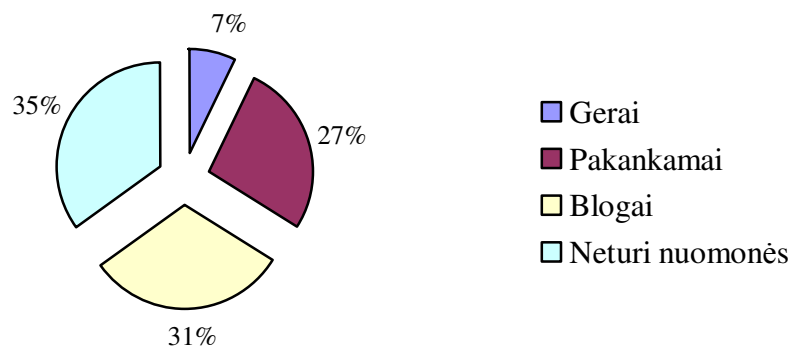
3.11 pav. Apgyvendinimo paslaugų vertinimas

Ne didesnio įvertinimo sulaukė ir laisvalaikio pramogų paslaugos, kurių gerai neįvertino nė vienas respondentas, tačiau daugelis apie jas neturėjo jokios nuomonės. Tokį laisvalaikio pramogų vertinimą lemia, tai, kad Joniškio rajone jų yra labai mažai. Taigi, šiuo atveju, manau, buvo vertinama būtent situacija, kad šių paslaugų trūksta. Tai parodo ir tai, kad net 46 % apklausos dalyvių neturėjo apie jas jokios nuomonės. Taigi, apibendrinant šiuos duomenis, galima drąsiai teigti, kad Joniškio rajone trūksta laisvalaikio ir pramogų centrų.



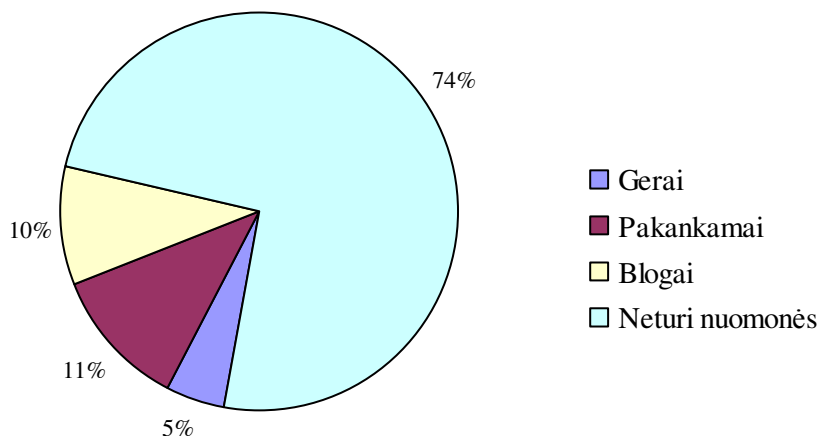
3.12 pav. Laisvalaikio pramogų paslaugų vertinimas

Transporto paslaugos Joniškio rajone taip pat įvertintos vidutiniškai. 35% respondentų apie transporto paslaugas neturėjo jokios nuomonės, o likusi dauguma jas įvertino blogai. (3.13 pav.) Toks vartotojų požiūris iš dalies stebina, kadangi Joniškio ir Žagarės miestuose yra autobusų stotys ir susisiekimas su kitais regionais, ar net Latvijos valstybe, yra pakankamai geras, tuo tarpu iš apklausos dalyvių tik 27 % pasisakė už tai, kad transporto paslaugas vertina pakankamai gerai. Vienu iš veiksnių, dėl ko transporto paslaugos net 31 % respondentų vertinamos blogai, gali būti tai, kad susisiekimas Joniškio rajono kaimo teritorijose yra kur kas prastesnis. Dažnai į kaimus yra nukreipiami tik ankstyvi maršrutai, orientuoti į moksleivių ar dirbančių žmonių poreikius. Tuo tarpu norint pasinaudoti visuomeniniu transportu keliavimui yra gana sudėtinga, kadangi daugumos maršrutų laikas į skirtingus rajono centrus yra panašus. Apibendrinant, galima teigti, kad transporto paslaugų tinklas yra nepritaikytas keliautojų poreikiams.



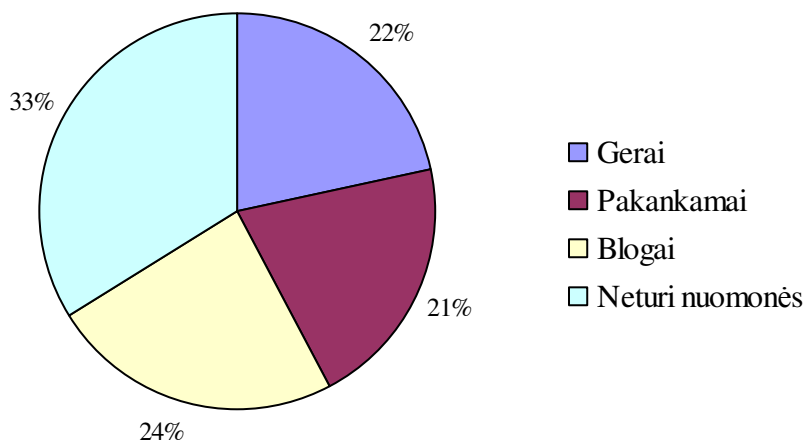
3.13 pav. Transporto paslaugų vertinimas Joniškio rajone

Kelionių organizavimo paslaugų vertinimas (3.14 pav.) parodė, kad apie jas trūksta informacijos, kadangi net 74 % respondentų apie jas neturėjo nuomonės, ir tik 5% nuomone jos yra geros. Tokie duomenys leidžia daryti prielaidą, kad Joniškio rajone neorganizuojamos kelionės. Remiantis Joniškio rajono savivaldybės administracijoje dirbančio turizmo specialisto nuomone, kelionės, ekskursijos ir panašūs turistiniai turai organizuojami tik specializuotų renginių, užsienio svečių delegacijų metu. Dažnai jos organizuojamos griežtai segmentuotoms grupėms (moksleiviams, įstaigų darbuotojams ir pan.). Tai, kad net 10 % apklaustųjų kelionės organizavimo paslaugas vertina blogai, rodo, kad šių paslaugų poreikis yra, tačiau nėra jų pasiūlos. Vienu iš veiksnių, kodėl nesiplėtoja kelionių organizavimo sistema, galima įvardinti turizmo informacijos centro nebuvimą Joniškio rajone. Apibendrinant galima daryti išvadas, kad Joniškio rajono turizmo plėtrai dar yra daug pozicijų vystyti, tačiau jos nėra išnaudojamos.



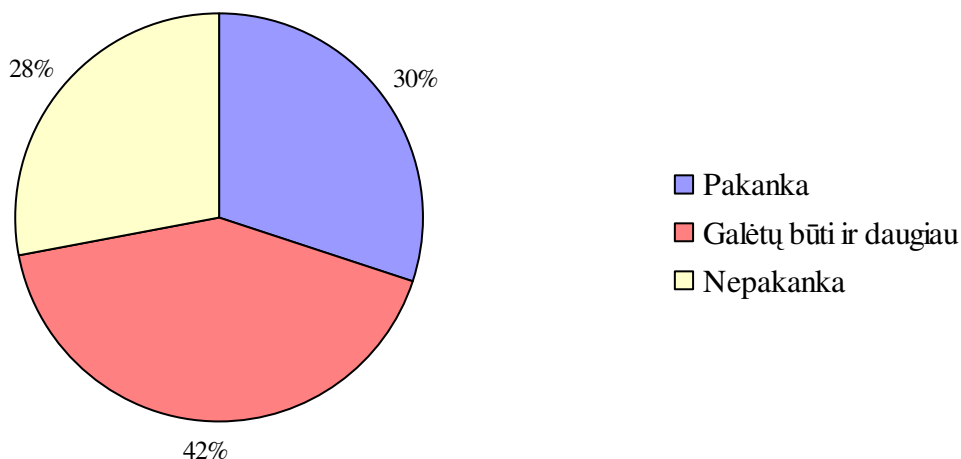
3.14 pav. Joniškio rajone teikiamų kelionių organizavimo paslaugų vertinimas

Daugmaž tolygiai buvo vertinamos turizmo informacijos paslaugos (3.15.pav.), todėl sunku daryti išvadas kokie veiksniai gali nulemti tai, kad 21 respondentas jas įvertino gerai ir 23 - blogai. Galima daryti tik prielaidą, kad kiekvienas respondentas vertino jam aktualios informacijos pateikimo kokybę.



3.15 pav. Turizmo informacijos paslaugų Joniškio rajone vertinimas

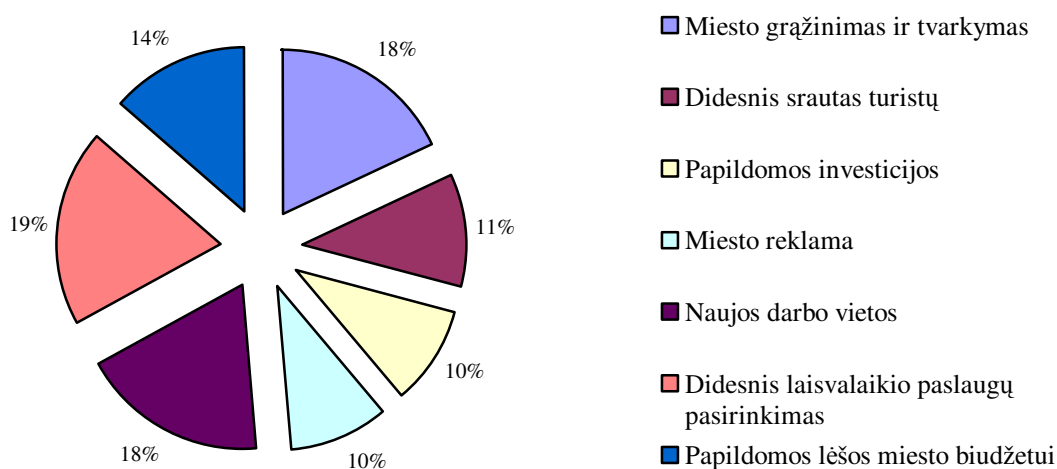
Išanalizavus anketinės apklausos rezultatus dėl Joniškio rajone teikiamų turizmo paslaugų kiekio, paaiškėjo, kad nė vienas respondentas neatsakė teigiamai, vertindamas paslaugų kiekį. Iš pateikto grafiko (3.16 pav.), matome, kad dabartinis paslaugų kiekis vidutiniškai tenkina rajono gyventojus iš to galime daryti išvadą, kad maža turizmo paslaugų pasiūla yra vienas iš veiksnių, kodėl mažas ir turistų srautas Joniškio rajone. Net 42 % apklaustųjų pasisakė už tai, kad reikėtų plėsti turizmo paslaugų sferą. Iš to galima daryti išvadą, kad nepakankamas turizmo paslaugų kiekis mažina Joniškio rajono konkurencingumą, lyginant su regionais, kuriuose ši paslaugų sfera yra labiau išpėtota.



3.16 pav. Respondentų vertinimas, dėl turizmo paslaugų kiekio Joniškio rajone pakankamumo

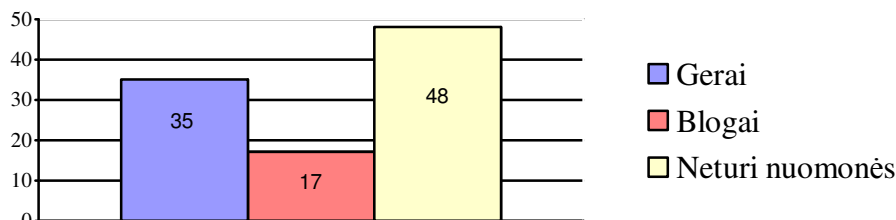
Bendrai įvertinant aukščiau pateiktus apklausos tyrimo duomenis, galima teigti, kad iškelta darbe hipotezė, jog turizmo paslaugų kiekis ir kokybė Joniškio rajone atitinka keliaujančių poreikius yra neteisinga, kadangi esančių paslaugų kiekis ir kokybė netenkina vietos gyventojų, o iš to galima daryti išvadą, kad neatitinka ir keliaujančių Joniškio rajone turistų poreikių.

Tai, kad Joniškio rajone labiausiai trūksta laisvalaikio paslaugų rodo sekančio anketos klausimo atsakymų rezultatų analizė (3.17 pav.). Respondentai vertindami turizmo plėtros naudingumą Joniškio rajonui, vieną iš pagrindinių naudos aspektų įvardino didesnę laisvalaikio paslaugų pasirinkimą. Kiti daugiausiai teigiamų vertinimų susilaukę veiksniai buvo orientuoti į miesto gražinimą, naujų darbo vietų kūrimąsi. Tai tik patvirtina, kad Kotler'io P. [24, p. 821] nuomonė siekti ekonominės naudos iš turizmo yra tikslinga. Kaip rodo apklausos rezultatai ekonominiai rodikliai yra svarbiausi, kuriuos siekiama gerinti plėtojant turizmo verslą.



3.17 pav. Turizmo plėtros naudingumo Joniškio rajonui vertinimas

Išanalizavus Joniškio rajono gyventojų dabartinės turizmo infrastruktūros vertinimą (3.18 pav.), susidarė nuomonė, kad daugelis nesuvokia, kas apskritai yra turizmo infrastruktūra*, nors prie anketos klausimo buvo specialiai tam tikslui išvardinta keletas elementų. Vis dėl to net 48 respondentai neturėjo nuomonės šiuo klausimu.



3.18 pav. Dabartinės Joniškio rajono turizmo infrastruktūros vertinimas

Tai, kad 35 % respondentų ją įvertino gerai, taip pat parodo, kad taip atsakiusieji mažai susidūrę su infrastruktūros elementais, kadangi siekiant įvertinti Joniškio rajono turizmo infrastruktūros kokybę buvo atliktas eksperimentas, bandant įsijausti į keliautojo vaidmenį. Jo metu buvo pasirinktas vienos dienos maršrutas, kuris siūlomas keliautojams ir keliaujant vertinamos galimybės pailsėti, pavalgyti. Kelionės metu buvo įsitikinta, kad siekiant aplankyti toliau nuo rajono centro esančius objektus ne tik nėra kur papietauti ar stabelėti specialiai tam skirtoje aikštelėje pailsėti, bet buvo sudėtinga rasti žemėlapyje pažymėtus objektus. Tai parodo, kad esama turizmo infrastruktūra negali patenkinti keliautojų poreikių, nors ją blogai įvertino tik 17 % apklausos dalyvių. Tai leidžia daryti išvadą, kad iškelta hipotezė, jog turizmo plėtrą lemia patogūs viešoji turizmo infrastruktūra yra teisinga, kadangi nuo turizmo infrastruktūros aiškumo, patogumo priklauso ir pati keliavimo kokybė.

Pagal apklausos duomenis (3.19 pav.) daugelio respondentų nuomone Joniškio rajone reikėtų plėtoti atvykstantį ir vietinį turizmą. Tai rodo, kad, Joniškio rajono gyventojų nuomone, rajonas yra patrauklus ne tik atvykstantiems, bet su jo turizmo ištekliais su malonumu susipažintų vietiniai rajono gyventojai.

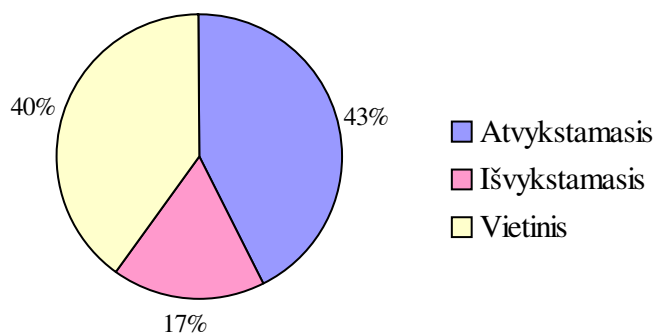
Vertinant tai, kad kultūrinės aplinkos savitumas nuo seniausių laikų buvo viena svarbiausių turizmą skatinančių priežasčių, tai panaudojant tinkamai jos išteklius galima pasiekti gerų rezultatų. Kultūrinė aplinka turizmo sistemoje paprastai apibūdinama kultūrinių išteklių sąvoka. Turizmo kultūriniai ištekliai apima platų visuomenės kūrybinės veiklos spektrą [9, p. 58]:

- Urbanistikos paveldo vertybes;
- Tradicijas ir liaudies amatus;

* Turizmo infrastruktūros elementai: ženklai, nuorodos, informaciniai stendai (žemėlapiai), atokvėpio aikštelės ir pan.

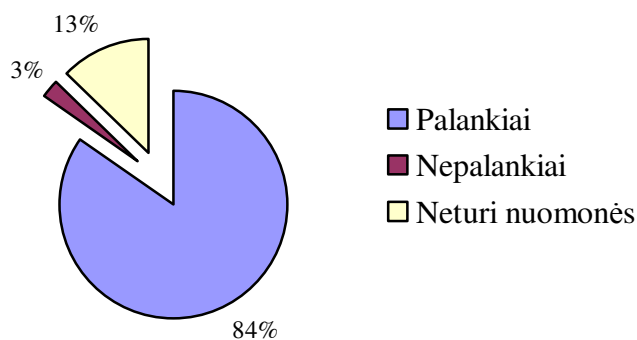
- Meninės kultūros vertybes;
- Archeologijos vertybes;
- Technines kūrybos vertybes.

Aukščiau minėtų išteklių pritaikymas ir panaudojimas turizmui būtų puiki galimybė skatinti vietinį ir atvykstatamąjį turizmą, kurie turi puikias plėtros galimybes vertinat apklausos dalyvių nuomonę.



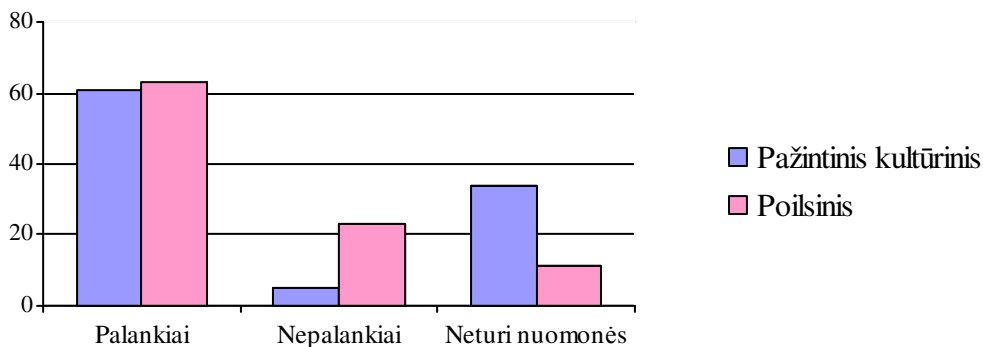
3.19 pav. Turizmo formų vystymo poreikis Joniškio rajone

Kiekvienas regionas siekiantis plėsti turizmo paslaugų rinką turėtų atsižvelgti į savo geografinę situaciją, kraštovaizdį, vandens telkinių gausą ir turimus išteklius. Išanalizavus kokias turizmo veiklos kryptis palankiai ar mažiau palankiai vertina apklausos dalyviai, galima daryti išvadą, kad didžiausias prioritetas teikiamas kaimo turizmo vystymui (3.20 pav.). Respondentų požiūris visiškai prieštarauja E. Ribašauskienės [37] apibrėžtiems Lietuvos kaimo regionų identifikavimo rodikliams, kurie nustatomi vertinant demografinę, socialinę, ekonominę ir gamtinę aplinką. Pasak E. Ribašauskienės [37], Joniškio rajonas priskiriamas I rajonų grupei, kur gamtinės sąlygos kaimo turizmo plėtrai nepalankios. Manau, Joniškio rajonas, kad ir būdamas lygumų kraštu, turi pakankamai dideles galimybes plėtoti kaimo turizmą, tik labiau orientuotis teikti daugiau aktyvaus laisvalaikio paslaugų, o ne pasikliauti vien gamtos teikiamais privalumais.



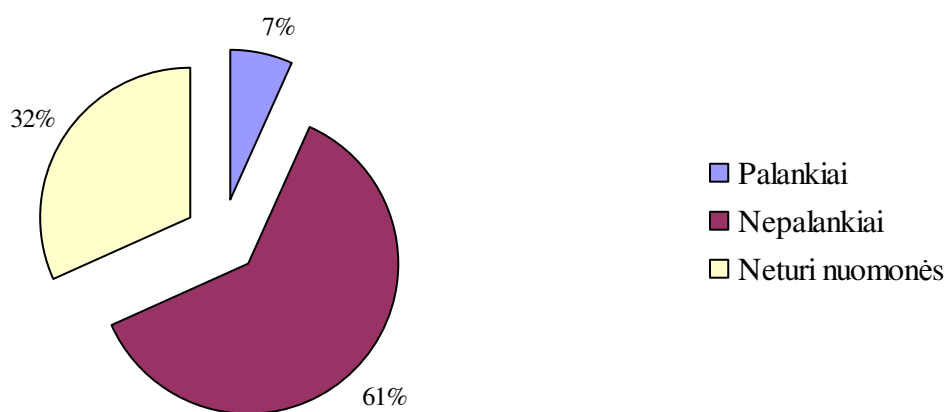
3.20 pav. Kaimo turizmo plėtros Joniškio rajone vertinimas

Palankiai vertinta ir pažintinio kultūrinio bei poilsinio turizmo plėtra (3.21 pav.). Manau, kad pažintinio kultūrinio turizmo plėtrai Joniškio rajone yra puikios sąlygos. Rajonui, turinčiam kultūros paveldo objektų, belieka juos pritaikyti turistų lankymui ir tai ženkliai įtakotų pažintinio kultūrinio turizmo plėtrą. Poilsio turizmui Joniškio rajonas taip pat turi pakankamai išteklių. Rajone esantys 24 dirbtiniai tvenkiniai, Žagarės regioninio parko rekreacinės zonos galėtų būti puikiai pritaikomi poilsiniam turizmui ir jo infrastruktūrai kurti.



3.21 pav. Pažintinio kultūrinio ir poilsinio turizmo plėtros Joniškio rajone vertinimas, proc.

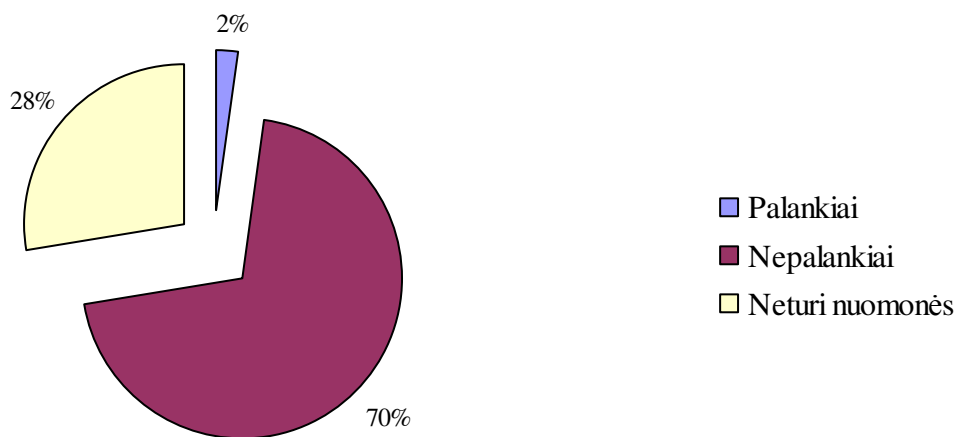
Mažiausiai palankiu buvo įvardintas gydomasis turizmas (3.22 pav.), tai pateisina, kadangi Joniškio rajone nėra tam reikalingų išteklių. Viena iš šios veiklos sričių galėtų būti SPA centro kūrimas, bet vertinant Joniškio rajono patrauklumą su miestais, kuriuose jau dabar teikiamos šios paslaugos, būtų sudėtinga konkuruoti.



3.22 pav. Gydomojo turizmo plėtros galimybių vertinimas

Iš susistemintų duomenų apie vandens turizmo plėtra rajone, galima daryti išvadą, kad ši turizmo plėtros krypti tai pat nėra vertinama palankiai (3.23 pav.). Tai sąlygoja, kad vandens turizmo

plėtrai reikalingų išteklių Joniškio rajone nėra. Iš rajoną kertančių trijų upių, nė vienos nebūtų galima pritaikyti vandens turizmo paslaugoms, kadangi jos yra per seklios, ir per siauros. Esančius dirbtinius tvenkinius, kaip jau minėjau anksčiau, tikslinčiau pritaikyti rekreaciniams turizmui ir vandens pramogoms pasiūlyti tik kaip papildomas paslaugas.



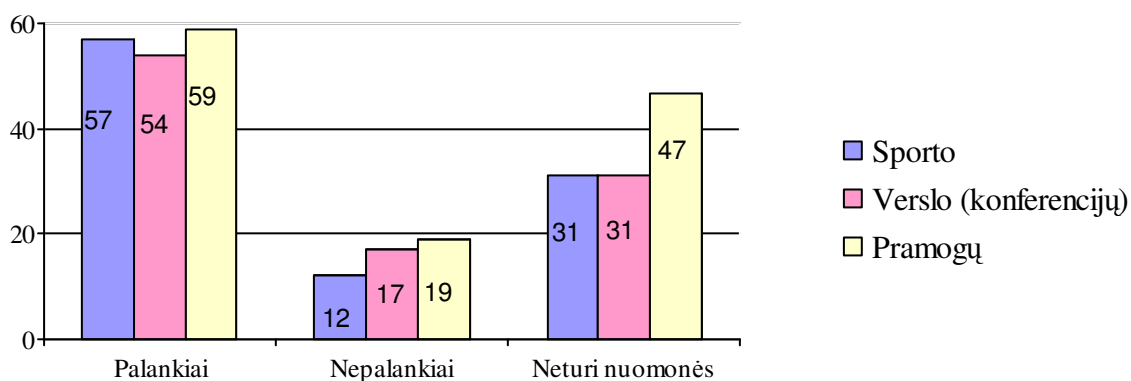
3.23 pav. Vandens turizmo paslaugų plėtros galimybių vertinimas

Išanalizavus kitų siūlytų turizmo krypčių plėtros vertinimo galimybes daugiaž tolygius vertinimus respondentai pateikė apie sporto, verslo (konferencijų), pramogų turizmo plėtrą. (3.24 pav.)

Sporto turizmui vystyti reikalingos tik investicijos, kadangi iki šiol Joniškio rajone jau buvo plėtojama sportinė veikla, organizuojami renginiai, varžybos. Tiek Žagarėje, tiek Jojimo klube „Audruvis“ propaguojamos žirgų varžybos, kurios pritraukia dalyvių ne tik iš aplinkinių regionų, bet ir užsienio šalių. Pagrindinė priežastis viešosios infrastruktūros nebūvimas, kuriai sukurti ir reikalingos lėšos.

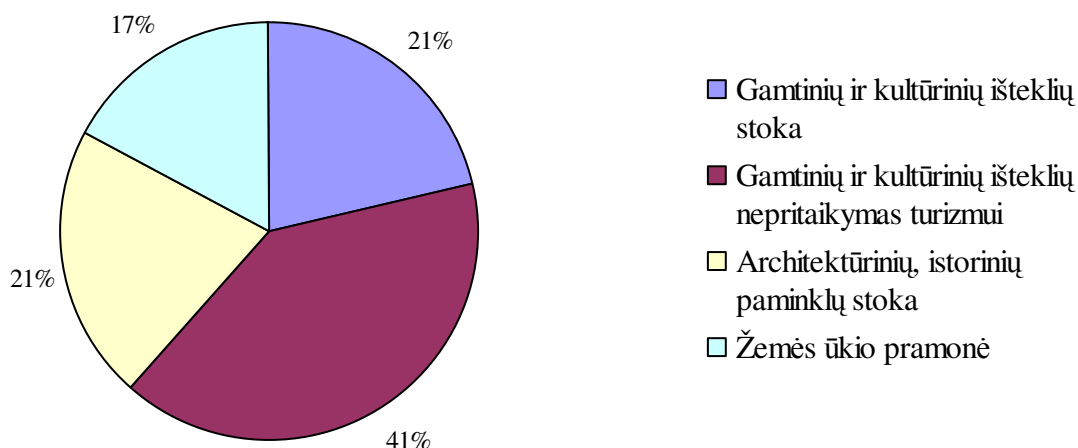
Verslo (konferencijų) turizmo plėtrai Joniškio rajonas yra gana palankioje geografinėje vietoje. Nutolęs nuo ketvirto pagal dydį Lietuvos miesto - Šiaulių tik 39 km, o Latvijos Respublikos sostinės Rygos apie 90 km, ir turėdamas gana gerus susisiekimo kelius su šiais regionais, Joniškio rajonas puikiai tiktų tarptautinių (Lietuvos - Latvijos) seminarų, konferencijų ir kitų verslo renginių organizavimo vieta. Tam galėtų būti pritaikomi paveldo objektai - dvarai ar kiti vertingi pastatai.

Pramogų turizmas, pastebime iš dažno jo aptarinėjimo šiame darbe, Joniškio rajonui yra labai aktualus. Iš papildomų komentarų, išsakytų respondentų kildžiusių anketas, susidariau nuomonę, kad Joniškio rajone pasigendama boulingo, teniso aikštyno, kino teatro, ledo arenos. Šių paslaugų atsiradimas ne tik praplėstu pramoginio turizmo paslaugų spektrą, bet ir daugelis iš jų skatintų ir sporto turizmą.



3.24 pav. Sporto, verslo (konferencijų) ir pramogų turizmo sričių plėtros galimybių vertinimas Joniškio rajone, proc.

Išanalizavus Joniškio rajono gyventojų nuomonę, kokie veiksniai daro neigiamą įtaką rajono turizmo plėtrai, galima teigti, kad pagrindine priežastimi įvardintas gamtinių ir kultūrinių išteklių nepritaikymas turizmui. Tokią nuomonę pareiškė net 41% respondentų.

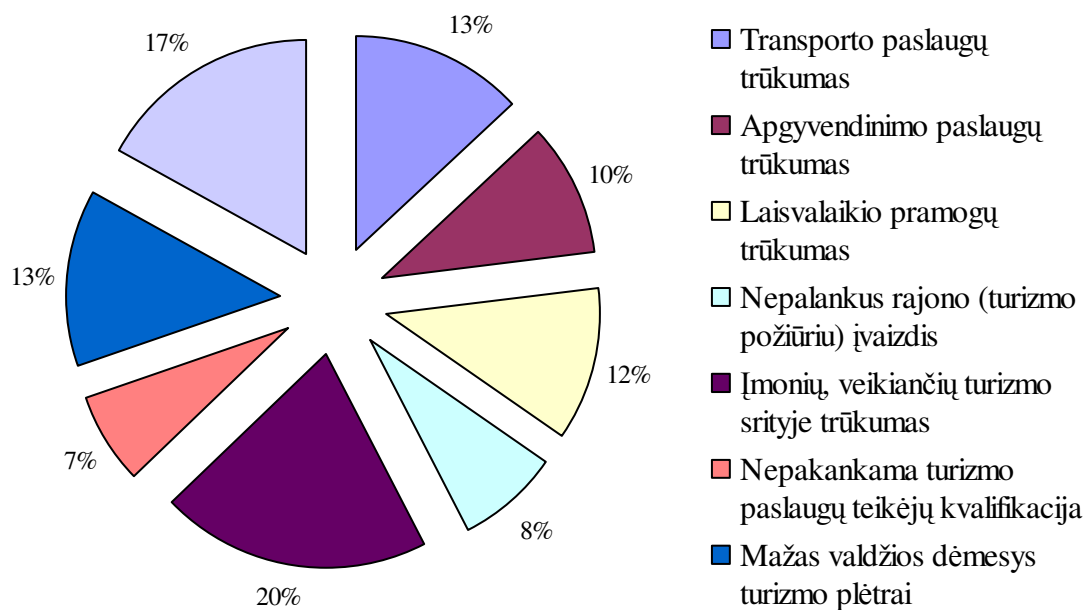


3.25 pav. Neigiamą įtaką Joniškio turizmo plėtrai darantys veiksniai

Pasak Skersonienės A. Lietuvos gamtiniam kraštovaizdžiui būdingas mozaikiškumas, didelė tipologinė įvairovė, platus galimybių spektras. Geras tankus kelių tinklas sudaro puikias sąlygas gamtinių kompleksų greitam pasiekimui. [40, p. 12-17] Apibendrinant galima teigti, kad gamtinių ir kultūrinių išteklių nepritaikymas turizmui daro neigiamą poveikį turizmo plėtrai Joniškio rajone. Tačiau turizmo išteklių nepritaikymas turizmo reikmėms opi problema ne tik Joniškio rajonui, bet ir visos Lietuvos mastu. Ši priežastis, kaip daranti neigiamą poveikį turizmo plėtrai, buvo įvardinta ir Valstybinio turizmo departamento 2006 m. veiklos ataskaitoje. [42] Viena iš galimybių turimus gamtos, kultūros, istorijos ir architektūros objektus pritaikyti turizmo reikmėms yra pasinaudoti

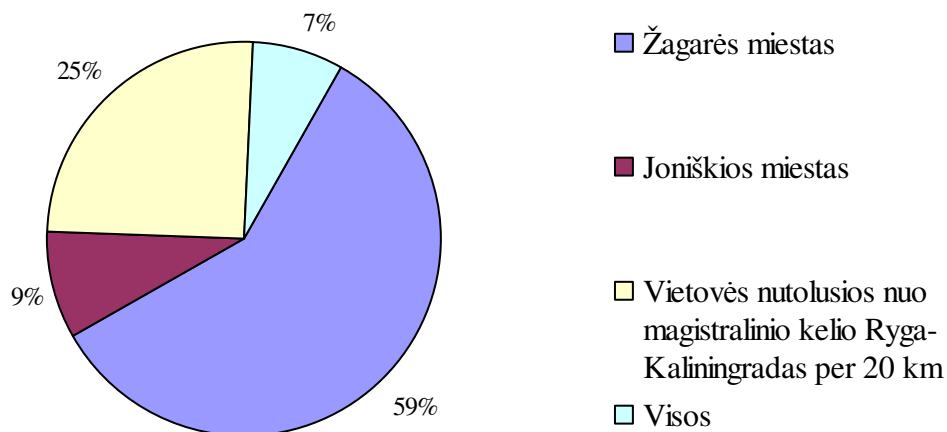
Europos Sąjungos finansavimu, investuojant dalį savo lėšų, kadangi daugelis Lietuvos savivaldybių, taip pat ir Joniškio rajono, neturi iš savo biudžeto galimybių pilnai finansuoti, pagrindinių objektų pritaikymo visuomenės reikmėms, veiklų.

Mažas turizmo sritys finansavimas buvo įvardintas ir tarp dabartinės Joniškio rajono turizmo situacijos vertinimo kriterijų. (3.26 pav.) Ne mažiau svarbiais trūkumais laikoma ir turizmo srityje veikiančių įmonių stoka, bei nepakankamas valdžios dėmesys turizmo plėtrai.



3.26 pav. Dabartinės Joniškio rajono turizmo situacijos trūkumai

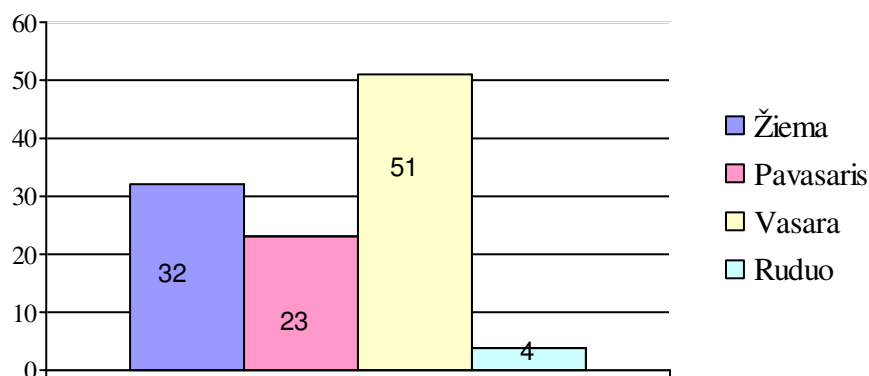
Siekiant išsiaiškinti, kurios Joniškio rajono vietovės, apklausos dalyvių nuomone, yra patraukliausios turizmo plėtrai, buvo pateikti keli variantai. Daugumos nuomone palankiausias turizmo plėtros atžvilgiu Joniškio rajono regionas yra Žagarės miestas. Tokią nuomonę išreiškė net 54% respondentų. Vertinant tai, kad Žagarės mieste ir jo apylinkėse yra daugiausia gamtos ir kultūros paveldo objektų, tokia rajono gyventojų pozicija labai tikslinga. Kaip jau minėjau anksčiau, Žagarės apylinkės ir šiuo metu yra pagrindinis turistų atvykstančių į Joniškio rajoną, traukos objektas dėl ten pat esančio Žagarės regioninio parko.



3.27 pav. Joniškio rajono teritorijų palankumo turizmo plėtrai vertinimas

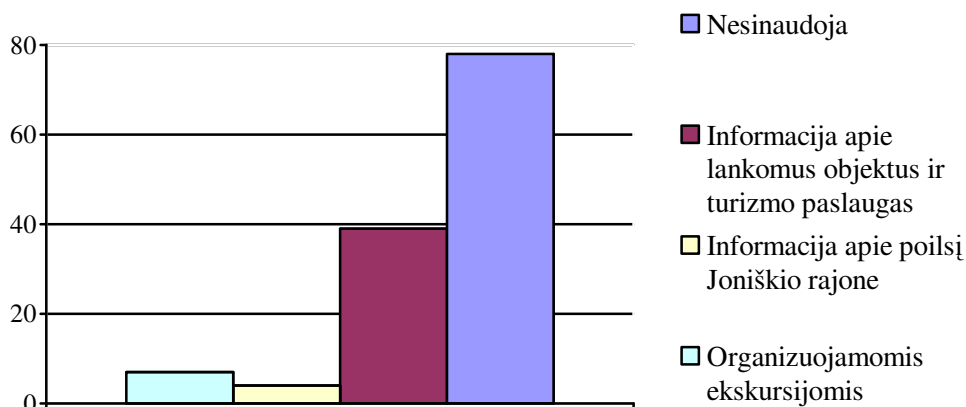
Stebina analizės duomenys, parodantys, kad respondentai Joniškio miestą, kuris yra rajono centras, vertina kaip mažai patrauklią teritoriją turizmo plėtrai. Tokia nuomonė gali būti pateikta, vertinant dabartinį paslaugų skaičių Joniškio ir Žagarės mieste, ir įtakoiant tokiems veiksniams, kad šiuo metu Žagarėje trūksta apgyvendinimo ir maitinimo paslaugų pritaikytų didesnėms lankytojų grupėms, siekiama paskatinti ten turizmo plėtrą.

Išanalizavus kokių metų laiku siūloma vystyti turizmo veiklą rajone (3.28 pav.) išryškėja sezoniškumo vertinimas. Dauguma mano, kad Joniškio rajone turizmą vystyti palanku tik vasarą. Ryškus skirtumas ir teikiamų nuomonių, kad palankus metas ir žiema, tai nulemti galėjo, tapusios populiariomis, savaitgalinės išvykos prie vietinių kalvų su šeimomis, draugais ar darbo kolektyvais.



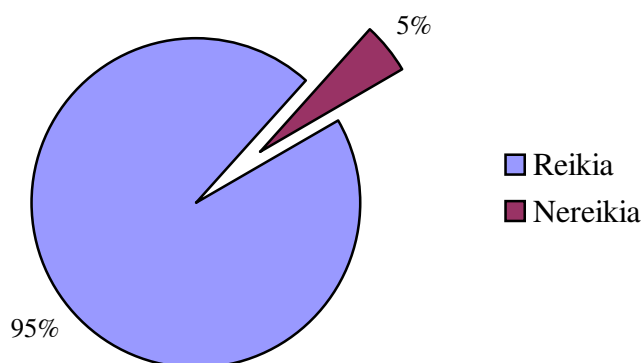
3.28 pav. Metų laiko palankumas turizmo veiklai

Vertindami Joniškio rajono savivaldybės specialisto teikiamas paslaugas, daugelis paminėjo, kad jokiais paslaugomis nesinaudoja. Tačiau kita vertus beveik puse respondentų teigė, naudojantys jo teikiama informacija apie turizmo paslaugas ir lankomus objektus, vietas Joniškio rajone.(3.29 pav.)



3.29 pav. Naudojimas turizmo specialisto informacija, proc.

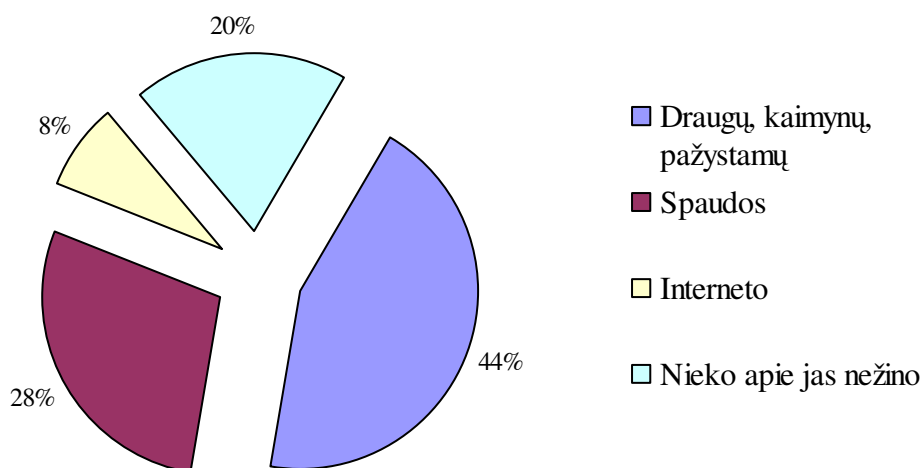
Joniškio rajonas yra vienas iš keturių Lietuvos rajonų, kuriame nėra turizmo informacinio centro. Išanalizavus respondentų pateiktą nuomonę, vienareikšmiškai galima teigti (3.30 pav.), kad turizmo informacijos centras pagerintų Joniškio rajono turizmo verslo plėtrą. Įsteigtas turizmo informacijos centras padidintų ir turistų galimybes pasiekti informaciją, kadangi šiuo metu administruojančias turizmo koordinavimo funkcijas atliekantis specialistas dirba standartinėmis darbo valandomis, kai turizmo informacijos poreikis būna mažesnis nei savaitgaliais. Tai kartu parodo ir prieš tai analizuoto klausimo gautus rezultatus, kad daugelis apklaustųjų nesinaudoja specialisto paslaugomis. Iš to galima daryti išvadą, kad dabartinė Joniškio rajono turizmo koordinavimo sistema yra neefektyvi.



3.30 pav. Turizmo informacinio centro poreikis

Joniškio rajono turizmo informacijos paslaugų teikimo apžvalgoje jau buvo minėta, kad Joniškio rajono internetinė svetainė yra neefektyvi ir neatlieka pagrindinės savo funkcijos - visuomenės informavimo. Tai atsispindi ir išanalizavus, kokiais būdais rajono gyventojus pasiekia

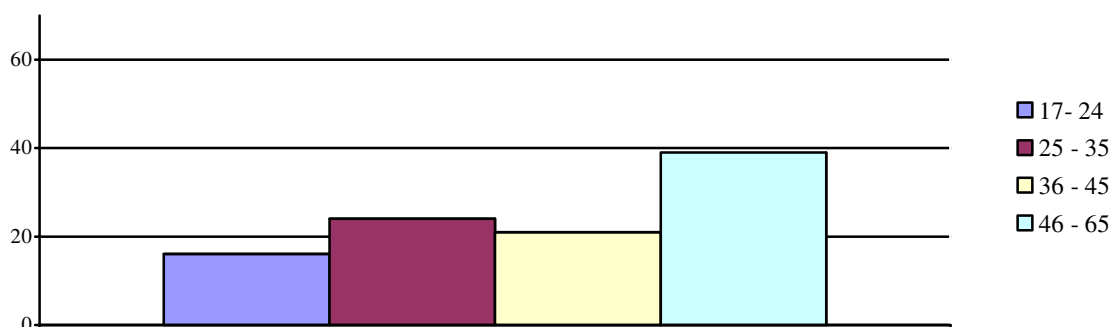
informacija apie Joniškio rajono turizmo paslaugas(3.31 pav.). Internetas sudaro tik 8%, vertinant, kad šiuolaikinėje visuomenėje ši informavimo priemonė yra viena efektyviausių, peršasi išvada, kad Joniškio rajono savivaldybės internetinės svetainės informacija netenkina vartotojų. Šiuo klausimu, kaip ir renkantis turizmo paslaugą, daugiausiai pažymėjo draugų, pažystamų perduotą informaciją. Tuo tarpu radijas, reklama ant transporto priemonių ir informacijos platinimas paštu, remiantis atlikta pateiktų duomenų analize, iki šiol Joniškio rajono turizmo paslaugoms reklamuoti ir informacijai apie jas teikti nenaudojama.



3.31 pav. Šaltiniai, iš kurių sužinoma informacija apie Joniškio rajono turizmo paslaugas

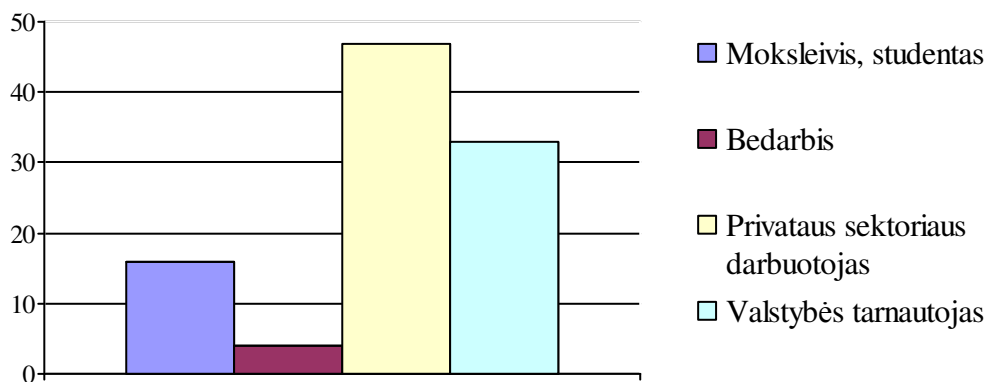
Stengiantis, kad savo nuomonę apie šiame darbe analizuojamus klausimus pateiktų, kuo įvairesnį amžių, užsiėmimą, lytį turintys Joniškio rajono gyventojai anketoje buvo pateikiami klausimai, pagal kurių analizę būtų galima įvertinti demografinius aspektus.

Norint, kad atsakymai būtų objektyvesni, reikšmingesni ir kuo daugiau atspindėtų realią Joniškio rajono turizmo situaciją dauguma anketų buvo išplatintos vyresnių žmonių tarpe. Tai nulėmė rezultatus, kad didžioji dalis respondentų buvo 45 - 65 m. amžiaus Joniškio rajono gyventojai.



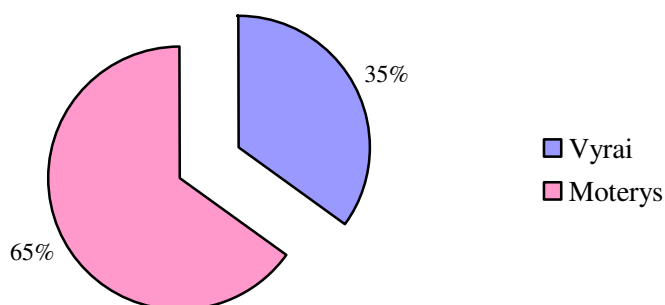
3.32 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal amžių

Išanalizavus užimtumo duomenis pagal siūlytas keturias veikos sritis paaiškėjo, kad didžioji dalis apklaustųjų privataus sektoriaus darbuotojai.



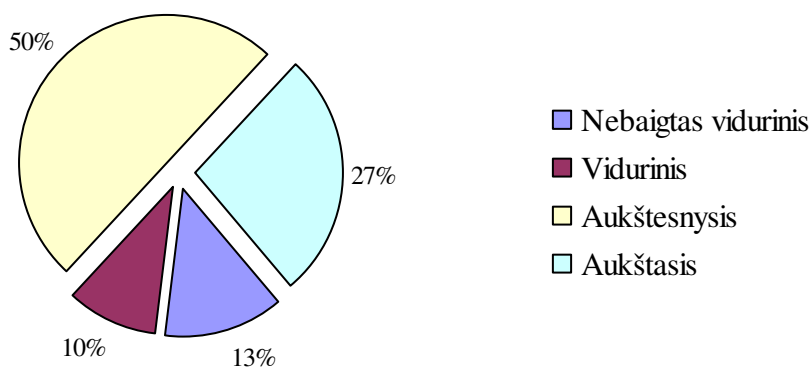
3.33 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal užimtumą

Pasiskirstymas pagal lytį nulėmė, kad apklausoje daugiau dalyvavo moterų. Tai nulėmė moterų geranoriškumas ir didesnis domėjimasis turizmo plėtra, nes platinant anketas, daugiausiai atsisakydavo pildyti vyrai, dėl laiko neturėjimo ar nenoro gilintis į turizmo plėtros Joniškio rajone galimybes.



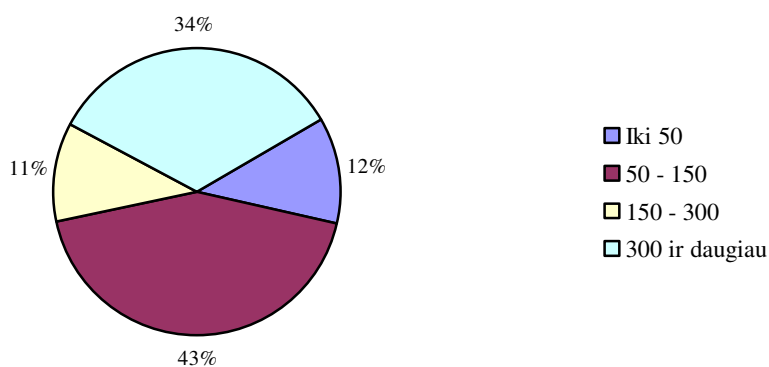
3.34 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal lytį

Apklausoje duomenys parodė, kad daugiausiai respondentų turi aukštesnį išsilavinimą, o beveik trečdalis aukštąjį (3.35 pav.). Vertinant išsilavinimo požiūriu, galiam teigti, kad apklausoje dalyvavo didesnę bendrą žinių bagažą turintys Joniškio rajono gyventojai, ir tai gali lemti, kad surinktos nuomonės buvo objektyvios ir pagrįstos.



3.35 pav. Apklauskos dalyvių pasiskirstymas pagal išsilavinimą

J. Stulpinaitė vertindama turizmo poreikį, jį įvertino kaip „prabangos“ veiklą, kuria gali mėgautis žmonės pilnai patenkinantys savo poreikius. [44] Atsižvelgiant į tai ir siekiant išsiaiškinti kiek Joniškio rajono gyventojai skiria savo mėnesio pajamų kelionėms, išanalizavus rezultatus, matome, kad daugiausiai šiai pramogai gali skirti nuo 50 iki 150 litų (3.36 pav.), kiek mažesnis respondentų skaičius gali sau leisti kelionėms 300 litų ir daugiau savo mėnesio pajamų. Tai rodo, kad norint pakeliauti, pailsėti ar pasinaudoti kitomis turizmo paslaugomis tam tikslui reikia skirti ištis nemažą suma. Iš to galime daryti prielaidą, kad turizmo paslaugomis naudojasi daugiau didesnes pajams turintys gyventojai, kurie yra pilnai apsirūpinę kitus fiziologinius, socialinius poreikius.



3.36 pav. Skiriamos mėnesio pajamos kelionėms, Lt.

Apibendrinant išanalizuotas Joniškio rajono turizmo paslaugas galime teigti, kad nors turizmo verslas Lietuvos mastu yra plačiai vystomas, Joniškio rajone tai tik pradedama kurti. Pagrindiniai trūkumai lemiantys rajono turizmo nepopuliarumą yra mažas paslaugų kiekis, neišvystyta infrastruktūra ir mažas lėšų skyrimas iš savivaldybės turizmo plėtrai skatinti. Išanalizavus Joniškio rajono gyventojų požiūrį į turizmo plėtros galimybes Joniškio rajone, pastebima, kad panaudojus turimus išteklius, sukūrus trūkstamų paslaugų Joniškio rajonas gali tapti patrauklus turistams regionas.

3.4 Turizmo plėtros galimybių Joniškio rajone SSGG (SWOT) analizė

Šis strateginio sprendimo generavimo metodas grindžiamas iš anksto nustatytais nagrinėjamomis vidinėmis stiprybėmis ir silpnybėmis bei išorinėmis galimybėmis ir grėsmėmis. Tai būtent yra SSGG (ang. SWOT) analizė. Inventorizavus visas stiprybes, silpnybes, galimybes ir grėsmes, seka strateginio sprendimo kūrimo etapas. Jame poromis derinamos skirtingos stiprybės ir silpnybės su galimybėmis ir grėsmėmis. Siūlomi sprendiniai privalo duoti atsakymus į tokius klausimus:

- Kaip panaudoti stiprybes galimybėms įgyvendinti;
- Kaip ištaisyti silpnybes pasinaudojant galimybėmis;
- Kaip panaudoti stiprybes grėsmėms įveikti;
- Kokias silpnybes reikia pašalinti, kad apsisaugotume nuo grėsmių.

Siekiant vystyti turizmo plėtrą Joniškio rajone būtina įvertinti jo plėtrai palankius ir neigiamus veiksnius. Neigiamų veiksnių išskyrimas pirmiausia būtinas tam, kad būtų galima objektyviai juos įvertinti ir rasti priemonių jiems išspręsti ar bent sumažinti neigiamą poveikį. Šiuo tikslu atlikta SSGG analizė.

STIPRYBĖS

- Joniškio rajonas su apskrities centru Šiaulių miestu sujungtas geru keliu, lyginant su kaimyninių rajonų centrais Lietuvoje ir Latvijoje.
- Joniškio rajone pakankamai geros būklės krašto keliai, rajonų miesteliai nutolę 15 – 25 km nuo administracinių centrų, nedideli atstumai tarp lankomų objektų.
- Rajone, ypač palei kelią Via Hanza, teikiamos kokybiškos ir sąlyginai nebrangios maitinimo bei apgyvendinimo paslaugos.
- Rajone gausu turizmui vertingų kultūros paveldo objektų, ypač vertingi dvarai bei išlikusių dvarų fragmentai, sakraliniai objektai, istorinės bei literatūrinės vietovės.
- Rajone gausu tradicinių kultūrinių renginių bei švenčių, reprezentuojančių Šiaurės Lietuvos, kultūrinės tradicijas bei papročius.
- Lygumų, kaimiško tipo kraštovaizdis palankus kaimo turizmo vystymui, Žagarės regioninis parkas itin traukia vietinių bei užsienio turistų dėmesį, rajonas išsiskiria turistinių gamtos išteklių gausa.
- Pagal gyventojų tautinę sudėtį Joniškio rajonas vienas lietuviškiausių rajonų Lietuvoje, trečdalis Joniškio rajono gyventojų moka latvių kalbą.

- Joniškio rajonas turtingas kultūros paveldo objektais (sakraliniais), latvių bei žiemgalių kultūros refleksija, nemažai iniciatyvių žmonių.
- Joniškio miestas išsiskiria unikaliu kultūros paveldu, kokybiškomis ir santykinai nebrangiomis maitinimo paslaugomis.
- Žagarės miesto Lietuvoje išsiskiria savo istorija ir autentiškumu.
- Patraukli ir ekologiškai švari Žagarės miesto ir regioninio parko aplinka, nėra pavojingų taršos objektų, nedidelis atstumas tarp lankomų objektų.

SILPNYBĖS

- Rajonas išsidėstęs Šiaurės Lietuvoje, būdingas ekonominis bei socialinis periferiškumas.
- Rajonas geografiškai nutolęs nuo pagrindinių Lietuvos tarptautinių magistralių, nemaža dalis vietinių kelių su žvyro danga.
- Trūksta informacijos, nėra turizmo informacijos centro, kuris informuotų lankytojus apie maitinimo ir apgyvendinimo paslaugas rajone, trūksta tualetų, atokvėpio aikštelių (kuriuose būtų vandens ir elektros tiekimas), kempingų keliautojams „nameliais ant ratų“.
- Dėl neišplėtos turizmo infrastruktūros ir lėšų stygiaus kultūros paveldo objektai ir vietovės nėra veiksmingai pritaikyti turizmui.
- Dauguma kultūrinių renginių bei švenčių vietinės reikšmės, trūksta apie juos informacijos.
- Rajonas nėra gausūs vandens telkiniais, vandens kokybė nėra patenkinama, itin aukšta geriamo vandens mineralizacija.
- Daugiau nei pusė visų Joniškio rajono gyventojų gyvena kaimiškose teritorijose, gyventojų išsimokslinimas žemesnis už Lietuvos vidurkį; gyventojų, mokančių anglų ir vokiečių kalbas, skaičius mažesnis už Lietuvos vidurkį.
- Dėl neišvystytos turizmo infrastruktūros, trūksta turizmo informacijos centro, Joniškio rajonas išlieka pravažiuojamu.
- Neišvystyta turizmo infrastruktūra (mieste nėra automobilių stovėjimo aikštelės, informacinių nuorodų), nėra vidutinės klasės viešbučio, nėra turistinio įvaizdžio, kaimiškas miesto gyventojų gyvenimo būdas.
- Nuolatos mažėjantis gyventojų skaičius, aukštas nedarbo lygis, trūksta kvalifikuotų darbuotojų, įtempti vietos gyventojų santykiai su romų bendruomene.
- Neišvystyta paslaugų sistema ir turizmo infrastruktūra, trūksta informacijos turistams, nėra pramoginių paslaugų.

GALIMYBĖS

- Pasienio regiono iniciatyva skatinamas bendradarbiavimas abipus sienos turizmo srityse, mažėja rajonų ekonominis – socialinis periferiškumas.
- Transeuropinio transporto koridorius Via Hanza dėka ateityje didės rajono erdvinė tarptautinė integracija.
- Turizmo informacijos centro steigimas rajono savivaldybės iniciatyva, ES paramos lėšomis; savivaldybės teisinė bei finansinė parama verslininkams, siekiantiems įkurti kempingus.
- Investicijos į kultūros paveldo objektus skatina turizmo infrastruktūros plėtrą ir didina rajono turistinį potencialą nacionaliniame ir tarptautiniame lygmenyse.
- Rajono kultūriniai renginiai ir šventės tampa specializuotos, regioninės, nacionalinės ir tarptautinės reikšmės.
- Žagarės regioninis parkas tampa pagrindiniu rekreaciniu arealu su išvystyta turizmo infrastruktūra, su suformuota gamtinio pažintinio turizmo specializacija.
- Verslininkai, teikiantys paslaugas lankytojams ir turistams, įdarbina iniciatyvius kaimo vietovių gyventojus, didėja kaimo gyventojų domėjimasis turizmu ir svetingu lankytojų aptarnavimu.
- Turizmo infrastruktūros vystymas ir kokybiškų (originalių, specializuotų) turizmo paslaugų teikimas pritrauktų pravažiuojančius keliautojus į Joniškio miesto centrą ir Žagarės miestą.
- Joniškio mieste švenčiamos Šiaurės Lietuvos Joninių šventės, rengiami Lietuvos – Latvijos kultūriniai renginiai, Joniškis tampa Šiaurės Lietuvos reprezentaciniu miestu.
- Žagarės miesto tampa tarptautiniu Šiaurės Lietuvos ir Pietų Vidurio Latvijos kultūrinio pažintinio turizmo centru, turizmui pritaikytais gyvosios istorijos objektais ir vietovėmis.
- Restauruoti istoriniai pastatai bei gatvelės, nebrangios apgyvendinimo ir maitinimo paslaugos, Žagarė tampa vietinių bei tarptautinių Joniškio rajono kultūrinių renginių centru.

GRĖSMĖS

- Rajono savivaldybės ribotos finansinės galimybės, siekiant dalyvauti projektuose, kurie susiję su kultūros paveldo apsauga ir puoselėjimu, vandalizmo atvejai.
- Ribotos finansinės galimybės renginių bei švenčių organizavimui.
- Dėl padidėjusios rizikos užsikrėsti erkiniu encefalitu bei Laimo liga mažėja lankytojų skaičius rajonų regioniniame parke.
- Kvalifikuoto personalo trūkumas, jaunų žmonių migracija į kitus šalies didmiesčius ir užsienio valstybes, riboja turistų aptarnavimo kokybę, prarandama turizmo rinka.

- Nevystant turizmo infrastruktūros pasienio užkardose su Latvija, neintegruojant gamtinio bei kultūrinio turizmo maršrutų su maršrutais visame Žemgalės regione, rajonas atsidurs turistiniame vakuume tarp Kryžių kalno ir Rygos.
- Neplėtojamos svetingumo industrijos, nes trūksta kvalifikuoto personalo; dėl lėšų trūkumo nerestauruojamas miesto urbanistinis paveldas, neplėtojama miesto turizmo infrastruktūra, Joniškis išlieka nepatrauklus turizmui.
- Nepakankamas Lietuvos centrinės valdžios dėmesys pasienio miestelių socialiniam – ekonominiam vystymui, finansinių lėšų trūkumas siekiant dalyvauti investiciniuose projektuose.
- Iniciatyvų trūkumas, žemas paslaugų lygis, aplinkinių rajonų (taip pat ir Latvijos) konkurencija turizmo rinkoje, biurokratiniai trukdžiai, finansinių lėšų trūkumas.

SSGG analizė rodo, kad Joniškio rajono turizmo plėtros stipriosios pusės siejamos su geografine padėtimi, kultūros paveldu, o silpnosios su finansinių išteklių stoka, kurie reikalingi turizmo plėtrai.

Ši analizė padeda nustatyti priežastis trukdančias turizmo plėtros vystymui, ir pranašumus, kuriais pasinaudojus galima pasiekti teigimų rezultatų. Priklausomai nuo gerėjančios Lietuvos ekonominės, socialinės ir teisinės aplinkos, susidarys palankesnės sąlygos atvykstamojo ir vietinio turizmo plėtrai.

IŠVADOS

Iš visų darbe apžvelgtų turizmo plėtros teorijų (Butler R., Miossec J., Turner R. K.) priimtinausia yra Miossec J. , nes ji apžvelgia ne tik fizinius lankytinos vietos pokyčius, bet ir įvertina psichologinius motyvus (turistų elgseną) vertindamas turizmo plėtros aspektus.

Įvertinant turizmo plėtrą lemiančius veiksnius, nustatyta, kad Lietuvoje svarbiausieji yra ekonominiai sąlygojantys didėjančių vietinių ir užsienio turistų srautą, tačiau nepalankiai vertinama viešosios infrastruktūros plėtra ir neefektyvios rinkodaros priemonės, o Joniškio rajone didžiausią įtaką turizmo plėtrai daro socialiniai ir gamtiniai veiksniai.

Išanalizavus turizmo plėtros prielaidas Lietuvoje, nustatyta, kad jos vystosi tolygiai, remiantis parengtais turizmo plėtros dokumentais (1994 - 1998 m., 1999 - 2002 m., 2003 - 2006 m. Nacionalinės turizmo plėtros programos, Turizmo plėtros strategija iki 2015 m. (2002)).

Joniškio rajono turizmo situacija gali būti charakterizuojama šiais aspektais: rajono gyventojai esminiais turizmo paslaugų pasirinkimo veiksniais įvardina kainą ir kokybę; turizmo paslaugų teikėjai mažai motyvuoti gerinti paslaugų kokybę ir didinti paslaugų kiekį; dabartinė Joniškio rajono turizmo situacija yra neišvystyta ir nekonkurecinga kitų regionų atžvilgiu; vietinių gyventojų požiūriu turizmo plėtra Joniškio rajone yra reikalinga siekiant gerinti bendrą rajono įvaizdį.

Joniškio rajono turizmo plėtros privalumai yra gamtinių ir kultūrinių išteklių gausa, palanki geografinė situacija ir nedideli atstumai tarp lankomų objektų, saugomų teritorijų steigimas (Žagarės regioninis parkas) siekiant išlaikyti neurbanizuotas teritorijas rekreaciniam ir pažintiniam turizmui, bendras rajono įvaizdžio formavimas ir ekonominės bei socialinės situacijos gerinimas. Tačiau šalia seka turizmo plėtros trūkumai, kuriuos nulemia daugelio turizmo lankytinų objektų nepritaikymas visuomenės ir turizmo reikmėms, neišvystyta viešoji turizmo infrastruktūra, mažas rajono valdžios dėmesys ir finansavimas turizmo vystymui, nekokybiškų turizmo paslaugų teikimas ir mažas jų pasirinkimas, bei menkas rinkodaros priemonių naudojimas.

REKOMENDACIJOS

Siekiant sistemingai vystyti Joniškio rajono turizmo plėtrą **rekomenduojama:**

1. Steigti turizmo informacijos centrą, kurio veikla padidintų rajono turizmo paslaugų informacijos sklaidą.
2. Joniškio rajono verslo informacijos centrui organizuoti kartą per ketvirtį seminarus, mokymus turizmo paslaugas teikiantiems atstovams, siekiant pagerinti jų teikiamų paslaugų kokybę.
3. Viešinant informaciją apie pagrindinius ir didžiuosius rajono renginius naudoti įvairesnes rinkodaros priemones: internetą, reklamą lauko stenduose, televizijoje, informacinių skrajučių platinimą paštu.
4. Rajono valdžios institucijas turėtų gerinti Joniškio rajono, kaip turistinio regiono įvaizdžio formavimą, daugiau dėmesio skiriant miesto tvarkai, apželdinimui, saugumui.
5. Turizmo paslaugų teikėjai turėtų organizuoti konkursus, vykdyti akcijas, įvesti konkurencingą nuolaidų sistemą siekiant pritraukti daugiau lankytojų.

NAUDOTA LITERATŪRA

1. Andriuščenka J. Strategic planning problems and perspectives. *Organizacijų vadyba: sisteminiai tyrimai* 28. Kaunas, Vytauto Didžiojo Universitetas, 2003, ISSN 1392-1142, 3 -16 p.
2. Barioniūnaitė E., Meilienė E. Turizmo ekonominio poveikio analizės ypatumai. Regionų plėtra. Kaunas, Kauno technologijos universitetas, 2001, 40 -45 p.
3. Blizgis, S. Turistinė Šiaurės Lietuva. Šiauliai. Saulės delta, 2004, 25-40 p.
4. Bull A. The Economics of Travel and Tourism. Melburne, 1994, 238 p.
5. Butler R., Miossec J. Strategic investment decisions : theory, practice and process. London, New York, 1993, 43 -56 p. ISBN 0-415-07508-4
6. Damulienė A. Lietuvos turizmo infrastruktūra. *Organizacijų vadyba*, Nr. 26. 2004.
7. Damulienė A. Lietuvos Turizmo probleminiai klausimai narystės ES išvakarėse. *Paslaugų verslo plėtros problemų integravimosi į Europą procesą*. Vilnius. VU, 2004, 97-102 p.
8. Gartner, C. W. Tourism development: principles, processes and policies. New York. 1996, 129 - 132 p.
9. Grecevičius, P. Turizmas. Kaunas: Kauno kolegijos leidybos centras, 2002, 59-61, 99, 316 p.
10. Harris J. M. Basic Principles of Sustainable Development. Global Development and Environment Institute, 2000.
11. Herbert D. T. Heritage, Tourism and Society - mokslinės konferencijos pranešimų knyga. Kaunas, 1995.
12. Hill M. International Business Competing In The Global Marketplace. New York, 2005, 88-91, 40-41 p.
13. Holloway J.Ch. The business of tourism. England: Longman, 1998, 7-9 p.
14. Hopienienė R., Kamičaitytė, A. Tolydi turizmo plėtra. *Organizacijų vadyba: sisteminiai tyrimai* 29. Kaunas: Vytauto Didžiojo Universitetas, 2004, 49-56 p.
15. Inskeep E. National and Regional Tourism Planning: Methodologies and case studies. A World Tourism Organization Publication. London, 1994.
16. Janelauskas E. Reklaminis skelbimas: komunikacija ir efektyvumas. Klaipėda, Klaipėdos universiteto leidykla, 2004, 8-20 p.
17. Jankutė R. Turizmo verslas pamažu įsisuka. *Verslo žinios*, Nr. 137, 2001.
18. Joniškio rajono gamta. Joniškis, 2000.
19. Joniškio rajono savivaldybės administracijos, Kraštotvarkos ir architektūros skyriaus 2005 m. ataskaita. Joniškis, 2006.

20. Joniškio rajono savivaldybės administracijos, Kraštotvarkos ir architektūros skyriaus 2006 m. ataskaita. Joniškis, 2007.
21. Joniškio rajono savivaldybė. Prieiga per internetą: www.joniskis.lt, 2007. 02.19.
22. Kardelis K. Mokslinių tyrimų metodologija ir metodai. Kaunas, 2002, 338 - 352 p.
23. Kigaitė K., Vveinhardt J. Turizmo paslaugų kokybės sistemos teorinė apžvalga ir problematika// *Vadyba: mokslo tiriamieji darbai Nr. 1(6)*. Klaipėda, 2006, 229-233 p.
24. Kotler, P., Armstrong, G., Saunders, J., Wong, V. Rinkodaros principai. Kaunas: UAB Poligrafija ir informatika, 2003, 145-159, 821 p.
25. Lietuvos turizmo plėtros dešimtmetis 1992 – 2002 m. Vilnius, 2002.
26. Ligeikienė R. A. Turizmo įmonės marketingo planavimas. ISBN 9955-586-34-6, Kaunas, 2005.
27. Ligeikienė R. A. Turizmo plėtra ir valdymas : daktaro disertacija : socialiniai mokslai, vadyba ir administravimas. Kaunas, 2003.
28. Lileikienė A., Šaparnis G., Tamošiūnas T. Magistro darbo rengimo metodika. ISBN 9986-38511-3. Šiauliai, Šiaulių universiteto leidykla, 2004, 52 p.
29. Lopa J. M., Marecki R. F. The critical role of quality in the tourism system// *ProQuest Science Journals*, 1999, 37 - 42 p.
30. Lukšionytė-Tolvaišienė N., Žagarės dvaro architektūros ypatybės. ISSN 1392-3781, Žiemgala, Nr. 1, 2002.
31. McKercher, R. The Unrecognized threat: can Tourism Survive “Sustainability”? *Turism Managemant*, 14 , April. New Yourk, 1993, 15-20 p.
32. Mikelis D. Europos Sąjungos veikla turizmo srityje. *Tiltai*, Nr. 1, 2002, 129 - 133 p.
33. Ministro Pirmininko Brazausko A. kalba konferencijoje „ES plėtros poveikis turizmo raidai Europoje“. Prieiga per internetą: http://www.lrvk.lt/main.php?id=aktualijos_su_video/p.php&n=3269, 2007.03.27.
34. Nacionalinė turizmo plėtros 2003 – 2006 m. programa. Vilnius, 2003.
35. Pučinskas L. Turizmo plėtros privalumai ir grėsmės// *seminaras 2006 m. balandis*.
36. Radvila K. Strategijos kryptys - pramonė ir turizmas. *Verslo žinios*, Nr. 111, 2002.
37. Ribašauskienė E., Lietuvos kaimas: regioniniai ypatumai : (integracijos į Europos Sąjungą kontekste). ISBN 9986-9309-2-8, Vilnius, 1999.
38. Rimkevičienė A., Krumplytė J. Turizmo plėtros galimybės Šiaulių regione: problemos ir perspektyvos. *Ekonomika ir vadyba: aktualijos ir perspektyvos 2004. Ernesto Galvanausko mokslinės konferencijos medžiaga*. ŠU, 2004. ISSN 1648-9098. 228-233 p.
39. Sirusienė R. Regionų turizmo potencialo analizė: mokymo metodinė priemonė. ISBN 9955-448-56-3, Akademija, 2007.

40. Skersonienė A. Lietuvos turizmo išteklių: mokomoji knyga. ISBN 9955-519-04-5, Vilnius, 2002, 12 - 17 p.
41. Stabler M. J. Tourism and Sustainability Principles to Practice. Wallingford, 1997.
42. Statistikos departamentas. Turizmas Lietuvoje. Vilnius, 2006.
43. Statistikos departamentas. Prieiga per internetą: <http://www.stat.gov.lt/lt/>, 2007.03.28.
44. Stulpinaitė J. Turizmo sistema. ISBN 9986-820-11-1, Vilnius, 2000.
45. Svetikienė, I. Turizmo marketingas. Vilnius: Vilniaus kolegija, 2002, 9-11 p.
46. Tarptautinių žodžių žodynas. Vilnius: enciklopedijų leidykla, 1995, 504 p.
47. Teritorijos administracinių vienetų ir jų ribų įstatymas. *Valstybės žinios*, 1994, Nr. 60 – 1183.
48. Tourism development. Prieiga per internetą: www.world-tourism.org, 2007.02.19.
49. Tourism Market Trends: World Overview Tourism Topics. Printed by the World Tourism Organization 2001, 8-9 p.
50. Turizmo įstatymas. *Valstybės žinios*, 2003, Nr. 13, 531.
51. Turizmo plėtra. Prieiga per internetą:
http://www.ukmin.lt/lt/leidiniai/ukmin_ataskaita_2002/doc/atask_9.doc, 2007.03.27.
52. Turizmo plėtros iki 2015 m. strategija. Valstybinis turizmo departamentas. 2002.
53. Turner R. K. Sustainable Environmental Economics and Management: Principles and Practice. London, 1993.
54. Valstybinis turizmo departamentas. Prieiga per internetą: www.tourism.lt, 2007. 03. 04.
55. Vveinhardt J., Janulienė I., Žalys L., Žalienė I. Human Resource development in tourism: human resource training and knowledge management// *Tiltai. Priedas: Mokslo darbai Nr. 30*. Klaipėda, 2006, 75-82 p.
56. Žagarė. Vilnius, Versmė, 1998.
57. Žalienė I., Sabaliauskienė A. Pasaulio ir Lietuvos turizmo raida. Kaunas, 2002.
58. Сенин В. Организация международного туризма. Москва, 1999, 45 – 52 с.