

**ŠIAULIŲ UNIVERSITETAS
SOCIALINIŲ MOKSLŲ FAKULTETAS
VADYBOS KATEDRA**

Agnė KRIŠTOPAITYTĖ

**KAIMO TURIZMO SODYBŲ PASLAUGŲ VARTOTOJŲ
POREIKIŲ TENKINIMAS (ŠIAULIŲ REGIONO PAVYZDYS)**

Magistro darbas

Šiauliai, 2011

**ŠIAULIŲ UNIVERSITETAS
SOCIALINIŲ MOKSLŲ FAKULTETAS
VADYBOS KATEDRA**

**KAIMO TURIZMO SODYBŲ PASLAUGŲ VARTOTOJŲ
POREIKIŲ TENKINIMAS (ŠIAULIŲ REGIONO PAVYZDYS)**

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

Teigiu, kad magistro studijų baigiamasis darbas, kurį teikiu vadybos studijų programos magistro kvalifaciniam laipsniui įgyti yra originalus autorinis darbas:

Magistro darbo autorius

(vardas, pavardė, parašas)

Vadovas

(pareigos, vardas, pavardė, parašas)

Recenzentas

(pareigos, vardas, pavardė, parašas)

SANTRAUKA

Agnė Krištopaitytė

Kaimo turizmo sodybų paslaugų vartotojų poreikių tenkinimas (Šiaulių regiono pavyzdys)

Magistro darbas.

Magistro darbe yra nagrinėjama, ar Šiaulių regiono kaimo turizmo sodybose teikiamos paslaugos tenkina vartotojų poreikius. Darbą sudaro trys dalys: teorinė dalis, tyrimo metodologija ir empirinė darbo dalis. Teorinėje dalyje aptariama kaimo turizmo samprata ir esmė, išskiriamos kaimo turizmo rūšys, išnagrinėta vartotojų sąvoka, kaimo turizmo sodybų vartotojų poreikių tenkinimas. Tyrimo metodologijoje pagrindžiamas tyrimo instrumento pasirinkimas, aptariamas klausimyno sudarymo būdas, aptariama demografinė atlikto tyrimo dalis. Atlikti du praktiniai tyrimai: kaimo turizmo sodybų šeimininkų ir kaimo turizmo sodybų lankytojų. Praktinėje darbo dalyje pateikiama tyrimo metu gautų duomenų analizė. Aptariami kaimo turizmo sodybų ir jų poilsiautojų nuomonių skirtumai.

SUMMARY

Agnė Krištopaitytė

Satisfaction of Customers of Countryside Farmsteads Service (Following the Example of Šiauliai Region)

Master's work.

This master's final paper analyses if the services provided in Šiauliai region countryside farmsteads meet customers' requirements. The work consists of three parts: theoretical, research methodology and empirical part. Theoretical part discusses conception and essence of countryside tourism, singles out the kinds of countryside tourism, analyses the notion of customers and customer satisfaction in countryside farmsteads. Research methodology substantiates the choice of the research instrument, discusses the way the questionnaire has been constructed and describes demographic part of the research. Two practical researches have been carried out: related to owners of countryside farmsteads and visitors of countryside farmsteads. Differences between the opinions of countryside farmsteads owners and holidaymakers have been discussed.

TURINYS

TURINYS	4
IVADAS	5
1. KAIMO TURIZMO SODYBŲ PASLAUGŲ VARTOTOJŲ POREIKIŲ TENKINIMO TEORINIAI ASPEKTAI.....	7
1.1 Turizmo samprata ir rūšys	7
1.2 Kaimo turizmo samprata, esmė, svarba ir rūšys	11
1.3 Paslaugos ir turizmo paslaugos.....	14
1.4 Vartotojų sąvoka, kaimo turizmo sodybų vartotojų poreikių tenkinimas.....	21
2. KAIMO TURIZMO SODYBŲ PASLAUGŲ VARTOTOJŲ POREIKIŲ TENKINIMO TYRIMO METODOLOGIJA	26
3. KAIMO TURIZMO SODYBŲ PASLAUGŲ VARTOTOJŲ POREIKIŲ TENKINIMO TYRIMAS	32
3.1 Šiaulių regiono kaimo turizmo sodybų šeiminių apklausos analizė	32
3.2 Šiaulių regiono kaimo turizmo sodybų klientų apklausos analizė.....	42
IŠVADOS	56
REKOMENDACIJOS	58
LITERATŪRA	59
PRIEDAI	62

IVADAS

Kaimo turizmas gana nauja verslo sritis, pastaraisiais metais tapusi viena iš labiausiai plėtotų verslinių veiklų kaime. Tai rodo ir įspūdinga kaimo turizmo sodybų plėtra – ūkininkauti nepalankiose, bet rekreaciniu požiūriu patraukliose kaimo vietovėse pastatytos naujos ar pritaikytos senos sodybos. Poilsio paslaugas teikiančių sodybų plėtra ir auganti poilsio jose paklausa skatina paslaugų kokybės augimą bei konkurenciją.

Kaimo turizmas teigiamai veikia ne tik vietos bendruomenę, bet ir visą šalį, nes sparčiai jam vystantis, pritraukiama vis daugiau užsienio rėmėjų, kelia bendrąjį vidaus produktą. Lietuvoje kaimo turizmu gali užsiimti privatūs verslininkai, ūkininkai, įvairios organizacijos, įsteigtos ir funkcionuojančios pagal Lietuvos Respublikos įstatymus.

Užsiimant kaimo turizmu neretai iškyla įvairių nesusipratimų bei susiduriama su tam tikromis problemomis: trūksta kaimo turizmo organizavimo įgūdžių, neužtenka praktikos bendraujant bei pasiruošiant naujų svečių priėmimui, nemokama užsienio kalbų, trūksta finansinių išteklių, nepakanka informacijos, per mažai rūpinamasi rinkodaros bei marketingo veikla, nesidomima naujovėmis ir panašiai.

Problema. Didėjant kaimo turizmo sodybų skaičiui Lietuvoje, populiarėjant jų veiklai, tikėtina, turistų, besilankančių kaimo turizmo sodybose, skaičius dar labiau išaugs. Labai svarbu kaimo turizmo sodybų šeimininkams įvertinti klientų norus ir atsižvelgti į juos bei kuo optimaliau stengtis patenkinti jų poreikius.

Tyrimo naujumas ir aktualumas. Kaimo turizmo vystymasis yra labai svarbus tiek žmonėms, gyvenantiems kaime, tiek ir tiems, kurie gyvena mieste, bet naudojami kaimo turizmo sodybų paslaugomis. Kaimo turizmo atsiradimas suteikė žmonėms galimybę atsipalaiduoti nuo miesto triukšmo, pabėgti nuo kasdieninių problemų bei streso. Tai ganėtina priimtinas būdas pailsėti tiems, kurie dėl tam tikrų priežasčių negali ilgam ir toli išvykti atostogauti. Kaimo turizmo dėka galima atgauti jėgas, pasisemti teigiamų emocijų per gan trumpą laiką. Kadangi kaimo turizmas tampa ganėtina populiarus, didėja tarpusavio konkurencija, yra ypatingai svarbu kuo optimaliau tenkinti kaimo turizmo sodybų paslaugų vartotojų poreikius.

Tyrimo objektas. Kaimo turizmo sodybų teikiamų paslaugų vartotojų poreikių tenkinimas Šiaulių regione.

Tyrimo tikslas. Įvertinti Šiaulių regione esančių kaimo turizmo sodybų teikiamų paslaugų vartotojų poreikių tenkinimą.

Tyrimo uždaviniai:

1. Išanalizuoti kaimo turizmo bei kaimo turizmo sodybų teikiamas paslaugas teoriniu aspektu: kaimo turizmo sampratą, esmę ir rūšis, kaimo turizmo sodybų teikiamas paslaugas, jų vartotojus, vartotojų poreikių tenkinimą;
2. Aptarti tyrimo organizavimą ir tyrimo metodologiją;
3. Atlikti Šiaulių apskrities kaimo turizmo sodybų šeiminių nuomonių tyrimą;
4. Atlikti Šiaulių apskrities kaimo turizmo sodybų lankytojų nuomonių tyrimą.

Darbo metodai:

1. Mokslinės literatūros analizė;
2. Anketa.

1. KAIMO TURIZMO SODYBŲ PASLAUGŲ VARTOTOJŲ POREIKIŲ TENKINIMO TEORINIAI ASPEKTAI

1.1 Turizmo samprata ir rūšys

Vieniems turizmas asocijuojasi su nukeliautais kilometrais, naujais kelionių maršrutais, palapinėmis ir nakvyne prie laužo, kiti turizmą įsivaizduoja kaip keliones po užsienio šalis, poilsį prie Viduržemio ar Juodosios jūros, tretiesiems turizmas bus uogų ar grybų rinkimas Varėnos miškuose. Kad ir skirtingai visiems atrodys, kas yra turizmas, tačiau visi yra teisus, nes turizmas yra labai plati sąvoka.

Iš pirmo žvilgsnio, turizmo sąvoka yra visiems aiški ir suprantama, nes visi yra vienur ar kitur keliavę, skaitę straipsnius apie turizmą, žiūrėję laidas apie keliones, planavę atostogas ir kai kurie netgi naudojęsi kelionių agentūros paslaugomis.

Visų pirma turizmas – viena svarbiausių žmogaus rekreacinės veiklos sudedamųjų dalių. Savo prigimtimi ir esme turizmas pirmiausia yra keliavimas, kurio metu gaunami nauji potyriai, informacija (P. Grecevičius, A. Armaitienė ir kt., 2002, p. 29).

A. Astromskienė ir R. Sirusienė (2002, p. 12) cituoja N. Kabuškiną ir teigia, jog kaimo turizmas – „tai ne tik svarbi ekonomikos sritis, apimanti turistinių organizatorių ir tarpininkų, kuriuos reikia valdyti, veiklą, bet ir svarbi žmonių gyvenimo dalis. Jis apima žmogaus santykius su jį supančia aplinka.

Turizmas – tai veikla, susijusi su asmens kelione už savo įprastinės aplinkos ribų įvairioms reikmėms tenkinti, laisvalaikio, verslo ir kitais tikslais. Į šią sąvoką neįskaitomas buvimas ligoninėje ir kitose medicinos įstaigose, karo tarnyba, bausmės atlikimas kalėjime ir veikla, susijusi su samdomu darbu (Turizmas Lietuvoje, 2008, p. 169).

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

Pasak A. Armaitienės, P. Grecevičiaus ir kt. (1999, p. 16), dažniausiai žmonės keliauja siekdami tam tikrų tikslų:

- Pažinti gamtą, kultūras, tradicijas;
- Patirti nuotykių, emocijų įspūdžių;
- Naudotis naujomis ir įvairiomis rekreacinėmis erdvėmis;
- Išbandyti organizmo galimybes ekstremaliomis sąlygomis;

- Pakeisti nuolatinę gyvenamąją vietą;
- Pakeisti nuolatinės darbinės veiklos pobūdį.

Šie autoriai (1999, p. 17) taip pat išskiria, kad turizmas, kaip ūkio šaka, susideda iš transporto, maitinimo, apgyvendinimo ir pramogų. Jis iš kitų pramonės šakų skiriasi tuo, kad keliauja ne tik produktas, bet ir produkto vartotojas (šiuo atveju – turistai). Turizmo produktas paprastai yra kelių suderintų paslaugų (informavimo, nakvynės, transportavimo, maitinimo ir kt.) paketas.

Anot kitų autorių, I. ir L. Žalių (2002), turizmas yra tikslinga žmonių veikla, susijusi su kelione ir laikinu buvimu už nuolatinės gyvenamosios vietos ribų ne ilgiau kaip vienerius metus, jei ši vieta nėra mokymas ar mokamas darbas lankomoje vietoje.

Kaip ir minėta, turizmui apibūdinti ypač svarbūs kriterijai:

- Vietos pakeitimas, kitaip tariant, kalbama apie išvyką už įprastos aplinkos ribų.
- Buvimas kitoje vietoje. Svarbiausia, kad ši vieta nebūtų nuolatinė ar ilgalaikio gyvenimo vieta, nebūtų susijusi su darbo veikla, nes turisto ir dirbančio žmogaus poelgiai skiriasi. Dar viena sąlyga: keliautojas vienoje vietoje negali išbūti ilgiau nei metus.
- Pagrindinis kelionės tikslas negali būti veikla, už kurią moka ta šalis, į kurią vykstama.

Turizmas, galų gale, yra žmonių patirtas malonumas, numatytas ir prisimenamas kaip labai svarbus jų gyvenimo aspektas (C. Copper, J. Fletcher, D. Gilbert, S. Wanhill, 1995-1996, p. 3)

Taigi, apibendrinant, turizmas – santykių, ryšių ir reiškinių visuma, lydinti žmogų kelionėje ar būnant tose vietose, kurios nėra nuolatinės jo gyvenamosios vietos ir nesusijusios su darbo veikla (I. Žalienė, A. Sabaliauskaitė, 2002, p. 6).

Ši sritis yra viena perspektyviausių ir stambiausių ekonomikos sričių pasaulyje. Jis apima vidutiniškai 7 proc. bendrųjų investicijų, 11 proc. vartojimo išlaidų ir suteikia 350 milijonų darbo vietų. Turizmo dalis pasauliniame bendrajame nacionaliniame produkte siekia 6 proc., o mokestinėse pajamose – 5 proc. (Tourism Market Trends, 2001).

Turizmo sistema yra sudaryta iš turizmo objekto ir turizmo subjekto

Anot I. Svetikienės (2002, p. 8-9), **turizmo subjektui** priskiriami įvairūs turistai, kurie ieško, kaip patenkinti specifinius turizmo paslaugų poreikius. Turistas yra asmuo, kuris pažintiniais, profesiniais bei dalykiniais, etniniais, kultūriniais ar kitais specialiais tikslais keliauja po šalį ar kitas šalis ir apsistoja bent vienai nakvynei už savo nuolatinės gyvenamosios vietos ribų. Trumpai tariant, turizmo subjektas yra rekreacijos ir turizmo paslaugų vartotojas, kitaip dar vadinamas lankytoju ir turistu (P. Grecevičius, A. Armaitienė ir kt., 2002, p. 29).

Turizmo objektas – jis siūlo turistams kelionės organizavimo, svetingumo (apgyvendinimo ir maitinimo įmonių), transporto, informacijos bei kitas specifines paslaugas, kurios tenkina jų poreikius. Savo ruožtu turizmo objektą galima nagrinėti skiriant tokius jo pagrindinius elementus: turizmo vietovių išteklius, turizmo įmones ir turizmo organizacijas. Anot I. Vainienės (2001, p. 16), turizmo subjektą sudaro turistų lankomos vietovės ir turizmo institucinė bazė.

Turizmo vietovių išteklius sudaro natūralūs gamtiniai ir kultūros ištekliai, taip pat socialiniai, ūkio bei valdymo paskirties objektai. Prie gamtinių turizmo išteklių skiriami: vandens telkiniai ir jų pakrantės, augmenija ir fauna, rekreaciniai miškai, nacionaliniai parkai ir kiti kraštovaizdžiai. Turizmo kultūros išteklius sudaro archeologijos, istorijos, meno, mokslo ir technikos, urbanistikos paveldo objektai ir kitos panašios vertybės. Socialiniai, ūkio bei valdymo paskirties objektai, kaip turizmo ištekliai, apima kultūros, mokslo, technikos, parodų, poilsio ir pramogų organizavimo centrus ir kitus panašius objektus.

Turizmo įmonės tai kelionių organizavimo (turizmo bei kelionių agentūros), svetingumo (apgyvendinimo ir maitinimo įmonės) bei kitas paslaugas turistams teikiančios įmonės.

Turizmo organizacijoms priskiriamos valstybinės valdymo (Turizmo departamentas, apskričių administracijos) ir vietos savivaldos institucijos bei turizmo asociacijos, koordinuojančios ir reguliuojančios turizmo įmonių veiklą bei turizmo politiką šalyje.

Pasak A. Armaitienės, P. Grecevičiaus ir kt. (1999, p. 15-16), turizmą galima vertinti įvairiais aspektais. Visų pirma, kelionės, kai patiriamas malonumas matant naujus, įdomius ir gražius kraštovaizdžius, susipažįstama su kitų šalių ar vietovių žmonių kultūra, gyvenimu, istorija, tradicijomis, architektūra. Antra, turistų poveikis aplinkai. Trečia, daugeliui pasaulio žmonių – tai verslas, darbo ir pajamų šaltinis. Ketvirta, šalies ūkinės veiklos sritis, apimanti pramonę, žemės ūkį, transportą, energetiką, pramogą, apgyvendinimą, maitinimą, tarpininkavimą ir kt. Ir penkta, rekreacinės veiklos sudėtinė dalis. Keliaujant poilsiaujama, pramogaujama, sportuojama, bendraujama, gydomasi, t.y. atgaunamos dvasinės ir fizinės jėgos.

Pagrindinis turizmo klasifikavimo kriterijus yra kelionės tikslas. Pagal jį išskiriamos pagrindinės turizmo rūšys. Kelionės tikslai būna susiję su turiniu, t.y. su veikla, kuria norima užsiimti kelionės metu ir vietoje, į kurią norima nuvykti. Taigi turizmas klasifikuojamas taip (I. Vainienė, 2001, p. 18):

- Gydomasis turizmas yra susijęs su poreikiu gydyti įvairius susirgimus. Priklausomai nuo to, kaip poilsis gamtoje veikia organizmą, gydomasis turizmas gali būti skirstomas dar smulkiau (gydymas klimato pakeitimu, purvu ir kt.). Gydomasis turizmas apima ir turistines-sveikatingumo programas. Pasak A. Armaitienės, P. Grecevičiaus ir kt. (1999, p. 21), šio

turizmo pagrindas – ne pasyvus poilsis, bet kokia nors aktyvi fizinė veikla: vaikščiojimas, maudymasis ir plaukiojimas, mankšta ir pan. Kurortai pasirenkami pagal juose dominuojančias veiklos rūšis, klimatą, atstumą.

- Poilsio turizmas. Jo esmė – pasyviai atstatyti žmogaus fizines jėgas. Šis turizmas pasižymi didele įvairove, gali apimti vaizdines-pramogines programas (kinas, teatras ir kt.), interesų pramogas (žvejyba, menas ir kt.), mokomąsias (menai, amatai ir pan.), etnines ir buitines (kelionės pas gimines ir kt.).
- Pažintinis turizmas. Turizmas, kai keliaujama siekiant įgyti daugiau žinių. Šiai rūšiai galima priskirti ekologinį turizmą, kurio programomis siekiama supažindinti su saugomomis gamtos teritorijomis, ugdyti meilę gamtai, aiškinti gamtos ir aplinkos svarbą bei reikšmę. Anot A. Armaitienės, P. Grecevičiaus ir kt. (1999, p. 21), prieš dvidešimt metų Lietuvoje tai buvo labiausiai paplitusi turizmo rūšis, kuriai talkininkavo daugybė institucijų ir renginių – muziejai, bibliotekos, muzikos, dramos ir šokio spektakliai, parodos, konferencijos ir seminarai, radijo ir televizijos programos, ekspedicijos ir t.t.
- Profesinis-dalykinis turizmas. Tai kelionės, kurių tikslas yra užmegzti ar palaikyti verslo kontaktus su partneriais, aplankyti specializuotas parodas, muges, dalyvauti įvairiuose renginiuose (konferencijose, suvažiavimuose, kongresuose ir pan.).
- Religinis turizmas – įvairių žmonių religijų poreikiai. Religinis turizmas gali būti skirstomas į kulto statinių lankymą per religines šventes ir šventų vietų lankymą tikintis nuodėmių atleidimo. Anot A. Astromskienės, R. Sirusienės (2002, p.19), tai dažniausiai būna Šventų vietų lankymas, jų tvarkymas, kelionės, susijusios su įvairiomis religinėmis procedūromis, misijomis, dalyvavimu atlaiduose ir pan. Religinis turizmas apima keliautojų ir maldininkų aptarnavimą ir paslaugų bei informacijos teikimą. Lietuvoje ši veiklos sritis bene mažiausiai išvystyta.
- Sportinis turizmas – tai kelionės, susijusios su sportu. Jis gali būti aktyvus, kuris susijęs su poreikiu užsiimti kokia nors sporto rūšimi, ir pasyvus – domėjimasis kokia nors sporto šaka, kai kelionės tikslas yra stebėti varžybas.
- Nuotykių turizmas. Turizmas, kai keliaujama norint išbandyti save, patirti nuotykių ar pajusti įtampą. Nuotykių turizmui priskiriamos kelionės į kalnus, olas, plaukimas srauniomis upėmis ir pan. Pagrindinis reikalavimas – tinkamas turistų fizinis pasirengimas. A. Armaitienė, P. Grecevičius ir kt. (1999, p. 22) pabrėžia, kad kai kuriais atvejais tokiems nuotykiams

vadovauja specialiai paruoštas patyręs instruktorius. Nuotykių turizmas nėra susijęs su profesionaliu sportu.

- Etninis turizmas – turizmas, kai žmonės vyksta lankyti savo ar savo artimųjų ankstesnės gyvenamosios vietos rajonus. A. Armaitienė, P. Grecevičius ir kt. (1999, p. 22) pabrėžia, kad dažniausiai tokie turistai apsistoja pas gimines, todėl specialių apgyvendinimo paslaugų jiems nereikia. Kai kuriuose šaltiniuose etnis turizmas vadinamas nostalginiu turizmu (A. Astromskienė, R. Sirusienė, 2002, p. 19).

Realiam gyvenime retai kada galima sutikti tik vieną iš turizmo rūšių. Visos jos glaudžiai tarpusavyje susijusios ir papildančios viena kitą. Dažnai turistaujantiems žmonėms patinka laiką leisti įvairiai – vieną dieną jie renkasi plaukimą baidarėmis sraunia upe, kitą dieną ilsisi pasyviau ir tiesiog ilsisi degindamiesi saulutėje.

1.2 Kaimo turizmo samprata, esmė, svarba ir rūšys

Pastaraisiais metais sėkmingai plėtojamas kaimo turizmas laikomas viena pagrindinių alternatyvių ekonominių veiklos rūšių kaime. Ši veikla yra ne tik darbo vietų ir pajamų šaltinis kaimo gyventojams, bet ir jaunimui patraukli veikla, be to, augantys poilsiautojų srautai kaimo gyvenamose vietovėse palaiko šio verslo gyvybingumą. Kaimo turizmas suteikia prasmę ir senųjų dvarų, rūmų atstatymui, vandens ar vėjo malūnų panaudojimui, didina bendruomenės narių domėjimąsi gamta, tradicijomis ir papročiais.

Anot M. J. Žilinsko ir M. Maksimenko (2008, p. 217), Lietuvoje yra visos palankios sąlygos, leidžiančios kurti bei plėtoti kaimo turizmo verslą. Lietuva nuo seno garsėjo savo kraštovaizdžiu, kultūriniais paveldo objektais, etnografiniais kaimais ir kitais istoriniais paveldais.

Užsienio mokslininkai L. Robert, D. Hall (2001, p. 15) teigia, kad kaimo turizmo sąvoka gana sunku apibrėžti, kadangi jos reikšmė priklauso nuo šalies ar net nuo vartotojų segmento. Skirtinguose literatūrų šaltiniuose kaimo turizmas vadinamas įvairiai: poilsiu kaime, agroturizmu, atostogomis kaime, poilsio agrarinėje aplinkoje bei kraštovaizdžio turizmu.

Lietuvos Respublikos Turizmo įstatymas kaimo turizmo sąvokos neapibrėžia. Galima daryti išvadą, kad kaimo turizmas yra viena iš turizmo rūšių, tik vykdoma kaimo vietovėje. Remiantis minėtu įstatymu, kaimas yra vietovė, kurioje gyvena ne daugiau kaip 3000 gyventojų. (www.lrs.lt).

Kaimo turizmo paslaugos teikimo reikalavimuose (2003) nurodoma, kad „kaimo turizmo paslauga yra ūkininko sodyboje ar individualiame gyvenamajame name teikiama specialaus

apgyvendinimo turizmo paslauga, kurią sudaro turistų apgyvendinimo, maitinimo, pramogų (poilsio) ir kitų poreikių tenkinimas. Šią paslaugą gali teikti verslo liudijimą turintys fiziniai asmenys kaimo gyvenamojoje vietovėje ar mieste, kuriame gyvena ne daugiau kaip 3000 gyventojų“ (www.lrs.lt).

Anot R. Sharpley, R. Lesley (2004, p. 120), kaimo turizmas – tai bet kokia turizmo forma kaimo vietovėse, kuri yra kaimiška pagal savo charakterį ir funkcijas.

L. Žalys, I. Žalienė, I. Iždonaitė (2006, p. 185) teigia, jog kaimo turizmas – tai tos turizmo rūšys, kurios yra labiausiai susijusios su kaimo aplinka (su žemės ūkio veikla; kraštovaizdžių ir gamtovaizdžių; su vietiniais gyventojais; jų papročiais, apeigomis bei amatais), jos pažinimu ir poilsiu bei rekreacine veikla joje.

Štai I. Janulienė, I. Žalienė, L. Žalys (2004, p. 82) kaimo turizmą vadina tiksliai nukreipta rekreacine veikla kaimo vietovėse ir atvykstančių žmonių laikiną apgyvendinimą sodyboje.

A. Armaitienė, P. Grecevičius ir kt. (1999, p. 33) kaimo turizmą apibrėžia kaip tikslingą rekreacinę atvykusių žmonių veiklą kaimo vietovėse bei laikiną gyvenimą kaimo turizmo sodybose.

Pasak I. Vainienės (2002, p. 75), kaimo turizmas – tai turizmo rūšis, apimanti kelionę į kaimo vietas ir rekreacinę veiklą jose.

Anot Hopenienės, Kamičiatytės (2004), pagrindinės kaimo turizmo sudedamosios dalys yra kaimo gyvenimo būdas ir aplinka, turistams siūlomos pramogos, teikiamos apgyvendinimo ir maitinimo paslaugos.

A. Armaitienė, P. Grecevičius (1999, p. 22) kaimo turizmą apibrėžia taip: „tai kelionė į kaimo vietovę, norint pailsėti gamtoje, maitintis natūraliu, šviežiu maistu bei užsiimti tai aplinkai būdinga veikla. Nuo kitų turizmo veiklų jis skiriasi tuo, kad stengiamasi išvengti daugelio miesto gyvenimo nepatogumų – žmonių minios, triukšmo, užteršto oro, skubos, konservuoto ir apdoroto maisto, hipodinamijos (per mažo judėjimo). Pagrindinis šio turizmo bruožas, kad miesto aplinka su jai būdingu gyvenimo būdu pakeičiama į kitokią – kaimo aplinką.“ 1-oje lentelėje pateikiami miesto ar kurorto turizmo ir kaimo turizmo skiriamieji bruožai.

Miesto-kurorto turizmo ir kaimo turizmo skiriamieji bruožai

Miesto-kurorto turizmas	Kaimo turizmas
Mažai atviros erdvės	Daug atviros erdvės
Daugiau kaip 3000 gyventojų	Mažiau nei 3000 gyventojų
Tankiai apgyvendinta	Retai apgyvendinta
Užstatyta aplinka	Gamtinė aplinka
Daug veiklos patalpose	Daug veiklos lauke
Išvystyta infrastruktūra	Silpna infrastruktūra
Daug pasilinksminimo vietų	Įvairios individualios veiklos galimybės
Didelės įstaigos	Mažos įstaigos
Šalies ir tarptautinės firmos	Vietinis privatus verslas
Turizmo interesai – pagrindiniai	Turizmo interesai papildo kitus pagrindinius interesus
Darbuotojai gali gyventi toli nuo darbo vietos	Darbuotojai gyvena arti darbo vietos
Retai veikia sezoniškumo veiksniai	Dažnai veikia sezoniškumo veiksniai
Daug turistų	Mažai turistų
Anonimiški santykiai su turistais	Asmeniški santykiai su turistais
Profesionali vadyba	Mėgėjiška vadyba
Kosmopolitiška aplinka	Vietinė kultūrinė aplinka
Daug modernių pastatų	Daug senesnių pastatų
Plėtros idėjos	Apsaugojimo (ribojimo) idėjos
Įvairios rinkodaros operacijos	Nišų rinkodara

Šaltinis: A. Armaitienė, P. Grecevičius ir kt. (1999). Kaimo turizmas p. 23.

Įvertinus aukščiau pateiktų autorių nuomones, galima teigti, kad daugelis autorių kaimo turizmo sąvoką tiesiogiai sieja su poilsiautojų veikla bei laiko praleidimu neurbanizuotose vietovėse.

Kaip jau minėta, vienos grynos turizmo rūšies realiame gyvenime nėra, todėl galima teigti, kad tai galioja ir kaimo turizmui – tos rūšys persipina tarpusavyje. Anot A. Armaitienės, P. Grecevičiaus ir kt. (1999, p. 35), šiuo metu yra skiriamos tokios kaimo turizmo rūšys:

- Agroturizmas;
- Pramoginis;
- Kultūrinis-pažintinis;
- Gamtinis-pažintinis;
- Profesinis;
- Etninis;
- Religinis.

Toliau visos minėtos kaimo turizmo rūšys aptariamos plačiau.

A. Armaitienė, P. Grecevičius ir kt. (1999, p. 33) **agroturizmą** apibrėžia kaip kaimo turizmo formą, kuri glaudžiai siejasi su žemės ūkiu. Tai gali būti poilsis pas ūkininką, norint susipažinti su žemės ūkio darbais ar pažintinės ekskursijos į žemės ūkio įmones. Agroturizmas (A. Armaitienė, P. Grecevičius ir kt., 1999, p. 36) – tokia turizmo forma, kai turistai atvyksta į kaimą susipažinti su

tradicine ar šiuolaikine žemdirbyste ar atskirais jos elementais ir dalyvauti žemės ūkio gamybos procese. Dažniausiai agroturistai apsistoja ūkininko sodyboje, maitinasi tame ūkyje išaugintais ar pagamintais produktais. Agroturizmui priskiriami ir ūkiai, kurie neteikia apgyvendinimo ir maitinimo paslaugų, tačiau sudaro sąlygas turistams susipažinti su žemės ūkio veikla: įvairiomis augalininkystės šakomis, gyvulių auginimu ir priežiūra, žemės ūkio produkcijos perdirbimu, netradiciniais verslais ir pan.

Pramoginiu kaimo turizmu vadinamas turizmas, kai atvykstama į kaimą norint linksmai ir nerūpestingai praleisti laiką. Tokias keliones dažniausiai žmonės renkasi savaitgaliui ar norint atšvęsti asmenines šventes, maitinamasi kaimišku maistu.

Kultūrinis pažintinis kaimo turizmas pasirenkamas kai norima susipažinti su kaimo teritorijoje esančiomis kultūrinėmis vertybėmis: koplytėlėmis, įdomiomis sodybomis, dvarais ir pan. Kultūriniam pažintiniam turizmui priskiriamas ir domėjimasis žemės dirbimo būdais, kita žemės ūkio veikla, kaimo istoriją primenančiais pastatais, daiktais ir pan.

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

Profesinis kaimo turizmas – tai kelionės, susijusios su profesiniais interesais kaime.

Etninis kaimo turizmas – turizmas, kai keliaujama į kaimą aplankyti gimtųjų vietų, susipažinti su tėvų žeme. Dažniausiai tokie turistai apsistoja pas kaime gyvenančius gimines.

Religinis kaimo turizmas – tai keliavimas, kurio tikslas – atlikti kokias nors religines procedūras ar misijas.

1.3 Paslaugos ir turizmo paslaugos

Norint suvokti paslaugų veiklos savitumą ir skirtumus nuo kitos veiklos, pirmiausia būtina išsiaiškinti, kas yra pati paslauga ir kuo ji skiriasi nuo fizinės prekės. Apibrėžti pačią paslaugos sąvoką sudėtinga dėl to, jog paslaugų įvairovė yra milžiniška, „sąvoka turi daugelį reikšmių, apimančių veiklą nuo asmeninės paslaugos iki paslaugos kaip produkto sudedamosios dalies. Todėl apibūdinti paslaugą trukdo ir tai, kad visuomet atsiras reiškinių, netelpančių į bet kurį iš apibrėžimų.“ (N. Langvinienė, B. Vengrienė, 2005, p. 19). Šios autorės paslaugą apibrėžia taip: „paslauga – tai procesas, su asmens prigimties, būsenų, galimybių keitimu, jam pačiam to pageidaujant.“ Taip pat pabrėžiama, kad paslaugą gali atlikti tik kitas asmuo, ne paslaugos vartotojas, t.y. paslaugos pačiam sau neatliekamos.

B. Vengrienė (1998, p. 208) pateikia daugiapakopį paslaugų apibrėžimą:

- „Paslauga – tai veikla, tenkinanti vartotojo poreikius;
- Paslauga – tai veikla, kurios rezultatai neturi apčiuopiamo materialaus rezultato;
- Paslauga – tai veikla, kurios procese sąveikauja jos teikėjas ir vartotojas.“

Paslauga – tai tikslinė, gamybinė veikla, kurios pagrindinis bruožas yra gamybos, realizacijos ir vartojimo procesų sutapimas tam tikroje vietoje tam tikru laiku (Квартальнов, 2003, p. 41).

L. Bagdonienės ir R. Hopenienės (2005, p. 55) teigimu, „paslauga – tai procesas kuris neturi nuosavybės, tai bendras teikėjo ir vartotojo sąveikos rezultatas“. 2-oje lentelėje pateikiami skirtumai tarp materialių prekių ir paslaugų.

2 lentelė

Materialiųjų prekių ir paslaugų skirtumai

Materiali prekė	Kriterijai	Paslauga
Apčiuopiama	Apčiuopiamumo	Neapčiuopiama
Homogeniška	Vienodumo	Heterogeniška
Gamyba ir pardavimas atskirti nuo vartojimo	Funkcijų atskyrimo	Gamyba, pardavimas ir vartojimas – vienalaikis procesas
Vartotojas gamyboje nedalyvauja	Vartotojo dalyvavimo	Klientas dalyvauja kuriant paslaugą
Gali būti sandėliuojama	Sandėliavimo galimybė	Negali būti sandėliuojama
Perduodama nuosavybė	Nuosavybės perdavimo	Perduodamos nuosavybės nėra

Šaltinis: N. Langvinienė, B. Vengrienė (2005). Paslaugų teorija ir praktika, p. 31.

Toliau plačiau apibūdinamos pagrindinės paslaugų savybės, skiriančios ją nuo materialios prekės (N. Langvinienė, B. Vengrienė, 2005, p. 27-30):

- **Neapčiuopiamumas.** Paslauga paprastai suvokiama subjektyviai ir abstrakčiai. Paslaugos prigimtis yra neapčiuopiama ir sunkiai pamatuojama. Dėl didelio neapčiuopiamumo klientui nelengva įvertinti paslaugą kokiais nors objektyviais parametrais.
- **Heterogeniškumas** (kintamumas). Paslauga paprastai esti daugiaetapis procesas ir heterogeniškumą sąlygoja tai, jog paslaugą kuria ir tiekėjas, ir vartotojas, o pati paslauga yra to kūrimo proceso rezultatas. Todėl tokia pati paslauga vienam vartotojui ar klientui nebus identiška ir tokia pati kitam bent jau dėl santykių, kurie susidaro tarp paslaugos tiekėjo ir kliento.
- **Gamybos ir vartojimo vienovė.** Kadangi paslauga – ne daiktas, o procesas ar veiksmų eilė, ji gaminama ir vartojama tuo pačiu metu. Neįmanoma įvertinti kokybės prieš gaunant konkrečią paslaugą, nes paslauga iš anksto neegzistuoja.

- **Kliento dalyvavimas.** Klientas dalyvauja paslaugos kūrimo procese kaip būtinas gamybos veiksnys. Nėra pardavimo paslaugos be vienokio ar kitokio paslaugos pirkėjo dalyvavimo, todėl negalima sukaupti paslaugų ateičiai. Taigi, logiška, jog paslaugos pirkėjas sukurią dalį produkto.
- **Neįmanomas kaupimas ir sandėliavimas.** Negalima sukaupti proceso ar veiksmo. Kadangi paslauga nėra materialiai ir suvartojama jos teikimo momentu, neįmanoma sukaupti jos rezervų.
- **Nėra nuosavybės perdavimo.** Tai viena svarbiausių paslaugos savybių. Pasinaudojus kokia nors paslauga, jokios nuosavybės iš paslaugos teikėjo negaunama.

Apibrėžiant paslaugos sąvoką ir aptariant paslaugos savybes, skiriančias paslaugą nuo materialios prekės, pastebima, jog daugelį šių savybių galima priskirti turizmo paslaugoms. Anot A. Damulienės (1996, p. 16), turizmas, kaip ūkio šaka, turi daug ypatumų.

Visų pirma, „pats turizmo produktas yra specifinis. Jis dažniausiai neturi materialaus pagrindo. Tai ne prekė, o paslauga, ne fizinis daiktas, o neapčiuopiamas patyrimas. Šios paslaugos negalima kaupti, todėl jos teikimo ir vartojimo procesas sutampa su gamybos procesu. Turizmo išteklių ir infrastruktūra negali taip greitai keistis, kaip to gali norėti turistai. Šių paslaugų negalima perkelti laike ir erdvėje, todėl jų paslauga neelastinga. Turizme, ne taip kaip kitose ūkio šakose, keliauja ne produktas, bet turistai.“

Kaimo turistams galima pasiūlyti įvairiapusę veiklą, kuriai sudaro sąlygas kaimo gamta. Tai:

- Pažinti naminius gyvūnus ir išmokyti žemės ūkio darbus;
- Dalyvauti kultūriname kaimo gyvenime ir pažinti liaudies tradicijas;
- Išskylauti po kaimo apylinkes, kuriose yra kultūros paveldo vertybių;
- Stebėti gamtinę aplinką;
- Jodinėti žirgais ir plaukioti valtimis;
- Sportuoti lauke;
- Kitos paslaugos ir pramogos (A. Armaitienė, P. Grecevičius ir kt., 1999, p. 34-35).

Antra, turizmo produktas realiai yra kelių paslaugų rinkinys. Į daugumą užsakymų įeina informavimas, transportas, nakvynė, maistas ir gėrimai, kuriuos gali teikti skirtingi tiekėjai.

Trečia, turizmas yra verslas, kuriame dominuoja žmogiškasis faktorius, t.y. žmonės teikia paslaugas kitiems žmonėms, todėl turisto pasitenkinimas priklauso nuo paslaugas teikiančio personalo.

Ketvirta, turizmo paklausa yra labai elastinga ir iš prigimties sezoniška, veikiama subjektyvių ir objektyvių veiksnių. Pagal tai, koks yra metų laikas, turizmo paslaugos gali būti skirstomos į vasaros ir žiemos (3 lentelė).

3 lentelė

Sezoninės paslaugos, sutinkamos kaimo turizmo sodybose

Vasaros sezono metu teikiamos paslaugos	Žiemos sezono metu teikiamos paslaugos
Augalų rinkimas	Bendravimas su senaisiais kaimo gyventojais
Bendravimas su senaisiais kaimo gyventojais	Dalyvavimas kaime organizuojamuose renginiuose
Dalyvavimas šventėse ir kituose renginiuose	Gyvūnų, paukščių ir jų pėdsakų stebėjimas,
Gyvūnų ir paukščių stebėjimas	fotografavimas
Grybavimas	Grožėjimasis kraštovaizdžiu
Grožėjimasis kraštovaizdžiu	Jodinėjimas arkliais
Jodinėjimas arkliais	Medžiojimas
Medžiojimas	Poledinė žūklė
Pasivaikščiavimai	Pasivaikščiavimai
Poilsis prie ežerų	Slidinėjimas
Plaukimas	Važinėjimas rogėmis ir rogutėmis
Plaukiojimas valtimis, vandens dviračiais ir kt.	Sportavimas
Sportavimas	Susipažinimas su tradiciniais verslais
Susipažinimas su tradiciniais verslais	Susipažinimas su vietos kultūros paveldu
Susipažinimas su vietos kultūros paveldu	Rankdarbiai
Rankdarbiai	Žaidimai su sniegu
Uogavimas	
Važinėjimasis dviračiais	
Važinėjimasis arkliais kinkytu vežimu	
Žoliavimas	
Žvejyba	

Šaltinis: Armaitienė, A., Grecevičius, P., Urbis, A., Vainienė, I. (1999). Kaimo turizmas. Mokymo priemonė aukštesniųjų žemės ūkio mokyklų kaimo turizmo specialybės studentams, p. 82.

Lietuvos Respublikos turizmo įstatymo pakeitimo įstatyme (2002) turizmo paslauga pateikiama kaip „fizinių ir juridinių asmenų veikla, kuria tenkinami turistų kelionės organizavimo, apgyvendinimo, maitinimo, vežimo, informacijos, pramogų ir kiti poreikiai“.

Kaimo turizmo paslauga – apgyvendinimo paslauga, kai už nustatytą mokestį ar be jo išnuomojama apgyvendinimui įrengta individuali gyvenamoji patalpa arba kambariai ir papildomai suteikiamos aktyvaus poilsio galimybės. Kaimo turizmo paslaugą teikia ūkininkas ar individualių patalpų savininkas arba jo šeimos nariai (A. Astromskienė, R. Sirusienė, 2002).

A. Astromskienės ir R. Sirusienės (2007, p. 80) teigimu, kaimo turizmo paslauga yra kaip produktas – tai ne tik paslaugos kurias siūlo sodybų šeimininkai, bet ir gamta, aplinka, jos teikiamos pramogos ir malonumai.

Svečias, rinkdamasis sodybą poilsiui, nori žinoti:

- Ar bus maloniai ir mandagiai priimtas ir aptarnautas;
- Ar gyvenamos patalpos patogios, švarios, tvarkingos, jaukios ir šiltos;
- Ar gyvenamuosiuose kambariuose ras tai, kas jam reikalinga patogiam ir saugiam apsigyvenimui;
- Ar paslaugos, kurias teikia šeimininkas, atitinka saugumo reikalavimus;
- Kokia paslaugų pasiūla ir įvairovė;
- Kokia pramogų pasiūla ir įvairovė;
- Ar sodyba dera prie etninio regiono;
- Kiek sodyba orientuota į kultūrinį ir kulinarinį paveldą;
- Ar sodyba turi savo stilių, specializaciją;
- Kaip sodyba parengta aktyviam poilsiui (sporto aikštynai, vandens sporto inventorių, vaikų poilsiui inventorių, dviračiai, riedučiai, riedlentės, žirgai (trenerio galimybė), teniso kortai, uždaras ar atviras baseinai, pirtys)
- Gražiai suformuoti sodybos želdiniai, gėlynai;
- Įrengtas biuras pokalbiui su svečiais;
- Teisiškai tvarkingai vedama dokumentacija, teisiniai dokumentai;
- Dirba ištissus metus;
- Kokie atsiliepimai apie sodybą ir šeimininkus (<http://lt.lt.allconstructions.com>).

Todėl būtina kaimo turizmo sodybas klasifikuoti.

Lietuvos kaimo turizmo asociacija – nevyriausybinė organizacija, viena iš Žemės ūkio rūmų narių, vienijanti daugelį Lietuvos kaimo turizmo paslaugas teikiančių sodybų šeimininkų. Šiuo metu asociacija vienija per 971 narių. Tai ne tik kaimo gyventojai, teikiantys kaimo turizmo paslaugas, bet ir žemės ūkio mokyklos, kitos mokymo institucijos, rengiančios turizmo ir kaimo turizmo organizavimo specialistus, kai kurių rajonų savivaldybės (www.atostogoskaime.lt).



1 pav. Specialus kaimo turizmo sodybas klasifikuojantis ženklas.

Šaltinis: <http://kaimoturizmas.vtv.lt>

Kaimo turizmo sodybos yra klasifikuojamos specialiais patentuotais ženklais – tai žaliame fone stovintis baltas gandras su užrašu “Poilsis kaime”. Jis žymi poilsio kaime sodybą – Asociacijos narę. Šį ženklą naudoja Asociacijos nariai savo reklamos priemonėse. Be to, juo žymimos kaimo turizmo sodybų kvalifikacinės (komforto) kategorijos. Jas savo nariams, teikiantiems poilsio kaime ir kaimo turizmo paslaugas, suteikia Asociacijos taryba, įvertinusi sodybos įrengimo ir poilsio kaime paslaugų teikimo lygį (www.atostogoskaime.lt). Nuo turimo gandrų skaičiaus galima spręsti, kokios paslaugos yra teikiamos šioje sodyboje ir kokius poreikius klientas gali tikėtis būsiant patenkintus.

Asociacijos nariai šį gandrą naudoja kaip narystės ženklą, gandrais žymimos sodybų komfortiško kategorijos. Tam tikra prasme šis ženklas yra ir kaimo turizmo paslaugos prekinis ženklas. Viena iš svarbiausių prekės ženklo funkcijų – užtikrinti prekės ar paslaugos kokybę. Narystė asociacijoje ir sodybos ženklinimas gandrais rodo, kad šiose sodybose teikiamos kaimo turizmo paslaugos yra kontroliuojamos, ir jei kas nors nutinka negero, klientas turi galimybę pretenzijas išsakyti asociacijai. Jei vartotojas yra patenkintas pasinaudotos kaimo turizmo paslaugos kokybe, tikėtina, įsimins sodybos ženklinimą ir tikėtis kitoje sodyboje, paženklintoje atitinkamais ženklais, gauti tokios pačios kokybės paslaugas. (R. Sinkevičiūtė, 2009, p. 27)

Visos Asociacijos narių sodybos skirstomos į 5 kategorijas suteikiant joms vieno, dviejų, trijų, keturių ir penkių gandrų ženklus. Šios komforto kategorijos nustatomos pagal Asociacijos tarybos patvirtintus klasifikavimo reikalavimus.

4 lentelė

Kaimo turizmo sodybų klasifikacija pagal gandrų skaičių

Kategorija	Teikiami reikalavimai
1 gandras	Minimalios apgyvendinimo sąlygos ir patogumas. Savitarna. Negausi pramogų pasiūla.
2 gandrai	Minimaliai įrengta sodyba arba gyvenamasis namas kartu su šeiminkais. Minimali paslaugų ir pramogų pasiūla.
3 gandrai	Vidutiniškai patogi sodyba. Nedidelė paslaugų ir pramogų įvairovė. Galimas aptarnavimas: šeiminkų arba savitarna. Daugumoje sodybų maistą gamina svečiai.
4 gandrai	Patogi sodyba poilsiui ir renginiams. Pagyvendinimo patalpos, gerai organizuotos paslaugos ir pramogos. Galima maitinimo paslauga (atskiru susitarimu).
5 gandrai	Komfortiška sodyba. Labai gerai sutvarkyta infrastruktūra. Puikus aptarnavimas. Sodyboje yra maitinimas, gausu paslaugų ir pramogų.

Šaltinis: Sudaryta darbo autorės, remiantis Kaimo turizmo informaciniu katalogu Lietuva. Atostogos kaime (2009).

Anot A. Astromskienės, R. Sirusienės (2005, p. 93-97), **vienas gandra**s suteikiamas sodyboms, kuriose nėra vandentiekio, tualetas yra lauke, poilsio kambarys su televizoriumi yra bendras su sodybos šeimininkais. Ši kategorija suteikiama sodyboms, kurios poilsiautojų priėmimui yra pritaikiosios ne tik gyvenamojo namo kambarius, bet ir svirnius, daržines, kur galima miegoti ant šieno arba kieme pasistatyti palapinę. Poilsiautojų pageidavimu, šeimininkai gali juos ne tik apgyvendinti, bet ir gaminti maistą. Pramogos ir paslaugos tokio lygio sodyboje minimalios: valtys, žaidimų aikštelės vaikams ir suaugusiems, pirtis, laužavietė, kambarių tvarkymas.

Du gandrai suteikiami sodyboms, kur šalia poilsiautojų miegamųjų kambarių yra bendras su sodybos šeimininkais tualetas ir dušas bei poilsio kambarys su televizoriumi. Čia yra tiekiamas ir karštas vanduo. Ši kategorija suteikiama, kai svečių apgyvendinimui yra paruošta dalis gyvenamojo namo arba atskiri nameliai. Pramogos: valtys, dviračiai, vandens dviračiai, sporto aikštelės. Paslaugos: kasdienis kambarių tvarkymas, nauja spauda, lauko židiniai, pavėsinė.

Trys gandrai suteikiami sodyboms, kuriose jau yra minimalus komfortas. Šiose sodybose poilsiautojams skiriamas atskiras tualetas su dušu arba vonia, atskiri nuo šeimos narių, bet bendri visiems sodyboje esantiems poilsiautojams, poilsio kambariai su televizoriumi, vaizdo aparatūra. Miegamieji kambariai turi ne daugiau kaip dvi vietas. Yra visa įranga maisto gamybai. Svečių pageidavimu šeimininkai pateikia maistą valgomajame, kuriame paprastai yra židinys, kitos poilsiui skirtos priemonės. Svečių poilsiui paprastai skiriamas visas namas, sodybos šeimininkai gyvena atskirose patalpose. Pramogos: valtys, baidarės, dviračiai, vandens dviračiai, sporto aikštelės, vasaros ir žiemos inventorius, biliardas, tenisas. Paslaugos: kasdienis kambarių tvarkymas, maitinimas, patogi virtuvė, galimybė gauti kaimiškus produktus, atsivežti naminius gyvūnus, vietos poilsiui prie vandens, individualūs mediniai gultai, kelios pavėsinės, dengta laužavietė.

Keturi gandrai suteikiami sodyboms, kuriose yra pakankamas komfortas. Tokios sodybos paprastai poilsiautojus priima ištikus metus, poilsiaujama atskiruose apartamentuose, kuriuose yra miegamasis, tualetas, dušas, poilsio kambarys su TV aparatūra, gali būti židinys, atskiras vaikų kambarys. Svečiai maitinami pagal iš anksto aptartą valgiaraštį. Suteikiamos visos buitinės paslaugos: kambarių tvarkymas, skambimas, skalbinių lyginimas, telefonas, faksas, ekskursijų, pasitarimų, šventinių renginių organizavimas, paprastai yra pirtys, uždari ar atviri baseinai. Pramogos: visos aukščiau pamintos, teniso kortai, sveikatingumo takai, žirgai, uždaras ir atviras maniežai, baseinas, atrakcionai, mini zoologijos sodai, aikštelės riedučiams, riedlentės. Paslaugos: maitinimas, kasdienis kambarių tvarkymas, šiukšlių išnešimas dukart per dieną, telefonas, televizorius, vaizdo aparatūra, kompiuteris su interneto ryšiu, nauja spauda, knygos apie turizmą ir lankytinas Lietuvos vietas,

parengta vieta prie vandens telkinio, individualūs gultai su minkštu čiužiniu, skėčiai nuo saulės. Galimybė atsivežti naminius gyvūnus.

Penki gandrai suteikiami sodyboms, kurios yra visiškai komfortiškos su puikiai sutvarkyta infrastruktūra, nepriekaištingu aptarnavimu. Sodyboje yra maitinimas, gausu pramogų ir paslaugų.

1.4 Vartotojų sąvoka, kaimo turizmo sodybų vartotojų poreikių tenkinimas

Vartotojas – fizinis asmuo, kuris perka prekę ar paslaugą savo asmeniniams, šeimos, namų ar ūkio poreikiams, nesusijusiems su verslu ar profesija, tenkinti (www.kupiskis.lt).

Kaimo turizmo atveju **paslaugų vartotojas** – tai turistai, kurie, pasak P. Grecevičiaus ir kt. (2002, p. 27), asmuo, kuris rekreaciniais, pažintiniais, kultūriniais ar kitais tikslais keliauja po šalis ar vyksta į užsienį ir apsistoja už savo nuolatinės gyvenamosios vietos ribų. Šių **paslaugų teikėjas** – tai kaimo turizmo sodybų šeimininkas, teikiantis savo svečiams kompleksines kaimo turizmo paslaugas.

Kalbant apie kaimo turizmo paslaugų vartotojus, I. Vainienė (2002, p. 78) siūlo juos segmentuoti į septynias grupes:

1. **Vienos dienos poilsiautojai.** Autorės teigimu, šis segmentas labai svarbus kaimo vietovėms, esančioms šalia miestų, nes šių poilsiautojų poreikiai susiję su infrastruktūros kokybe, atrakcijomis ir gerai organizuotu kaimo kraštovaizdžio pasiekiamumu.
2. **Trumpalaikiai atostogautojai.** Atostogos kaime trumpėja ir skirstosi į kelis trumpus laikotarpius. Tokie atostogautojai siekia per trumpą laiką patirti kuo daugiau aukštos kokybės potyrių.
3. **Šeimos.** Kaimo turizmo populiarumas tarp šeimų yra gana didelis, tačiau turi ypatingus reikalavimus gyvenimo sąlygoms ir potyriams.
4. **Pagyvenusieji.** Kaimo turizmas taip pat populiarus tarp vyresnio amžiaus žmonių. Jiems tai galimybė pasinerti į ramybę ir tradicijas. Šiam segmentui reikia aukštesnės kokybės.
5. **Specialių interesų žmonės.** Atostogų tikslu vis dažniau tampa kraštovaizdžio rekreacija, iškylos, važinėjimas dviračiais, pasivaikščiojimai. Atsiranda galimybė šį segmentą sudominti vietiniu maistu, produktais, paveldu ir t.t.
6. **Mokymosi grupės.** Kai kuriose kaimo teritorijose aktyviai dirbama su turistų grupėmis, kuriems rengiamos teminės pažintinės programos. Šias grupes lengva pritraukti, bet reikia ypač daug dėmesio skirti jų aptarnavimo ir gido paslaugų kokybei.

7. **Žmonės su negalia.** Iki šiol, lyginant su miestais ir pajūrio kurortais, kaimo vietovės mažiau dėmesio skyrė paslaugų teikimui neįgaliesiems. Tačiau šis segmentas yra gana didelis, ypač jei priskaičiuosime neįgaliuosius lydinčius asmenis ir šeimos narius.

Išanalizavus šias kaimo turizmo segmento grupes, vertėtų pabrėžti, kad šis skirstymas nėra visiškai tikslingas. Atsižvelgiant į tai, kad kaimo turizmo vartotojas – tai turistai, būtų klaidinga prie jo priskirti vienos dienos poilsiautojus (S. Palubaitienė, 2009, p. 20). Anot R. Jakytės ir V. Ausėjaus (2006, p. 38), turistu laikomas asmuo, kuris apsistoja bent vienai nakvynei už savo nuolatinės gyvenamosios vietos ribų, o šiuo atveju, kaimo turizmo sodyboje. Šią segmentų grupę tikslingiau apibūdina lankytojo sąvoka.

Vienas svarbiausių veiksnių, turinčių poveikį turizmui, yra pripažinimas, kad turizmas yra sukurtas žmogui, o ne atvirkščiai: žmogus – turizmui. Šį veiksnių būtina suprasti, kad būtų galima įvertinti žmogaus (turisto) poreikius (J. Tribe, X. Font ir kt., 2000). Poreikiai – svarbiausias, bet ne vienintelis motyvacijos šaltinis. Tuo pačiu poreikis – bet kokio pirkimo motyvas, t.y. vartotojas priimančias sprendimą pirkti prekes ar rinktis paslaugas, stokoja eilė poreikių ar viena iš poreikių grupių (R. Sinkevičiūtė, 2009, p. 8).

Anot D. Šavareikienės, V. Dubino (2003) poreikiai – tai visa, kas pažadina žmogų veiklai, o pats motyvacijos procesas vyksta kaip uždaras ciklas: žmogus įsisąmonina poreikius, deda pastangas šiems poreikiams įgyvendinti, grįžtamojo ryšio dėka gauna signalą, kuris sukelia naują poreikį.

Vartotojo pasitenkinimas – tai santykis tarp to, ko vartotojas tikėjosi iš produkto ir to, ką jis gavo. Jei produkto savybės neatitinka kliento lūkesčių, pirkėjas yra nepatenkintas. Jei savybės atitinka lūkesčius, pirkėjas yra patenkintas. Jei savybės pranoksta pirkėjo lūkesčius, klientas yra sužavėtas (www.seo-marketing.lt).

Kaimo turizmo klestėjimui būtina, jog kaimo turizmo sodyba būtų orientuota į klientą ir kokybišką jo aptarnavimą. Tai galima pasiekti gerinant klientų aptarnavimo kultūrą per svarbiausią kaimo turizmo sodybos elementą – jos darbuotojus. Nuo šių žmonių elgesio, kultūros, profesionalumo bei lankstumo spręsti kilusias problemas priklauso klientų nuomonė apie kaimo turizmo sodybą.

Šiandieninėje perpildytoje rinkoje, kai retas klientas yra lojalus vienam prekių ar paslaugų tiekėjui, išsilaikyti gali padėti tik tai, kaip lanksčiai kaimo turizmo sodybos sugeba tenkinti vartotojų poreikius ir prisitaikyti prie naujų. Kadangi kaimo turizmas – tai kūrybinis ir bendraujančių žmonių verslas, sodybų šeimininkai turi nuolat rūpintis esamais ir būsimais poilsiautojais.

Poilsiautojo tikslas – bent trumpam pamiršti miesto įtampą, atsipalaiduoti, fiziškai bei dvasiškai pailsėti, atgauti jėgas. Vadinasi, sodybos šeimininko tikslas – ne tik tinkamai apgyvendinti

atvykstančius poilsiautojus, bet ir pasirūpinti jų teigiamomis emocijomis, pilnaverčiu poilsiu, visišku poreikių patenkinimu (I. Murauskienė, 2008, p. 20). Taigi, galima teigti, jog „kaimo turizmo sodybos vadovo vaidmuo yra svarbus tuo, kad nuo vadovo požiūrio priklauso sodybos politika, jos filosofija. Sodybų vadovai savo veikloje privalo būti orientuoti į klientų poreikių tenkinimą ir to paties reikalauti iš savo darbuotojų“ (L. Žalys, 2002, p. 47).

Klientų aptarnavimo kultūra, anot Ch. Gronroos (1990), - tai organizacinė kultūra, nukreipta į klientų aptarnavimą, pagrįsta atitinkamomis taisyklėmis ir procedūromis, praktiniais įgūdžiais ir sugebėjimais.

E. Shein (1992) pabrėžia, kad aukštos aptarnavimo kultūros, orientuotos į klientų poreikius, siekimas yra svarbi kaimo turizmo sodybos užduotis. Pagrindinė aptarnavimo taisyklė – aptarnaujantis personalas visiems be išimčių klientams turi būti mandagus, dėmesingas ir taktiškas. Sodybos svečiai turi nuolat matyti aptarnaujantį personalą, kad iškilus problemai, darbuotojas būtų pasiruošęs visada padėti išspręsti ją.

Kadangi kaimo turizmas suveda du dalyvius – pirkėją (turistą) ir pardavėją (paslaugų tiekėją) – būtina, jog abi pusės gautų naudos. Paslaugos pardavėjas (kaimo turizmo sodybos šeimininkas) gauna pelną, o pirkėjas (kaimo turizmo sodybos paslaugų vartotojas) – fizinį ar psichologinį pasitenkinimą. Dėl šios priežasties privalu siekti, jog kaimo turizmo paslaugų vartotojų poreikiai būtų tenkinami kiek galima geriau.

Tiems, kas dirba kaimo turizmo srityje, yra gyvybiškai svarbu žinoti, kodėl žmonės renkasi vienokias ar kitokias atostogas, vieną ar kitą sodybą, kas įtakoja jų apsisprendimą. Žinoma, kad svečiai skiriasi daugeliu atžvilgių: gyvenimo būdu, požiūriu į įvairius dalykus, išsilavinimu, papročiais ir įpročiais, jausmais ir poreikiais. Norint suprasti klientus, labai svarbu žinoti, su kuo susiduriama – šeimininkas privalo išmokti atpažinti svečių poreikius (R. Sinkevičiūtė, 2009, p. 11)

Kaimo turizmui reikalingi natūralūs kaimo sodyboje sukurti poilsio išteklių, užtikrinantys aukštą paslaugų kokybę. Todėl turistai prieš nusipirkdami kaimo turizmo paslaugas, dėl jų neapčiuopiamumo ieško kokybę užtikrinančių ženklų (I. Žalienė, L. Žalys, 2002).

Paslaugos motyvuoja žmones lankytis kaimo turizmo sodybose. Svarbiausias turistų lankymosi kaime motyvas yra noras nuvykti į tam tikrą vietą, noras pailsėti kaime, noras užsiimti mėgstama veikla, noras pabūti su šeima, kiti motyvai. Kaimo turizmo paslaugos kaip prekės ypatumas slypi šios veiklos persipynimu su daugeliu kitų turizmo rūšių, kurios papildo viena kitą. Šiuo metu kaimo turizmo sektorius sparčiai vystosi ir papildomų paslaugų spektras plečiasi. Jei prieš dešimtmetį kaimo turizmo paslauga buvo tapatinama su pasyviu poilsiu kaime, tai dabartinės kaimo turizmo paslaugos yra

kompleksinės, daugialypės, teikiančios įvairius emocinius patyrimus. Kaimo turizmo produktas tapo paslaugų ir sąlygų, siūlomų klientų ir pramogų tikslo (intereso) poreikiams patenkinti visuma. Vadinasi, tolesnė kaimo turizmo verslo sėkmė daugiau priklausys ne nuo to, kiek investuota į sodybos įrangą, bet kaip paslaugos teikėjai sugebės spėti vis besikeičiančius vartotojų rekreacinius poreikius, kaip jie sugebės įgyti vartotojų pasitikėjimą, kiek stengsis suvokti klientų įpročius, lūkesčius, įspėti jų nuotaikos bei poreikius ir, žinoma, kaip sugebės padrąsinti vartotojus naudotis siūlomomis naujovėmis, naujomis paslaugomis.

Apgyvendinimo paslaugos paskirtis kaimo turizmo paslaugoje – tenkinti svarbiausią žmogaus fiziologinį poreikį – miegą. Galbūt keista, tačiau, kaimo turizmo sodybos pasirinkimą lemia ne ši paslauga, o papildomų poilsio paslaugų ir pramogų pasiūla sodybose. Nuo papildomų paslaugų pobūdžio, įvairovės priklausys, kurią sodybą klientas pasirinks. Klientas pinigus moka ne už pagrindinę paslaugą, bet už viso paslaugų paketo teikiamą naudą. Dažnai pagrindinė kaimo turizmo paslauga – apgyvendinimas turi ne vieną, bet keletą lydimųjų paslaugų. Pagal jų pobūdį formuojamos sodybų specializacijos (R. Sinkevičiūtė, 2009, p. 24-25).

Klientas yra svarbiausia bet kurio verslo dalis. Kai jis yra aptarnaujamas, ne sodybos šeimininkai jam daro malonę, bet jis sodybos šeimininkams. Į klientą orientuoto aptarnavimo formulė labai paprasta: tiksliai išsiaiškinti kliento poreikius ir greitai bei kokybiškai patenkinti juos. Tačiau visas paprastumas pasibaigia kai pamėginama į klientą orientuoto aptarnavimo principus pritaikyti praktikoje. Besikreipiančių į įmonę klientų poreikiai gali būti dviejų tipų – praktiniai ir asmenybiniai. Nuo darbuotojo sugebėjimo atpažinti ir patenkinti šiuos poreikius priklausys aptarnavimo sėkmė.

Praktinių kliento poreikių tenkinimas susideda iš keturių nuosekliai sekančių etapų:

1. *Greitas kliento sutikimas*: klientai neturi laiko laukti, kada šeimininkas pabaigs kitus darbus. Todėl negalima versti jo laukti. Būtina skirti klientui visą savo dėmesį, duoti jam pajusti, kad didžiausias rūpestis yra tenkinti jo poreikius.
2. *Situacijos (poreikių) išsiaiškinimas*. Prieš tenkinant kliento poreikius, pirmiausia reikia nustatyti, kokie jie yra. Kai kada klientas ne visai aiškiai išreiškia, ko jis nori, todėl būtina padėti jam tai suformuluoti. Iš kitos pusės, kai kurie klientai turi paprastus ir aiškiai išreikštus poreikius. Tada reikia parodyti, kad klientas suprastas ir bus stengiamasi juos patenkinti.

Būtina užduoti klausimus, padedančius nustatyti kliento poreikius. Geriausi yra atviri klausimai. Tie klausimai gali būti bendro pobūdžio: “Kuo aš galiu Jums padėti?” Kai

poreikiai jau nustatyti, tada reikia klausti konkretesnių klausimų, tokių, kaip “Kokios paslaugos tiksliai norėtumėte?”, “Ar esate bandę konkrečią paslaugą?”

3. *Poreikių patenkinimas*. Tik po to kai nustatomi kliento poreikiai, galima pradėti juos tenkinti. Galima stengtis ir išnaudoti galimybę viršyti kliento lūkesčius. Tai efektyvi priemonė palikti neišdildomą įspūdį kliento atmintyje.
4. *Grįžtamasis ryšys* (išsiaiškinimas, ar klientas liko patenkintas). Tai svarbiausias, tačiau dažnai nepakankamai įvertintas žingsnis aptarnaujant klientus. Jei klientas yra visiškai patenkintas, tai parodys, kad darbas yra atliktas puikiai. Prieš išsiskiriant su klientu, būtina paklausti, ar tikrai jis yra patenkintas. Jei atrodo, kad klientas nėra patenkintas, galima pamėginkite išsiaiškinti, kokios to nepasitenkinimo priežastys (www.litas.lt).

Svetingumas – pagrindinė viso aptarnaujančio personalo funkcija. Ji turi būti nedaloma kaimo turizmo sodybos filosofijos dalis, perimta visų darbuotojų, nes aptarnaujantis personalas gali paveikti kliento nuomonę. Tinkama klientų aptarnavimo kultūra yra vienas svarbiausių sodybos valdymo veiksmų, nes netinkamas aptarnavimas sukelia neigiamą klientų reakciją.

Anot R. Sirusienės (2004, p. 18) teigimu, dauguma sodybų šeimininkų į kaimo turizmo verslą žiūri tik kaip į pajamų šaltinį. Tačiau autorė įsitikinusi, jog verslas bus kur kas sėkmingesnis, jei svarbiausiu bruožu taps paslaugumas, dėmesys, aptarnavimo kultūra, malonus sodybos mikroklimatas, kurie lemia vartotojų pasitenkinimą.

Pasak L. Žalio (2002, p. 47), svarbi yra ir sodybos aplinka. Ji turi būti švari ir tvarkinga. Didelę reikšmę turi sodybos patrauklumas – spalvos, interjeras. Puošnumas ir patrauklumas turi išlikti ne tik išorėje, bet ir viduje. Logotipas turi būti įsimenamas.

Pagrindiniai kaimo turizmo paslaugų vartotojai yra šalies gyventojai, dažnai iš to paties regiono. Vadinasi, kaimo turizmo paslaugų nėra ypatingai sudėtinga suprasti klientų poreikius, įspėti jų norus ir tinkamai pasiruošti paslaugų teikimui bei klientų informavimui. Vadybiniu požiūriu kaimo turizmo sodybos šeimininkas parduodamas kaimo turizmo paslaugų paketą priima nemaža svarbių sprendimų. Kiekvienas jų susijęs su paslaugų su paslaugų paketo siūlymo parengimu, pardavimu ir paslaugos teikimu. Kaimo turizmo paslaugos teikimas prasideda ne svečiui atvykus į sodybą, bet žymiai anksčiau, informuojant bei konsultuojant būsimą klientą pirmojo pokalbio su juo metu. Sodybos šeimininko sėkmė parduodant kaimo turizmo paslaugas priklauso nuo gebėjimo aiškiai ir klientui priimtinais atskleisti paslaugų turinį ir būsimą jų naudą klientui ar jų grupei (R. Sinkevičiūtė, 2009, p. 25).

2. KAIMO TURIZMO SODYBŲ PASLAUGŲ VARTOTOJŲ POREIKIŲ TENKINIMO TYRIMO METODOLOGIJA

Tyrimo metodai. Siekiant išsiaiškinti, ar patenkinami kaimo turizmo sodybų paslaugų vartotojų poreikiai, ar kaimo turizmo sodybų šeimininkams yra svarbi klientų nuomonė, ar jie domisi ir stengiasi prisitaikyti prie klientų poreikių, buvo panaudotas apklausos raštu tyrimo metodas. Šis metodas pasirinktas atsižvelgus į apklausos metodo privalumus vykdant panašaus pobūdžio tyrimus. Atlikus tyrimą gauti duomenys apdoroti naudojant SPSS 17.0 programą. Apdoroti duomenys išanalizuoti tyrimo ataskaitoje apibendrinta forma pateikiant grafinę medžiagą. Būtina pabrėžti, jog pateikiami grafikai yra sudaryti darbo autorės.

Apklausa. Apklausa – tai susistemintas informacijos iš respondentų rinkimas, pateikus anketą. Apklausų patikimumas pasiekiamas užduodant tik kruopščiai suformuluotus, neutralius ir vienareikšmiškus klausimus; panaudojant didelę respondentų atranką, reprezentatyviai atspindinčią gyventojų sudėtį. Apklausos būdu tiriamos nuostatos, nuomonės, žinios (www.factus.lt).

Dažniausiai apklausos būdu gaunama informacija apie respondentų nuomones. Ji susijusi su apklausiamųjų turimomis žiniomis, tam tikro elgesio buvimu arba ne ir pan. Apklausėjus domina klausimas, kodėl žmonės elgiasi vienu ar kitu būdu. Atsakymas į klausimą „kodėl“ dažnai gaunamas tiriant ryšį tarp žmonių veiksmų ir poreikių, troškimų, preferencijų, motyvų bei tikslų. Toks tyrimas atskleidžia ne tik tokias koncepcijas kaip ką respondentas darė, kur ir kada vyko veiksmas, kaip dažnai jis kartojosi, tačiau dažnai gaunama ir informacijos, susijusios su respondentų demografiniais rodikliais, tokiais kaip lytis, amžius, šeimyninė padėtis, išsilavinimas ir pan.

Pasak V. Dikčiaus (2005, p. 77-78), palyginti su kitais pirminės informacijos gavimo metodais, apklausa turi bent penkis privalumus:

- **Standartizavimas.** Apklausoje naudojami klausimai, kurie pateikiami tam tikru nuoseklumu. Tai lemia, kad kiekvienas respondentas gaus tuos pačius atsakymų į klausimus variantus.
- **Administravimo paprastumas.** Kartais atsakymų skiltis užpildo klausinėtojas, tačiau dažniausiai respondentas pats pažymi jam tinkantį atsakymą.
- **Galimybė pagauti „nematomą“.** Klausimai – kas, ką, kodėl ir kaip – atskleidžia elgesio priežastis. Tokios informacijos neįmanoma gauti stebint.
- **Nesudėtinga duomenų analizė.** Aukštas standartizavimo lygis leidžia gana sėkmingai ir paprastai atlikti surinktų duomenų analizę.

- **Galimybės surasti skirtumus tarp įvairių grupių.** Gauta informacija apie kiekvieną respondentą leidžia sujungti juos į tam tikras grupes ir įvertinti skirtumus tarp grupių.

Apklausa atlikta naudojant anketavimo metodą, respondentams išdalintos anoniminės anketos, kurios buvo pildomos individualiai raštu. Anoniminė anketa yra efektyvus metodas dėl to, kad atspindi tikrąją respondento nuomonę, kurios jis gali nepripažinti apklausiant žodžiu. Tačiau tokia apklausa turi ir tam tikrų trūkumų. Kartais asmuo nėra tikras, kaip elgtųsi vienu ar kitu atveju, todėl rezultatai gali neatitikti realios situacijos. Taip pat apklausos rezultatai labai priklauso nuo respondento būsenos, nuotaikos. Jis gali būti suinteresuotas arba nelinkęs gilintis į pateiktus klausimus, todėl atsakymų rezultatai gali būti netikslūs. Taip pat asmuo gali stengtis pasirodyti geresnis nei yra iš tikrųjų, kas taip pat iškraipo apklausos rezultatus.

Pasak K. Kardelio (2005, p. 189), išskiriamos šios apklausos rūšys: anketinė apklausa, interviu, anketinė apklausa paštu, telefoninė apklausa, apklausa per masines komunikacijos priemones ir kt. Lietuvos mokslinėje praktikoje dominuoja anketinė apklausa. Būtent ši apklausos forma ir buvo pasirinkta magistro baigiamojo darbo empirinei daliai atlikti. Manoma, kad tinkamai anketai būdingos tokios pat geros savybės kaip ir geram įstatymui. Anketos pagrindą sudaro pagal metodinius reikalavimus parengtas klausimynas.

Klausimyno sudarymas. Klausimynas – tai iš anksto apgalvotų klausimų tam tikriems duomenims sukaupti rinkinys. Klausimynai sudaromi respondentams apklausti (<http://lt.wiktionary.org>). Klausimynas labai patogus ir plačiai naudojamas pirminių duomenų rinkimo metodinis instrumentas. Kitaip tariant, klausimynas – į tam tikrą formą bei loginį nuoseklumą sudėliotų klausimų kompleksas, kuris naudojamas iš apklausiamųjų asmenų informacijai surinkti. Sudarant klausimyną, duomenų rinkimo procesui suteikiama forma, nuoseklumas ir vienodumas.

Pasak V. Dikčiaus (2005, p. 104), prieš užduodant klausimą, reikalingas trumpas tyrimo pristatymas. Jame pateikiama informacija apie tai, kas atlieka tyrimą, kokių tikslų jis atliekamas, kam ir kaip bus panaudota gauta informacija ir panašiai. Jei anketa yra anoniminė, būtina tai pabrėžti, taip pat, siekiant objektyvaus klausimyno pildymo, būtina pažymėti, kad gauti duomenys bus panaudoti tik moksliniams tikslams ir tik apibendrinta forma.

Tyrimuose yra naudojami du pagrindiniai atsakymų į klausimus tipai: atvirojo ir uždarojo tipų. Atvirojo tipo atsakymais besibaigiantys klausimai yra tokie, kuriuose respondento yra prašoma atsakyti jo paties žodžiais. Tokį klausimyną paruošti ganėtinai paprasta, tačiau analizuoti ir apibendrinti jį sudėtinga. Uždarojo tipo klausimai yra tokie, kuriuose respondento prašoma parinkti vieną iš pateiktų

atsakymų variantų. Svarbiausias šio tipo klausimų privalumas yra tas, kad išvengiama daugelio atvirojo tipo klausimams būdingų problemų (L. Unterhauser, 2006, p. 91-92).

Kaip matoma 1-me ir 2-ame prieduose, tyrimui atlikti sudarytoje anketoje klausimynas susideda iš uždarojo tipo klausimų. Tokie klausimai buvo pasirinkti dėl to, kad apklausiamajam lengviau atsakinėti į jau paruoštus klausimus – anketos pildymui sugaištama mažiau laiko, gautus duomenis lengviau grupuoti, kiekybiškai apdoroti, lyginti, greitinoti ir analizuoti. Taip pat tokie klausimai pranašesni tuo, kad kai yra alternatyvų, respondentams lengviau pasirinkti, be to tyrėjui nereikia klasifikuoti atsakymų, o tai padeda išvengti subjektyvumo.

Vienas iš uždarytųjų klausimų tipų, naudotas sudarant kaimo turizmo sodybų teikiamų paslaugų vartotojų poreikių tenkinimo klausimyną, yra alternatyvusis – kai pateikiami klausimai, siūlantys pasirinkti vieną iš dviejų atsakymų. Tokio pobūdžio buvo pateikti tik šeši (trys klausimai klientams skirtoje anketoje ir trys – sodybų šeimininkams). Jie skirti išsiaiškinti klientų ir sodybų šeimininkų lytį, sužinoti apie klientų poilsiavimą Šiaulių apskrities kaimo turizmo sodybose, apie sodybų šeimininkų domėjimąsi klientų poreikiais. Taip pat tokio pobūdžio klausimu buvo siekiama išsiaiškinti, kokie turistai dažniau aplanko kaimo turizmo sodybas – lietuviai ar užsieniečiai. Pasak L. Unterhauser (2006, p. 97), toks klausimų tipas numato tikslus atsakymus, juos lengva apibendrinti ir analizuoti. Tokie klausimai – gera įžanga respondentui pereinant prie sunkesnių klausimų.

Dar vienas klausimų pateikimo tipas – klausimas su pasirenkamuoju atsakymu, kai pateikiamas klausimas siūlantis pasirinkti vieną iš trijų ar daugiau atsakymų. Jei pateiktame galimų atsakymų sąrašė apklausiamasis neranda jam tinkamo atsakymo, jis gali įrašyti jam priimtina atsakymą eilutėje „kita (įrašykite)“. Toks atsakymų į klausimus tipas lengvina respondentui anketos pildymą, sugaištama mažiau laiko.

Sudarytuose klausimynuose dauguma klausimų pateikiama lentelėse naudojant klausimus su vertinimo skale, kuri vertina tam tikrą respondento elgseną nuo „labai dažnai“ iki „beveik niekada“ arba nuo „labai svarbu“ iki „visiškai nesvarbu“ ir pan.

Klausimynuose yra keletas klausimų, į kuriuos atsakant galima pasirinkti ne vieną, o kelis variantus (prašoma pasirinkti iki trijų labiausiai respondentui tinkančių atsakymų). Šie klausimai yra ganėtinai svarbūs dėl to, kad padeda apibendrinti klausimyną, be to į šiuos klausimus vienareikšmiškai sunku atsakyti pasirinkus vieną atsakymą – jie platesni.

Klausimynų pabaigoje taip pat būtina nepamiršti padėkoti respondentui už bendradarbiavimą – net ir paprastas padėkos žodis būtų tam tikras apdovanojimas respondentui (V. Dikčius, 2005, p. 105).

Šiuo atveju sudarytose anketose padėka išreiškiama nuoširdžiai padėkojant už laiką iš pastangas, skirtas anketai pildyti, taip pat palinkima sėkmės.

Iš viso magistro baigiamajame darbe buvo atlikti 2 tyrimai:

1. Šiaulių apskrities kaimo turizmo sodybų šeiminių nuomonių tyrimas;
2. Šiaulių apskrities kaimo turizmo sodybų lankytojų nuomonių tyrimas.

Gautų duomenų tikrinimas, redagavimas ir kodavimas. Pasak V. Dikčiaus (2005, p. 138-139), pirmas žingsnis tikrinant atsakymus yra viso klausimyno peržvelgimas siekiant nustatyti, ar jis išsamiai užpildytas. Patikrinimas yra būtinas, nes grąžinami klausimynai gali būti netinkami dėl kelių priežasčių:

- Dalis klausimyno gali būti neužpildyta;
- Atsakymų pavyzdžiai gali rodyti, kad respondentai nesuprato arba nesilaikė klausimyne nurodytų instrukcijų (atliekant tyrimą pasitaikė tokių atvejų, kai respondentų buvo prašoma pažymėti iki trijų labiausiai jiems tinkančių atsakymų, o šie pažymėdavo visus pateiktus);
- Atsakymai rodo mažą jų variantiškumą, pvz., visi respondento atsakymai buvo „nežinau“ arba neutralios pozicijos pasirinkimas (pasitaikė atvejų, kai į visus lentelėje pateiktus klausimus su vienodais atsakymais buvo pasirinktas vienodas atsakymas).

Tokie klausimynai buvo traktuojami kaip sugadinti, pateikti duomenys toliau neanalizuojami ir atmetami.

Redagavimas yra klausimynų peržiūrėjimas siekiant padidinti teisingumą bei tikslumą. Peržiūrint nustatomi nesuderinami ir dviprasmiški atsakymai. Lyginant atsakymus į įvairius klausimus ir nustatant nesuderinamus atsakymus, galima patikrinti, ar respondentas atsakinėjo teisingai. Kadangi pas tuos pačius respondentus grįžti ir patikslinti atsakymų į klausimus neįmanoma, o atsakymai į klausimus yra svarbūs tyrimui, tai tokie klausimynai atmetami kaip netinkami analizei, t.y. priskiriami prie sugadintų anketų ir neanalizuojami.

Uždarų klausimų kodavimas yra santykinai paprastas. Tyrėjas tiesiog priskiria kiekvienam klausimo atsakymui skaičių (V. Dikčius, 2005, p. 139). Tyrimui pasirinkta SPSS 11.0 programa, kuria ir buvo užkoduoti gauti duomenys. SPSS – vienas labiausiai paplitusių statistinės informacijos apdorojimo programinių paketų, tinkamas ir pradedančiajam, ir patyrusiam vartotojui. Pagrindinis SPSS programinio paketo privalumas – didelė šiuolaikinių statistinių analizės metodų pasirinktis bei duomenų analizės rezultatų vizualizavimo priemonių įvairovė, lengvai įvaldoma dialoginė sąsaja. SPSS

programinis paketas taikomas sociologijos, psichologijos, biologijos, medicinos, rinkodaros, kokybės valdymo procese (www.lkka.lt, p. 8).

Demografiniai tyrimo duomenys. Empiriniam tyrimui buvo apklausti 8 kaimo turizmo sodybų šeimininkai ir 182 Šiaulių regiono gyventojai, kurie, tikėtina, bent kartą naudojos kaimo turizmo sodybų teikiamomis paslaugomis. Tyrimui anketos buvo dalinamos Šiaulių turizmo informacijos centre, viešose vietose (šalia prekybos centro „Bruklinas“ vykstant įvairiems renginiams), Jonišio sporto klube „Avantiūra“, Šiaulių šunų dresūros mokykloje „Šarmas“. Kaimo turizmo sodybų šeimininkai buvo apklausti nuvykstant pas juos į sodybas ar susitinkant neutralioje vietoje. Kadangi tyrimo anketos yra anoniminės, o kaimo turizmo sodybų buvo apklausta nedaug, neetiška būtų konkrečiai minėti sodybų pavadinimus.

Kaimo turizmo sodybų šeimininkai. Iš apklaustų kaimo turizmo sodybų šeimininkų yra 3 vyrai ir 5 moterys. Analizuojant amžių, galima teigti, jog daugiausia kaimo turizmo šeimininkų buvo vidutinio amžiaus. 36-45 metų grafą pažymėjo net 5 iš 8 apklaustų kaimo turizmo sodybų šeimininkų, 2 apklaustųjų amžius yra tarp 26 ir 35 metų ir tik vienas kaimo turizmo sodybos šeimininkas yra nuo 46 iki 55 metų. Galima daryti išvadą, jog apklausti kaimo turizmo sodybų šeimininkai yra vidutinio amžiaus, turintys gyvenimiškos ir verslo patirties.

Analizuojant kaimo turizmo sodybų šeimininkų išsilavinimą, galima sakyti, jog kaimo turizmo sodybas valdo išsilavinę asmenys: net 6 apklaustieji nurodė, jog turi aukštąjį išsilavinimą, likę 2 – vidurinį. Pildant anketą, vienas asmuo, pažymėjęs vidurinį išsilavinimą, paaiškino, jog kaip tik šis verslas lyg ir sutrukdė jam siekti aukštojo išsilavinimo, nes reikėjo padėti kurti bei valdyti sodybą, nebuvo kada studijuoti. O vėliau tarsi jau ir neberekėjo – patirties įgavo dirbdamas. Vienas apklaustasis pabrėžė, jog turi netgi 3 aukštojo mokslo diplomus – du bakalauro pakopos ir vieną magistro.

Taip pat buvo siekiama išsiaiškinti, kaip kaimo turizmo sodybą įgijo dabar esantys šeimininkai. Net pusė (4 iš 8) apklaustų kaimo turizmo sodybų šeimininkų teigia, jog paveldėjo žemę arba sodybą. 3 apklaustieji kaimo turizmo sodybą nusipirko ir 1 pasistatė. Galima daryti išvadą, jog žmonės, paveldėję iš tėvų ar senelių žemę ar seną sodybą kaime, nepaverčia jos „fazenda“ ar vasaros poilsiaviete savo šeimai, o pasuka į šeimos verslą ir kuria kaimo turizmo sodybas.

Kaimo turizmo sodybų lankytojai (klientai). Iš 182 apklaustų respondentų, 39,56 proc. buvo vyrai (72 apklaustieji) ir 60,44 proc. – moterys (110 respondenčių). Analizuojant apklaustųjų amžių, galima sakyti, jog dauguma jų yra jaunesnio amžiaus: daugiau nei trečdalis – net 34,62 proc. (63 apklausti

respondentai) yra 18-25 metų amžiaus. Kiek mažiau apklaustųjų rinkosi 26-35 metų grafą (25,27 proc. ir 47 asmenys). Vyresniojo amžiaus apklaustųjų buvo dar mažiau: tik penktadalis (21,43 proc., 39 asmenys) buvo 36-46 metų amžiaus, 15,38 proc. (28 asmenys) – 46-55 metų amžiaus, o 56 ir vyresni buvo tik 6 apklaustieji (3,3 proc.).

Analizuojant respondentų šeimyninę padėtį, galima pastebėti, jog daugiausia yra viengunčių – net 79 ir 182 apklaustųjų (43,41 proc.), kiek mažiau – 41, 76 proc. – yra ištekėjusių/vedusių apklaustųjų (76 asmenys). Nedaug (tik 18) apklausoje dalyvavo išsiskyrusių asmenų (9,89 proc.) ir našlių (9 asmenys, 4,95 proc.).

3. KAIMO TURIZMO SODYBŲ PASLAUGŲ VARTOTOJŲ POREIKIŲ TENKINIMO TYRIMAS

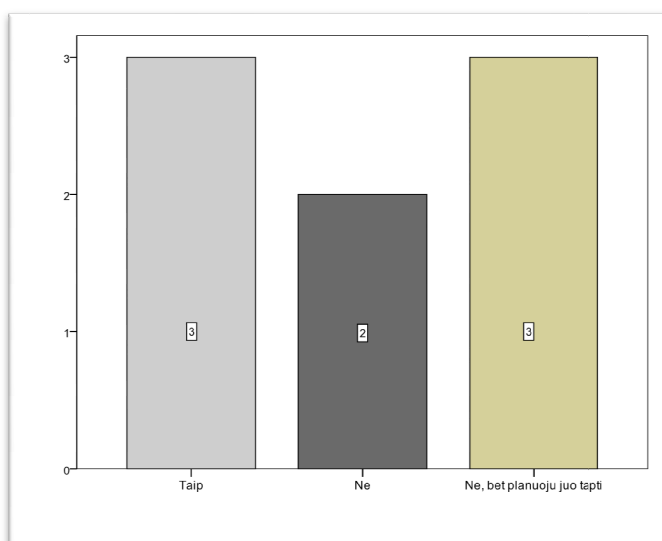
Ankstesniuose skyriuose išanalizuota kaimo turizmo samprata, esmė, svarba ir rūšys, aptartos turizmo paslaugos ir kaimo turizmo sodybų vartotojų poreikių tenkinimas. Toliau pateikiama praktinė darbo dalis, kurioje analizuojamos kaimo turizmo sodybų klientų bei tų sodybų šeimininkų nuomonės apie kaimo turizmo sodybų paslaugų vartotojų poreikių tenkinimą. Pateikiamos dvi analizės – iš vartotojų ir savininkų pusių.

Kaip jau minėta ankstesniuose skyriuose, daugumą Lietuvos kaimo turizmo sodybų vienija Lietuvos kaimo turizmo asociacija (LKTA). Ši asociacija šiuo metu vienija per 971 narių. Lietuvos kaimo turizmo asociacijai Šiaulių regione priklauso 6 sodybos:

1. „Svajoklių slėnis“ Akmenės r.;
2. V. Krištopaičio sodyba Joniškio r.;
3. Jocu sodyba Šiaulių r.;
4. „Girelė“ Šiaulių r.;
5. „Pilaitė prie Gudelių ežero“ Šiaulių r.;
6. „Žarija“ Radviliškio r. (www.atostogoskaime.lt).

3.1 Šiaulių regiono kaimo turizmo sodybų šeimininkų apklausos analizė

Buvo siekiama išsiaiškinti, ar kaimo turizmo sodybų šeimininkai priklauso Lietuvos kaimo turizmo asociacijai. Analizuojant kaimo turizmo šeimininkų veiklą yra svarbu tai, kiek metų jie priklauso Lietuvos kaimo turizmo asociacijai. Kuo didesnė patirtis šiame versle, tuo geresnę paslaugų kokybę gali suteikti sodybų šeimininkai.



2 pav. Respondentų nuomonių pasiskirstymas dėl priklausymo Lietuvos kaimo turizmo asociacijai

Buvo siekiama išsiaiškinti, ar kaimo turizmo sodybų šeimininkai priklauso Lietuvos kaimo turizmo asociacijai (2 pav.). 3 apklausti sodybų šeimininkai į šį klausimą atsakė teigiamai, 2 – neigiamai. Taip pat 3 respondentai pasisakė, jog LKTA nariais jie dar nesą, tačiau planuoja tapti.

Kadangi tik 3 sodybos yra LKTA narės, buvo įdomu sužinoti, kokiai kategorijai priklauso ir kiek gandrų turi sodyba. Sodybos kategorija atspindi tai, kokios paslaugų kokybės tikėtina lauktis iš asociacijai priklausančios kaimo turizmo sodybos. Atsakymai pasiskirstė po lygiai – apklausoje dalyvavo po vieną dviejų, trijų ir keturių gandrų sodybų šeimininkai. Nebuvo nei vieno, nei penkių gandrų sodybos savininkų (penkiais gandrais įvertinta kol kas yra tik viena kaimo turizmo sodyba Lietuvoje).

Net du savininkai Asociacijai priklauso nuo 3 iki 4 metų, vienas – nuo 5 iki 6 metų. Galima daryti išvadą, jog šie šeimininkai – nebe naujokai kaimo turizmo versle, tikėtina, turi patirties ne tik sodybos priežiūroje, valdyme, bet ir klientų aptarnavimo bei jų poreikių tenkinimo srityse.

Pavieniai asmenys iš Lietuvos į kaimo turizmo sodybas atvyksta pakankamai dažnai. Tokį atsakymo variantą pasirinko net 7 iš 8 kaimo turizmo sodybų šeimininkų. Tik vienas respondentas pažymėjo, jog pavieniai turistai lietuviai pas jį į kaimo turizmo sodybą atvyksta tik kartais.

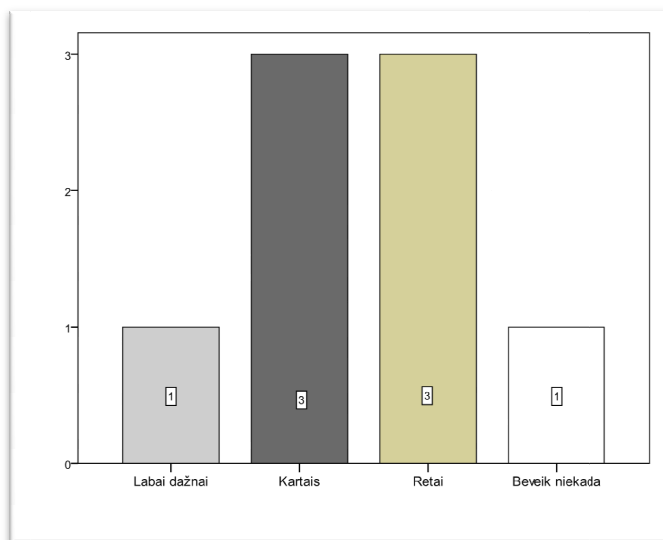
Žmonių grupės iš Lietuvos, anot kaimo sodybų šeimininkų, pas juos svečiuojasi ir teikiamomis paslaugomis naudojasi pakankamai dažnai. Taip atsakė visi 8 kaimo turizmo sodybų šeimininkai.

Analizuojant, kaip dažnai lietuvių šeimos atvyksta poilsiauti į kaimo turizmo sodybas, gauti rezultatai, jog daugumos kaimo turizmo šeimininkų nuomone šeimos poilsiauti pas juos atvykta pakankamai dažnai (5 respondentai iš 8). 2 sodybų šeimininkai teigia, jog lietuvių šeimos pas juos atvyksta labai dažnai, ir tik 1 šeimininkas teigia, jog lietuvių šeimos atvyksta tik kartais.

Siekiant išsiaiškinti, kaip dažnai Lietuvos įmonių darbuotojai praleidžia laisvalaikį kaimo turizmo sodybose, buvo gauti rezultatai dvejopi rezultatai. Pusė apklaustųjų (4 iš 8 apklaustųjų) pasisakė, jog įmonių darbuotojai pas juos apsilanko pakankamai dažnai, o kita pusė (4 iš 8 apklaustųjų) netgi labai dažnai.

Kaip matoma 3-ame paveiksle, apklaustų kaimo turizmo sodybų šeimininkų nuomonės apie pavienių turistų iš užsienio šalių apsilankymo dažnumą jų sodyboje išsiskyrė. Nors Lietuvai tapus Europos Sąjungos nare atsivėrė galimybės pritraukti daugiau užsienio turistų, tačiau tyrimo duomenys rodo, kad užsieniečiai visiškai nesidomi Šiaulių apskrities kaimo turizmo sodybomis. Po tris sodybų šeimininkus pasisako, jog pavieniai turistai užsieniečiai pas juos į kaimo turizmo sodybą atvyksta

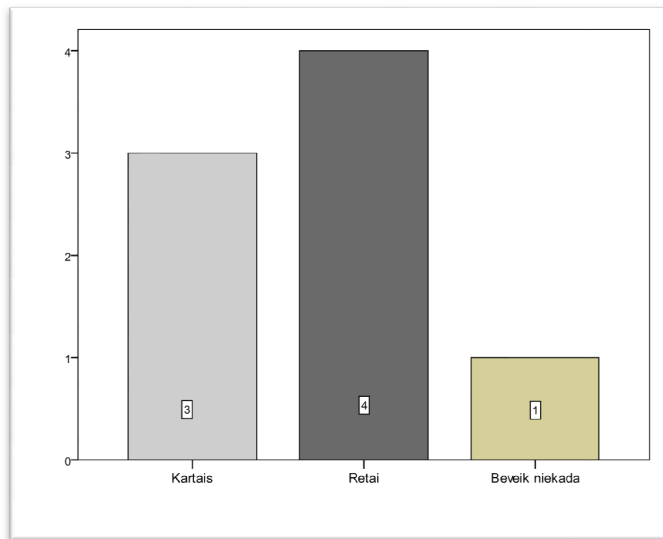
kartais ar netgi retai. Vienas kaimo turizmo sodybos šeimininkas teigia, jog pavieniai užsienio turistai pas jį nesilanko beveik niekada.



3 pav. Respondentų nuomonių pasiskirstymas apie pavienių asmenų iš užsienio šalių atvykimą į kaimo turizmo sodybą

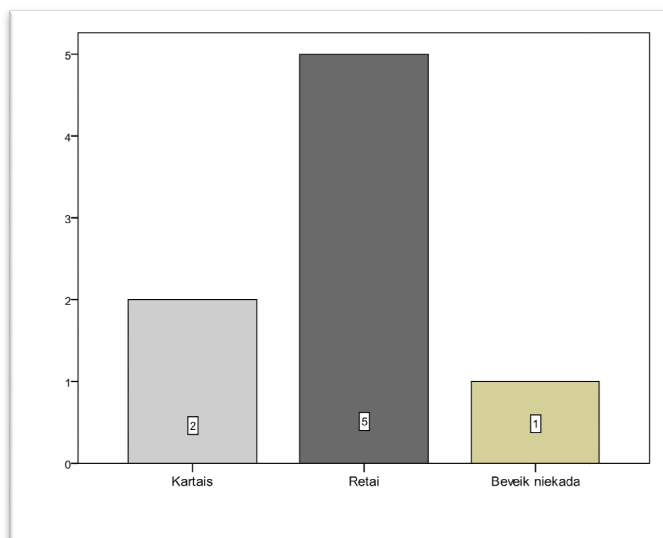
Taip pat vienos kaimo turizmo sodybos šeimininkas nurodo, jog pas jį pavieniai turistai iš užsienio šalių atvyksta labai retai. Tiesa, būtina paminėti, kad pastarasis šeimininkas valdo trimis gandrai įvertintą kaimo turizmo sodybą, todėl tikėtina, jog ji yra patraukli po mūsų šalį keliaujantiems užsienio turistams. Taip pat tikėtina, jog užsienio turistai renkasi didesniu gandrų skaičiumi įvertintas sodybas, tikėdamiesi ne tik didesnio teikiamų paslaugų spektro, bet ir tinkamesnio poreikių tenkinimo, prisitaikymo prie jų (pvz., galimybės susikalbėti užsienio kalba).

Analizuojant kaimo turizmo sodybų savininkų atsakymus į anketos klausimus, buvo siekiama išsiaiškinti, kaip dažnai sodybas lanko įvairios žmonių grupės iš užsienio šalių (4 pav). Galima daryti išvadą, jog užsienio šalių turistų grupės gan retokai lanko mūsų šalies kaimo turizmo sodybas – 3 respondentai atsakė, jog tokie klientai aplanko kartais, 4 apklaustieji – kad retai, o 1 sodybos šeimininkas pripažino, jog žmonių grupės iš užsienio šalių neatvyksta beveik niekada.



4 pav. Respondentų nuomonių pasiskirstymas apie užsienio šalių žmonių grupių atvykimą į kaimo turizmo sodybą

Stengiantis išsiaiškinti, kaip dažnai kaimo turizmo sodybas aplanko šeimos su vaikais iš užsienio šalių (5 pav.), gauti rezultatai taip pat nedžiuginantys... Šiaulių regiono kaimo turizmo sodybos užsieniečių šeimas, pasak dviejų respondentų, sudomina tik kartais. Dar liūdniau teigia kiti 5 kaimo turizmo sodybų šeimininkai – pasak jų, šeimos lankančios Lietuvą, kaimo turizmo sodybas renkasi retai. Vienas apklaustasis pripažino, kad tokie klientai praktiškai neatvyksta niekad.



5 pav. Respondentų nuomonių pasiskirstymas apie šeimų iš užsienių šalių atvykimą į kaimo turizmo sodybą

Nekokie rezultatai ir su įmonių darbuotojais iš užsienio. Jie taip pat kur kas rečiau, nei to norėtų sodybų šeimininkai, lanko kaimo Šiaulių regiono kaimo turizmo sodybas. Tik vienas respondentas teigia, jog užsienio įmonių darbuotojai apsilanko jo sodyboje kartais, net šeši apklausti šeimininkai – kad tokie klientai užsuka labai retai, o vienas – jog įmonių darbuotojų iš užsienio nesulaukia niekada. Tai rodo, kad teikiamos kaimo turizmo sodybų paslaugos netenkina specifinių užsienio šalių turistų poreikių ir neturi galimybės pritraukti juos į savo klientų gretas.

Ramaus poilsio turistai atvyksta pakankamai dažnai (3 respondentai iš 8). Net 5 apklausti kaimo turizmo sodybų šeimininkai pasisakė, jog ramaus poilsio turistai tikisi tik kartais. Tikėtina, jog kaimo turizmo sodybų poilsiautojai nelinkę rinktis, tikėdamiesi ramaus poilsio.

Paklausti, kaip dažnai juos lankantys poilsiautojai tikisi aktyvaus poilsio, net 6 kaimo turizmo sodybų šeimininkai pasisakė, jog tokių turistų pasitaiko pakankamai dažnai. Vienas respondentas teigia, kad tokių klientų sulaukia labai dažnai ir tik vienas, kurio sodyboje aktyvaus poilsio turistai ieško tik kartais. Taigi, galima daryti išvadą, jog kaimo turizmo sodybas renkasi asmenys, kurie tikisi ne ramiai pailsėti, o ieško aktyvios veiklos ar sporto.

Švęsti šventes, anot daugumos kaimo turizmo sodybų šeimininkų, poilsiautojai atvyksta pakankamai dažnai (5 respondentai iš 8). 2 sodybų šeimininkai teigia, jog šventes kaimo turizmo sodybose klientai švęsti renkasi labai retai, o tik 1 apklaustas sodybos šeimininkas pasisakė, jog švenčių švęsti pas jį atvykstama tik kartais.

Tam, kad atgautų jėgas, žmonės retokai renkasi kaimo turizmo sodybas. Jų šeimininkai teigia, jog dažniausiai tokie asmenys atvyksta tik kartais (7 iš 8 apklaustų sodybų šeimininkų). Ir tik vienas šeimininkas teigia, jog pas jį atgauti jėgų atvykstama labai dažnai.

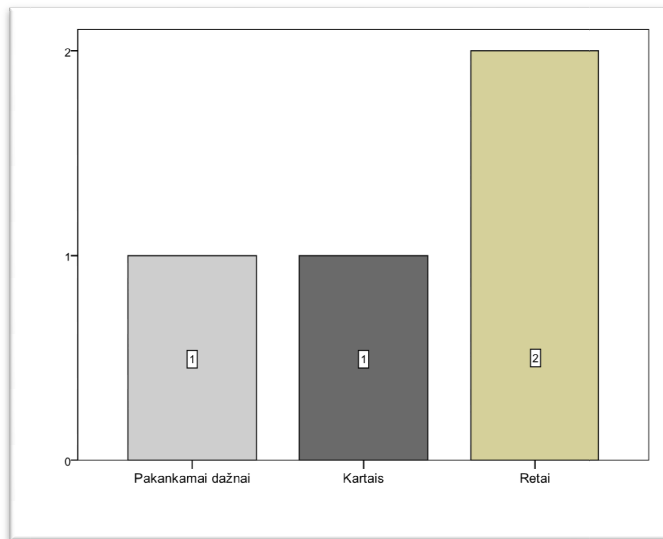
Siekiant išsiaiškinti, kokiam laikotarpiui dažniausiai atvyksta klientai, kaimo turizmo sodybų šeimininkams buvo pateikiami konkretūs laikotarpiai: 1-2 dienas, 3-4 dienas, 5-7 dienas ir ilgesniam nei 7 dienų laikotarpiui. Visi apklausti respondentai teigia, jog 1-2 dienų laikotarpiui poilsiautojai atvyksta labai dažnai. Tikėtina, jog dažniausiai poilsiaujantys tokiam laikotarpiui renkasi savaitgalius ir šventes su viena nakvyne. Analizuojant 3-4 dienų laikotarpį, rezultatai išsiskyrė. Pusė respondentų (4) teigia, jog tokiam laiko tarpui žmonės atvyksta labai dažnai, kiti 4 respondentai – kad pakankamai dažnai. Tokį laikotarpį pasirinkti sudėtingiau vien dėl to, jog 3 ar 4 dienos jau yra ilgesnis laikotarpis nei savaitgalis, ir renkantis tokio ilgumo poilsį kaimo turizmo sodyboje eiliniam dirbančiam žmogui jau reikia derintis prie laisvadienių švenčių dienomis arba planuojant atostogas. 5-7 dienoms poilsiauti, anot sodybų šeimininkų, asmenys atvyksta pakankamai dažnai (3 respondentai), kartais (4) ir retai (1). Ilgiau nei savaitei klientai atvyksta dar rečiau: kartais (2), retai (5), beveik niekada (1).

Buvo klausama, kaip kaimo turizmo sodybų šeimininkai informuoja poilsiautojus apie savo kaimo turizmo sodybą ir prašoma pasirinkti iki trijų tinkamų variantų. Pati geriausia reklama kaimo turizmo sodybai – tai reklama iš lūpų į lūpas, tačiau egzistuoja ir kitos populiarinimo priemonės. Reklamos televizijoje nesirinko nė vienas apklaustasis, reklamą spaudoje – 7 respondentai, reklamą internete – 2, informaciniai katalogai – 3, turizmo informacijos centrai – 6, Lietuvos kaimo turizmo katalogai – 3 respondentai. Galima daryti išvadą, jog dažniausiai pasirenkama reklama spaudoje (tikėtina, regioninėje) ir turizmo informacijos centrai.

Kiekviena kaimo turizmo sodyba yra unikali ir savo klientams gali pasiūlyti skirtingas pramogas ir paslaugas. Nors Šiaulių apskrityje kaimo turizmo sodybų nėra labai daug, tačiau kiekvienas sodybos šeimininkas stengiasi pritraukti ko daugiau poilsiautojų. Paklausti, kuo stengiasi pritraukti klientus, dažniausiai kaimo turizmo sodybų šeimininkai teigia, jog pramogomis (6 respondentai) ir kaina (7 respondentai). Tai turėtų padėti sustiprinti klientų pasitenkinimą teikiamomis paslaugomis. Kiek rečiau klientus stengiamasi pritraukti paslaugų įvairove, patrauklia sodybos vieta (po 3 respondentus), maloni aptarnavimu bei vandens telkiniu (po 2 respondentus). Kaip jau minėta, dažniausiai sodybų klientai tikisi aktyvaus poilsio, todėl ir kaimo turizmo sodybų šeimininkai taikosi prie klientų poreikių ir stengiasi teikti kuo daugiau paslaugų. O kadangi kaina yra labai svarbus klausimas daugumai klientų, tai sodybų šeimininkai stengiasi pateikti paslaugas kuo mažesne kaina.

Kaimo turizmo sodybų šeimininkų buvo klausama, ar jie gauna nusiskundimų iš savo poilsiautojų. 4 respondentai teigia, jog nusiskundimų gauna, likusieji 4 – jog nėra gavę. Atsakius į šį klausimą neigiamai, klausimus „Dėl kokių priežasčių dažniausiai skundžiasi Jūsų klientai?“, „Kaip dažniausiai sprendžiate iškilusias problemas?“, „Kaip stengiatės išsiaiškinti savo klientų poreikius?“, „Iš kur dažniausiai gaunate žinių, kaip tenkinti poilsiautojų poreikius?“ buvo prašoma praleisti. Į minėtus klausimus atsakinėjo tik 4 respondentai, kurie pripažino, jog yra gavę iš savo klientų nusiskundimų.

Visų kaimo turizmo sodybų, kurių šeimininkai pripažino, jog yra gavę nusiskundimų iš savo poilsiautojų, buvo klausama, dėl kokių priežasčių dažniausiai skundžiasi jų klientai. Visi 4 apklausti kaimo turizmo sodybų šeimininkai atsakė, jog sodybos vieta, sodybos interjeras bei eksterjeras retai kada būna skundimosi objektais. Privažiavimu iki sodybos vietos taip pat skundžiasi retai (tik vienas apklaustasis teigia, jog dėl privažiavimo skundų kartais būna).



6 pav. Respondentų nuomonių pasiskirstymas apie kaimo turizmo sodybų klientų nepasitenkinimą apgyvendinimo sąlygomis

Kiek dažniai klientai skundžiasi apgyvendinimo sąlygomis yra matoma 6-ame paveiksle. Pasak kaimo turizmo sodybų šeimininkų, maitinimu kaimo turizmo sodybose skundžiasi retai (2 respondentai). Vienas respondentas teigia, jog maitinimu klientai skundžiasi kartais. Dar vienas apklaustas sodybos šeimininkas teigia, jog priekaištų dėl neįtikusio maitinimo gauna pakankamai dažnai. Šiems priekaištams gali turėti įtakos tai, jog ši sodyba įvertinta tik dviem gandrais, o tokio lygio kaimo turizmo sodybose įranga maisto gamybai nėra būtina.

Teikiamų paslaugų trūkumu, pasak visų 4 kaimo turizmo sodybų šeimininkų, skundžiamasi tik kartais. Galbūt dažniausiai klientai prieš vykdami pasidomi, kokias paslaugas ar pramogas teikia konkreti sodyba. Tokią informaciją galima rasti kaimo turizmo sodybos internetiniame puslapyje, pasiteirauti paskambinus telefonu ir panašiai.

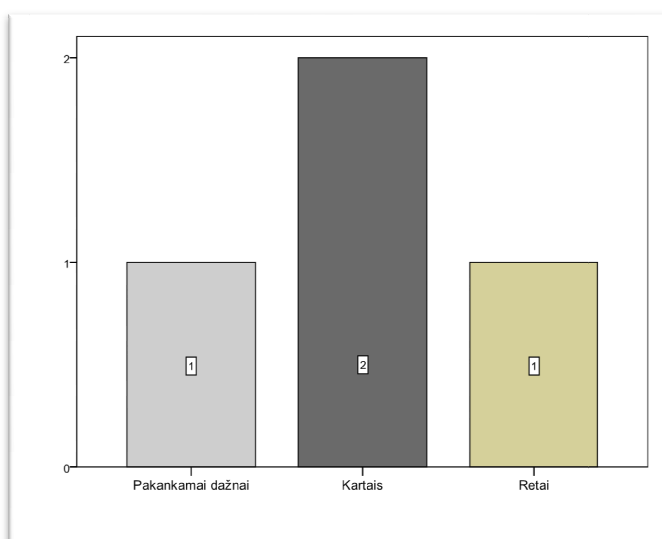
Netinkamu aptarnavimu bei kaina, atsiskaitymo būdu, pasak dviejų kaimo turizmo sodybų šeimininkų, poilsiautojai skundžiasi tik kartais, dar du šeimininkai sako, jog tokių skundų gauna itin retai.

Kilusios problemos sprendimas – labai svarbus žingsnis link tobulo klientų poreikių tenkinimo. Kiekvienas kaimo turizmo sodybos šeimininkas renka, koku būdu spręsti iškilusias problemas. Viena iš kilusių problemų sprendimo būdų – spręsti jas kliento akivaizdoje, pvz. pateikti alternatyvią paslaugą, jei tokios nėra sodyboje. Tokį sprendimo būdą du apklaustų kaimo turizmo sodybų šeimininkai renka pakankamai dažnai, kiti du – labai dažnai ar net nuolat. Galima problemas spręsti ir patikinant klientą, jog ši bėda bus tikrai išspręsta. Tokį sprendimo būdą apklaustieji renka rečiau, nei

pirmąjį: 2 respondentai taip elgiasi kartais, 2 – retai. 1 apklaustas respondentas kartais, 2 respondentai retai ir 1 – beveik niekada renkasi problemos sprendimo atidėjimą, nes mano, jog kaimo turizmo sodyboje poilsiausio asmens kritika nėra teisinga.

Lygiai taip pat, kaip spręsti kilusias problemas, svarbu ir išsiaiškinti savo klientų poreikius bei stengtis juos patenkinti. Tik kartais išsiaiškinti savo klientų poreikius stengiasi 3 apklausti kaimo turizmo sodybų šeimininkai, vienas tai daro dar rečiau. 3 apklausti šeimininkai su klientais asmeniškai pakankamai dažnai, 1 – labai dažnai. Pagirtina, jog stengiamasi kuo dažniau akis į akį bendrauti su klientais, stengtis sužinoti, kas jiems patiko, kas nepatiko, ko trūksta. Taip daug paprasčiau išsiaiškinti, ko klientas nori ir stengtis tuos norus patenkinti. Tačiau vertėtų atkreipti dėmesį, jog anoniminės anketos sodybų šeimininkų nėra vertinamos, nors galėtų: anoniminėse anketose poilsiautojui gali būti daug paprasčiau pateikti neigiamus atsiliepimus apie kaimo turizmo sodybą, nei pasakyti garsiai pačiam šeimininkui į akis. Dauguma mandagių žmonių tiesiog išvardins gerąsias savybes, o blogus nutikimus tiesiog etiškai nutylės. Galima tikėtis, kad tuos „nutylėtus“, nepatikusius ar nepatenkinusius poilsiautojų poreikius, klientai išdėstys anoniminėje anketoje.

Kaimo turizmo sodybų šeimininkų buvo klausama, kaip dažnai ir iš kur jie gauna žinių, kaip tinkamai tenkinti poilsiautojų poreikius. Dalyvaujantys įvairiuose kursuose ir renginiuose kaimo turizmo sodybų šeimininkai pripažino tik kartais (3 respondentai) ir netgi retai (1 respondentas), dalyvaujantys seminaruose bei specialiuose mokymuose pasisakė tik kartais (2 respondentai) ir retai (2 respondentai).

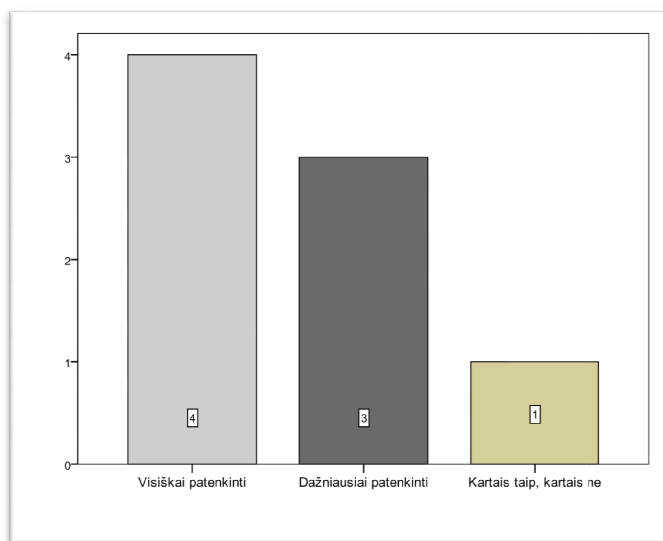


7 pav. Respondentų nuomonių pasiskirstymas apie kaimo turizmo sodybų šeimininkų savarankiško domėjimosi kaimo turizmo verslu dažnumą

Kaip matoma 7-ame paveiksle, šiek tiek daugiau nei dalyvavimas rengiamuose mokymuose ir kursuose, sodybų šeimininkai savarankiškai domisi kaimo turizmo verslu: 1 kaimo turizmo sodybos šeimininkas savarankiškai domisi pakankamai dažnai, 2 – kartais, 1 – retai. LKTA organizuojamuose mokymuose sodybų šeimininkai dalyvauja kartais (2 respondentai) arba retai (2 respondentai). Galima daryti išvadą, jog kaimo turizmo sodybų šeimininkai ganėtinai retai dalyvauja organizuojamuose kursuose, renginiuose ir apmokymuose, o dažniau linkę domėtis patys asmeniškai. Tai taip pat gali būti viena iš priežasčių, kodėl šeimininkams ne visada pavyksta patenkinti poilsiautojų poreikius. Tikėtina, jog kaimo turizmo sodybų šeimininkams dažniau lankantis tiek LKTA, tiek kitų organizacijų bei kompetentingų asmenų organizuojamuose mokymuose, kursuose ar seminaruose, būtų įgyjama daugiau specifinių žinių apie poilsiautojų poreikių tenkinimą, o bendraujant su kitų kaimo turizmo sodybų šeimininkais, galima dalintis ilgamete ir konkrečia kiekvienam atvejui neįkainojama patirtimi.

Siekiant išsiaiškinti, kaip patys kaimo turizmo sodybų šeimininkai vertina jų sodybos teikiamas paslaugas, buvo klausiama, ar jų nuomone, klientai yra patenkinti teikiamomis paslaugomis. Analizuojant kaimo turizmo sodybų šeimininkų nuomonę apie prisitaikymą prie kliento poreikių, nuomonės pasiskirstė nevienodai: 6 apklaustieji mano, jog jų klientai šeimininko prisitaikymu prie jų poreikių būna dažniausiai patenkinti, 1 apklaustasis – kartais būna patenkinti, kartais ne, ir vienas apklaustasis teigia, jog poilsiautojai yra visiškai patenkinti ir klientų poreikiai yra visiškai patenkunami.

Kaip matoma 8-ame paveiksle, kaimo turizmo sodybų šeimininkų nuomone, aptarnavimu jų klientai yra visiškai patenkinti. Tai rodo, jog arba sodybos šeimininkai visiškai negauna nusiskundimų apie aptarnavimo kokybę, arba labai stengiasi „nepastebėti“ trūkumų savo darbe. 3 apklaustieji teigia, jog jų klientai aptarnavimu būna dažniausiai patenkinti, tik vienas klientas teigia, jog kaimo turizmo sodybos aptarnavimu poilsiautojai būna patenkinti kartais, tačiau kartais kyla nesusipratimų.

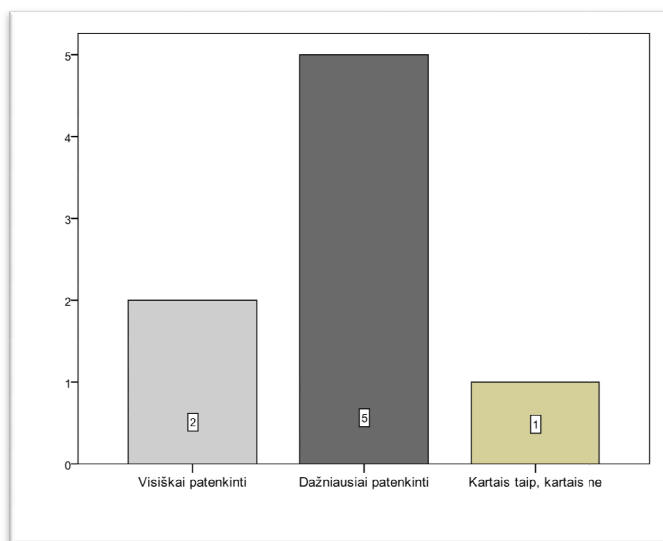


8 pav. Respondentų nuomonių pasiskirstymas apie klientų pasitenkinimo aptarnavimu dažnumą

Vertinant gyvenamųjų patalpų patogumą, kaimo turizmo sodybų šeimininkai mano, jog jomis vienaip ar kitaip poilsiautojai yra patenkinti: 2 apklausti šeimininkai mano, jog klientai yra visiškai patenkinti, 6 – kad gyvenamosiomis patalpomis jie būna dažniausiai patenkinti. Panašios nuomonės apklausti sodybų šeimininkai yra ir apie miegamųjų vietų skaičių: 6 šeimininkai mano, jog miegamųjų vietų skaičiumi poilsiautojai yra visiškai patenkinti, 2 – kad dažniausiai patenkinti.

Labai neblogą nuomonę kaimo turizmo sodybų šeimininkai turi apie savo sodybose teikiamo maisto skonį ir įvairovę. Vienas iš apklaustųjų mano, jog jo klientai maistu yra visiškai patenkinti, 5 – dažniausiai patenkinti, o tik 2 apklausti šeimininkai mano, jog būna ir nusiskundimų, tačiau būna ir pagyrimų.

Kaip matoma 9-ame paveiksle, aplinkos švara ir tvarkingumas, anot kaimo turizmo sodybų šeimininkų, klientų yra vertinami gan pozityviai. Iš visų 8 apklaustų šeimininkų, 2 pasisakė, jog klientai sodybos sutvarkymu ir jos švara yra visiškai patenkinti, 5 apklaustieji mano, jog dažniausiai dėl švaros ir tvarkos problemų nekyla, ir tik 1 apklaustasis turizmo sodybos šeimininkas pripažįsta, jog kartais gauna nusiskundimų dėl tvarkos ir švaros, tačiau dažnai ir pagyrimų.



9 pav. Respondentų nuomonių pasiskirstymas apie klientų patenkinimo aplinkos švara, tvarkingumu dažnumą

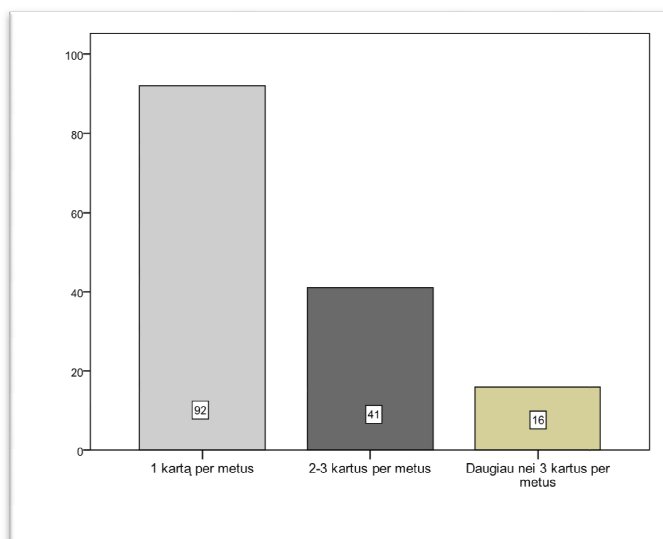
Kambarių tvarkymą kaimo turizmo sodybų šeimininkai vertina taip pat gan teigiamai: net 6 iš visų apklaustų teigia, jog klientai būna dažniausiai patenkinti, po vieną visiškai patenkintą bei kartais taip, kartais ne. Atsiskaitymo būdas irgi vertinamas gerai – net 5 iš 8 kaimo turizmo sodybų šeimininkų teigia, jog klientai atsiskaitymo būdu dažniausiai yra patenkinti, 2 iš 8 – visiškai patenkinti ir tik vienas šeimininkas pripažįsta, jog kartais būna nusiskundimų dėl atsiskaitymo. Tikėtina, jog nusiskundimai kyla dėl nepakankamai lankstaus apmokėjimo už paslaugas būdo, pvz., galbūt galima atsiskaityti tik grynais, negalima panaudoti kreditinių kortelių ir pan. Net 6 respondentai teigia, jog jų klientai yra visiškai patenkinti informacijos apie kaimo turizmo sodybą prieinamumu, 2 apklaustieji – kad tik kartais pavyksta rasti tinkamos informacijos.

3.2 Šiaulių regiono kaimo turizmo sodybų klientų apklausos analizė

Ne visi iš apklaustųjų yra lankęsi Šiaulių regiono kaimo turizmo sodybose. Iš 182 apklaustų Šiaulių regiono gyventojų bei jų svečių, kaimo turizmo sodybose poilsiaavę yra 149 asmenys. Taigi, toliau analizuojami tik teigiamai pasisakę respondentai.

Respondentams buvo pateiktas sąrašas Šiaulių regione įsikūrusių kaimo turizmo sodybų. Jame buvo įtrauktos ir Lietuvos kaimo turizmo asociacijai priklausančios sodybos, ir sodybos, kurios nėra jos narės. Daugiausia apklaustųjų yra lankęsi „Šeduvos malūne“ (79) ir „Žarijoje“ (77) – atitinkamai 54,1 proc. ir 52,74 proc. Kiek mažiau asmenų yra poilsiaavę „Girelėje“ (40, 27,4 proc.), „Pageluvio šile“ (34,

23,29 proc.), „Pilaitėje prie Gudelių ežero“, „Ažuolų slėnyje“ (po 31 apklaustąjį, 21,23 proc.), Onos Gutkauskienės sodybą yra aplankę 30 apklaustųjų (20,55 proc.), „Miško vingyje“ laiką leido 21 apklaustasis (14,38 proc.). Rečiau lankomos šios sodybos: Jocu sodyba (18 apklaustųjų, 12,33 proc.), V. Krištopaičio sodyba, „Gervėnų sodyba“ (po 17 respondentų, 11,64 proc.), „Verda Bell“ (15, 10,27 proc.), „Meškių dvarkiemis“ (11, 7,53 proc.), „Rėžaliai“ Penktasis sezonas (9, 6,16 proc.) „Svajoklių slėnis“, „Žinėnai“ (po 8 apklaustuosius, 5,48 proc.). Kitą atsakymo variantą pasirinko 16 apklaustų kaimo turizmo sodybų poilsiautojų. Net 6 iš jų nurodė poilsiauvę „Miego klinikoje“ (4,11 proc.), po tris respondentų taškus gavo Joniškio rajone įsikūrusios sodybos „Ažuolynas“ bei „Audruvis“ (po 2,05 proc.), po vieną asmenį pasisakė buvę „Kaimo klėtyje“ bei „Gitanos sodboje“ (0,7 proc.). Likusieji respondentai nurodė ne Šiaulių regione esančias kaimo turizmo sodybas: „Ramybė“ Lazdijų rajone, sodybą Jagadonyse Kauno rajone.

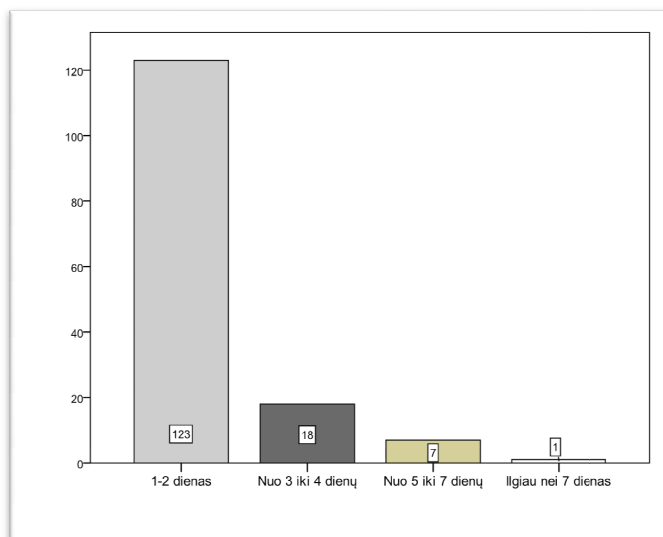


10 pav. Respondentų nuomonių pasiskirstymas apie lankymosi kaimo turizmo sodyboje dažnumą

Kaip matoma 10-ame paveiksle, daugiausia respondentų (92) kaimo turizmo sodybose poilsiauja vieną kartą per metus. Tai sudaro 61,74 proc. visų apklaustųjų. Du-tris kartus per metus sodybose lankosi 41 apklaustasis (27,52 proc.), o dažniau nei tris kartus laiką kaimo turizmo sodybose leidžia tik 16 apklaustųjų (12,75 proc.).

Respondentų buvo klausama, koks yra pagrindinis jų sprendimo rinktis kaimo turizmo sodybą tikslas. Dauguma (77, 85 proc.) – net 116 iš 149 apklaustų poilsiautojų – renkasi kaimo turizmo sodybą įvairių švenčių šventimui. Kiek mažiau žmonių kaimo turizmo sodybas renkasi atostogų praleidimui (39), poilsiui po įtemptų darbų (38), nuotykių patyrimui (35), norint pakeisti įprastą gyvenimo aplinką

kita (27). Gamtos, kultūros bei tradicijų pažinimui kaimo turizmo sodybą renkasi vos 13 respondentų (8,72 proc.). Trys apklaustieji patys į anketą įrašė tikslą, dėl kurio renkasi kaimo turizmo sodybas. Tai daro norėdami praleisti atostogas, jubiliejaus šventimui bei pietavimui.



11 pav. Respondentų nuomonių pasiskirstymas apie vidutinį laikotarpį, praleidžiamą kaimo turizmo sodyboje

Kaip matoma 11-ame paveiksle, dažniausiai poilsiautojai kaimo turizmo sodyboje praleidžia trumpą laikotarpį, t.y. vieną ar dvi dienas. Tokiam laikotarpiui atvažiuoja net 82,55 proc. apklaustųjų (123 asmenys). Nuo trijų iki keturių dienų kaimo turizmo sodyboje atostogauja 12,08 proc. (18 respondentų), nuo penkių iki septynių dienų – tik 4,7 proc. (7 apklaustieji). Ilgiau nei savaitę kaimo turizmo sodyboje praleidžia tik vienas asmuo ir 149 apklaustų.

Tinkamai naudojant reklamą, galima optimaliai padidinti klientų skaičių, informuoti potencialius vartotojus, pateikiant svarbią ir naudingą informaciją. Iš kaimo turizmo sodybų vartotojų pusės, kaimo turizmo sodybos reklamavimas bei informacijos apie ją pateikimas skatina vartotojus rinktis, ieškoti optimaliausio ir labiausiai konkretiems poilsiautojams reikiamo bei tinkamo varianto.

Reklamą televizijoje galima pavadinti viena labiausiai pritraukiančių klientus ir labiausiai įsimenama patiems klientams. Tačiau vertinant Šiaulių regiono kaimo turizmo sodybų reklamą televizijoje, labai dažnai iš šios masinės informavimo priemonės apie sodybą sužino tik 7,38 proc. respondentų (11 asmenų). Dažnai televizijoje reklamą pastebi ir ja susidomi 17,45 proc. apklaustųjų (26 asmenys), kartais ir retai – atitinkamai 28,19 proc. ir 18,79 proc. Beveik niekada žiūrėdami televiziją kaimo turizmo sodybų reklamų nemato ar jomis nesusidomi 42 asmenys ir 149 apklaustų

(28,19) proc. Galima daryti išvadą, jog kaimo turizmo sodybų šeimininkams nelabai efektyvu reklamuotis komerciniuose visoje Lietuvoje transliuojamuose TV kanaluose. Tačiau galima būtų pasinaudoti regioninėmis televizijomis, tokiomis kaip „Splus“ bei „Šiaulių televizija“.

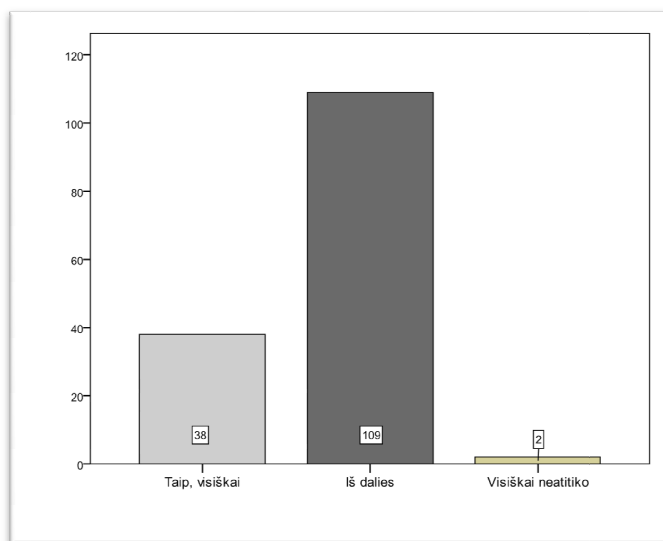
Vertinant reklamą spaudoje, gauti labai panašūs rezultatai kaip ir su televizija: dauguma poilsiautojų (65) informacijos iš spaudos gauna retai arba beveik niekada. Tai sudaro 43,62 proc. visų apklaustųjų. Kartais spaudoje, tikėtina, jog regioninėje, informacijos randa tik 50 apklaustųjų (33,56 proc.). Dažnai ir labai dažnai spauda kaip informaciniu šaltiniu naudojasi tik 34 respondentai (22,82 proc.). Taip pat, kaip ir televizija, spaudoje neekonomiška reklamuotis visos Lietuvos mastu. Atlikus nedidelį tyrimą ir peržvelgus vieno Šiaulių regiono laikraščių visos savaitės numerius, rasti tik dviejų kaimo turizmo sodybų skelbimai, kuriuose nurodoma informacija ir reklamuojamos teikiamos paslaugos. Tai gi verta ir netgi būtina išnaudoti regioninius laikraščius, tokius kaip „Šiaulių kraštas“, „Šiaulių naujienos“ ir kt.

Reklama internete kaip informacinis šaltinis renkantis kaimo turizmo sodybą, anot daugumos apklaustųjų, naudojama labai dažnai (50 respondentų, 33,56 proc.). Dažnai ir kartais informacijos atitinkamai 35 ir 34 apklausti kaimo turizmo sodybų poilsiautojai. Retai ar beveik niekada internetu nesinaudoja tik 30 respondentų (20,13 proc.). Kadangi reklama internete dabar labai populiarėja ir efektyvumu nenusileidžia televizijos reklamai, būtina ją išnaudoti.

Informaciniais katalogais poilsiautojai naudojasi irgi ganėtinai retai: retai arba niekada nėra informacinių katalogų vartę netgi 68 apklaustieji (45,63 proc.), kartais informaciniais katalogais naudojasi tik 27,52 proc. apklaustųjų, o tarp dominuojančių informacinių šaltinių informacinius katalogus priskyre tik 40 apklaustųjų (26,85 proc.).

Panaši situacija ir analizuojant Turizmo informacijos centrus (TIC) bei Lietuvos kaimo turizmo informacinius katalogus. Labai dažnai ir dažnai TIC informacijos apie kaimo turizmo sodybas ieško tik 30 apklaustų poilsiautojų, visi kiti tai daro retai arba informacijos tenai neieško beveik niekada. Katalogus varto tik 24 apklaustieji, o tai sudaro tik 16,11 proc. visų apklaustųjų.

Visai kitokia situacija vertinant potencialių poilsiautojų draugų bei pažįstamų įtaką kaip informavimo šaltinį. Labai dažnai pažįstamų bei draugų nuomone labai dažnai pasikliauja net 103 apklausti poilsiautojai (69,13 proc.), dažnai – 22 respondentai (14,77 proc.). Kartais, retai ar beveik niekada savo pažįstamų ir draugų patarimais nesinaudoja tik nedidelė dalis – 24 apklausoje dalyvavę asmenys.



12 pav. Respondentų nuomonių pasiskirstymas apie surinktos informacijos apie kaimo turizmo sodybas atitikimą lūkesčiams

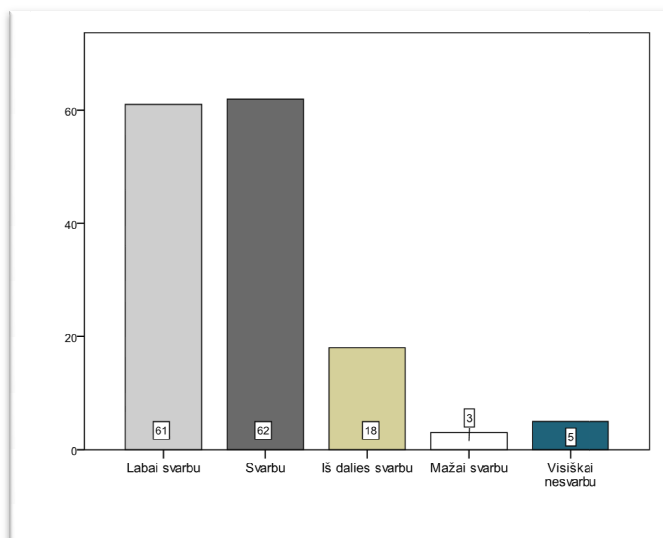
Aptarus įvairius informacinius šaltinius, kurių pagalba galima daugiau sužinoti apie kaimo turizmo sodybas, tikslinga paklausti, ar surinkta informacija apie kaimo turizmo sodybas atitiko poilsiautojų lūkesčius. Visiškai patenkinti surinkta informacija buvo tik 38 respondentai (25,5 proc.). Dauguma apklaustųjų – net 109 asmenys – teigia, jog informacijos surinkimas juos tenkina tik iš dalies (73,15 proc.). Tik dviejų respondentų gauta informacija netenkino visiškai.

Kiekvienas individas rinkdamas savo poilsiui kaimo turizmo sodybą pirmenybę atiduoda skirtingiems dalykams. Tai kas vienam yra svarbu, kitam gali atrodyti visiškai nereikšminga. Respondentams buvo pateiktas sąrašas veiksnių, kurie galėtų įtakuoti renkantis poilsio vietą. Jie turėjo įvertinti penkių lygių sistemoje (labai svarbu, svarbu, iš dalies svarbu, mažai svarbu, visiškai nesvarbu), kaip tam tikras veiksnys yra svarbus jo pasirinkimui.

Atliktas tyrimas rodo, jog kaimo turizmo sodybos vieta yra svarbi ar netgi labai svarbi daugumai apklaustųjų (daugiau nei 86 proc. visų respondentų). Sodybos interjeras ir eksterjeras poilsiautojams yra kiek mažiau svarbus: labai svarbiu šį teiginį pažymėjo 30 apklaustųjų (20,13 proc.), svarbiu – net 72 iš 149 apklaustų klientų (48,32 proc.). Iš dalies sodybos interjeras ir eksterjeras svarbus net 24,83 proc. visų respondentų (37 asmenys). Nesvarbus šis elementas tik 10 asmenų.

Net 41,61 proc. apklaustųjų (62 asmenims) kaimo turizmo sodybos tipas yra svarbus aspektas renkantis konkrečią sodybą, iš dalies šis aspektas svarbus 32,21 proc. respondentų (48 asmenims). Gandrų skaičius taip pat turi nemenką įtaką renkantis kaimo turizmo sodybą – net 53 apklaustieji (35,57 proc.) prieš pasirinkdami sodybą domisi gandrų skaičiumi, nes jiems tai atrodo labai svarbu ar

svarbu. Iš dalies svarbus gandrų skaičius 44 asmenims (29,53 proc.), likusiems 52 apklaustiesiems gandrų skaičius didelės įtakos nedaro.

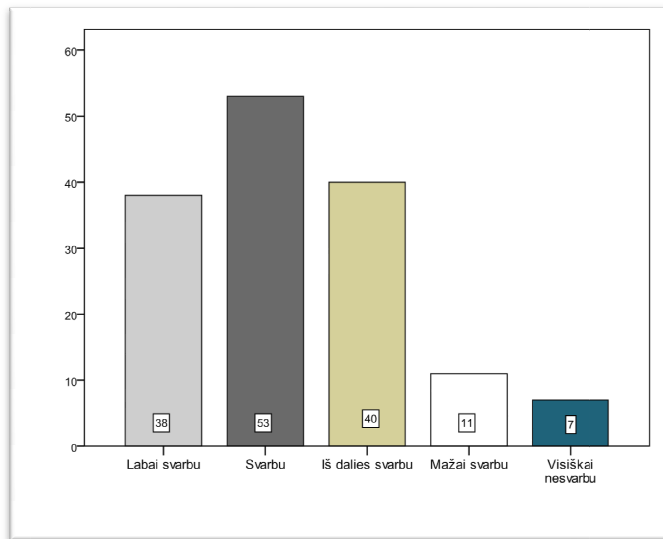


13 pav. Respondentų nuomonių pasiskirstymas apie apgyvendinimo sąlygų svarbą, renkantis kaimo turizmo sodybą

Kaip matoma 13-ame paveiksle, absoliuti dauguma (63 respondentai) apklaustų kaimo turizmo sodybos klientų mano, jog apgyvendinimo sąlygos sodyboje yra daugiau ar mažiau svarbios. Tai sudaro 82,55 proc. visos apklausiamosios visumos. Apgyvendinimas iš dalies ar mažiau svarbus tik mažiau nei penktadaliui visų apklaustųjų.

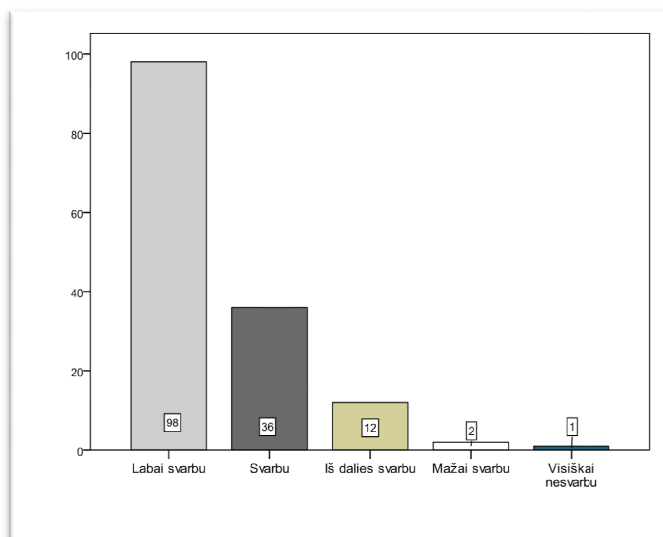
Daugumą kaimo turizmo sodybų poilsiautojai aplanko tikėdamiesi smagiai atšvęsti ypatingas šventes, taigi maitinimas yra gan svarbus aspektas, renkantis kaimo turizmo sodybą. Išanalizavus apklaustų poilsiautojų nuomones, matyti, jog maitinimo būdas daugiau ar mažiau svarbus 112 apklaustųjų (75,16 proc.), iš dalies tai svarbu 25 respondentams (16,78 proc.). Maitinimas nėra labai svarbus tik kiek mažiau nei dešimtadaliui (12 respondentų).

Kaip matoma 14-ame paveiksle, teikiamų paslaugų gausa taip pat yra labai svarbus aspektas. 38 apklausti kaimo turizmo sodybų klientai (25,5 proc.) teigia, jog šis aspektas yra labai svarbus, 53 respondentai (35,57 proc.) mano, jog teikiamų paslaugų gausa yra svarbu. Iš dalies šis aspektas svarbus 40 apklaustųjų, o tai sudaro 26,85 proc. Tik 18 apklaustųjų mano, jog didelė paslaugų gausa galinti pasigirti sodyba niekuo nenusileidžia sodybai, kurios paslaugų paketas skurdesnis.



14 pav. Respondentų nuomonių pasiskirstymas apie teigiamų paslaugų gausos svarbą, renkantis kaimo turizmo sodybą

Net po 62 respondentus mano, jog jauki aplinka renkantis kaimo turizmo sodybą vaidina svarbų ar net labai svarbų vaidmenį (viso 83,22 proc.), dar 12,75 proc. mano, jog jauki aplinka tik iš dalies gali įtakoti sodybos pasirinkimą. Kadangi yra sakoma, jog „geras aptarnavimas yra sėkmingo verslo sinonimas“, kaimo turizmo sodybų klientų buvo klausama, kiek jiems svarbus geras aptarnavimas. Dauguma pasisakė, jog ši sritis taip pat yra ganėtinai svarbi (83,22 proc.).

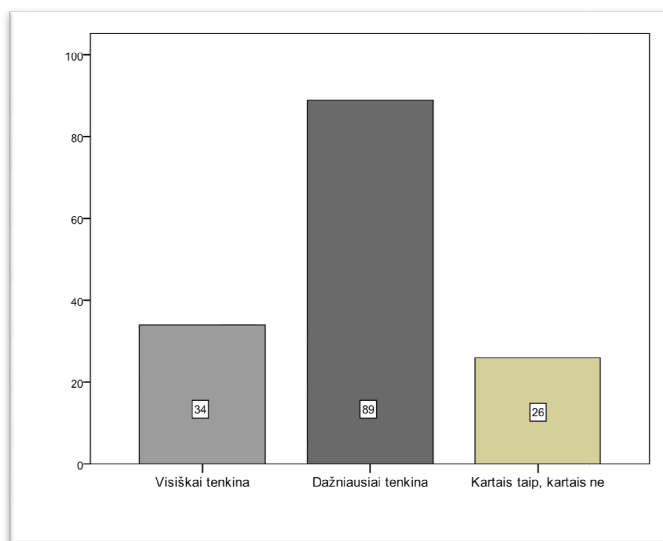


15 pav. Respondentų nuomonių pasiskirstymas apie kainos svarbą, renkantis kaimo turizmo sodybą

Kaina yra pinigų suma, mokama už paslaugą, kurią poilsiautojai išmaino į teisę naudotis konkrečia paslauga. Jei kaina yra per aukšta klientui, paslauga naudotis jis negali, o paslaugos teikėjas praranda potencialias pajamas. Todėl kaina yra itin jautrus, tačiau labai svarbus klausimas, renkantis kaimo turizmo sodybą. Kainą itin svarbiu argumentu renkantis kaimo turizmo sodybą laiko net 98 respondentai (65,77 proc.), kiek mažiau svarbiu – 36 apklaustieji (24,16 proc.). Kaina tik iš dalies svarbi yra 12 apklaustų asmenų (8,05 proc.). Kaina mažai svarbi ar visiškai nesvarbi yra tik 3 asmenims.

Pasak G. Olekaitės (2007, p. 1), įvaizdis yra idėjų, jausmų, suvokimų ir įsivaizdavimų, kuriuos asmuo ar asmenų grupė turi organizacijos atžvilgiu, visuma, sąlygota materialių ir socialinių vertybių. Todėl labai svarbu sukurti tinkamą kaimo turizmo sodybos įvaizdį, kurį, kaip matoma iš atlikto tyrimo, labai svarbiu laiko net 104 apklaustieji (69,8 proc.).

Kaip matyti iš tyrimo, didžioji dalis lankytojų labiausiai vertina tai, kad sodyba būtų geroje gražioje aplinkoje, kad joje būtų jauku, kad būtų suteiktos geros apgyvendinimo ir maitinimo sąlygos, gerai aptarnauti, o svarbiausia, kad tai nebūtų brangu.



16 pav. Respondentų nuomonių pasiskirstymas apie pasitenkinimą maloniu ir mandagiu aptarnavimu

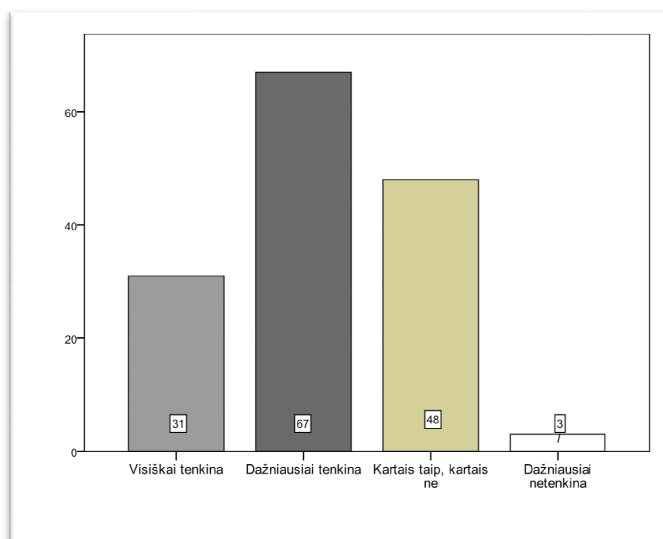
Tyrimo buvo siekta išsiaiškinti, ar poilsiautojai yra patenkinti kaimo turizmo sodybos teikiamomis paslaugomis. Kaip matoma 16-ame paveiksle, maloniu ir mandagiu aptarnavimu visiškai patenkinti yra 34 apklausti klientai (22,82 proc.). Dažniausiai malonus bei mandagus aptarnavimas tenkina net 89 respondentus (59,73 proc.). Kartais nusiskundimų aptarnavimu turi tik 17,45 proc. apklaustųjų (26 asmenys).

Gyvenamosios patalpos turi ne tik atitikti keliamus higienos reikalavimus, bet būti patogios ir patikti poilsiautojams. Išanalizavus poilsiautojų nuomones, galima teigti, jog patogiomis gyvenimo patalpomis daugiau ar mažiau patenkinti yra netgi 118 respondentų (79,19 proc.). Kartais patenkinti, kartais ne visiškai yra tik 29 respondentai (19,46 proc.), nepatenkinti gyvenimo patalpų patogumu yra tik 2 apklausti asmenys.

Miegamųjų vietų skaičius taip pat labai svarbus vartotojų pasitenkinimui. Jei miegamųjų vietų per mažai, tikėtina, jog didelės klientų grupės atsisakys švęsti šventes ar praleisti laiką kaimo turizmo sodyboje. Išsiaiškinus poilsiautojų nuomones, matoma, jog visiškai patenkinti miegamųjų vietų skaičiumi yra net 28,19 proc. (42) apklaustųjų, dažniausiai patenkinti – net 46,98 proc. arba net 70 apklaustųjų. Kartais miegamųjų vietų skaičius netenkina 36 respondentų (t.y. 24,16 proc.), o netenkina tik vieno apklaustojo. Labai panašiai poilsiautojai vertina ir švorią aplinką.

Kaip jau minėta, skanus maistas ir geras maitinimas yra labai svarbus faktorius renkantis kaimo turizmo sodybą. Taigi, poilsiautojai tuo domisi prieš rinkdamiesi sodybą. Galbūt dėl šios priežasties absoliuti dauguma turistų daugiau ar mažiau yra patenkinti maisto, kurį gali rinktis kaimo turizmo sodyboje, skoniu.

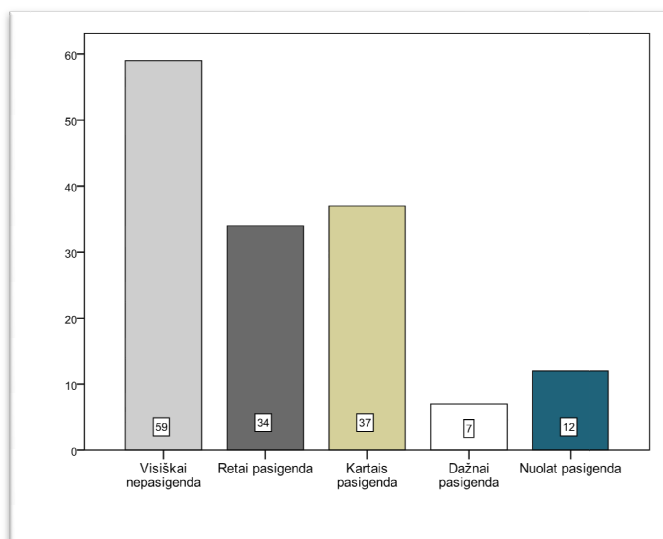
Šiek tiek daugiau nepatenktų poilsiautojų yra kalbant apie kruopštų kambarių tvarkymą. Beveik trečdalis (32,21 proc.) apklaustųjų (48) kartais randa nusiskundimų dėl kambarių tvarkymo, o 7 apklausti asmenys (4,7 proc.) dažniausiai yra nepatenkinti netinkamu kambarių tvarkymu. Kiti respondentai kambarių tvarkymu yra patenkinti.



17 pav. Respondentų nuomonių pasiskirstymas apie prisitaikymą prie klientų poreikių

Kaip matoma 17-ame paveiksle, respondentų nuomonės apie kaimo turizmo sodybų šeimininkų bei darbuotojų bandymą prisitaikyti prie klientų poreikių yra teigiamos. Net 98 apklausti asmenys visiškai ar dažniausiai patenkinti tuo, kaip prie jų poreikių taikomasi. Kartais patenkinti, tačiau kartais nelabai yra 48 apklausti asmenys, o dažniausiai nepatenkinti tik 3 apklaustieji (tai sudaro vos 2 procentus visų respondentų). Labai panašiai turistai vertina atsiskaitymo būdo patogumą – dauguma jų yra patenkinti.

Pateikus poilsiautojams kaimo turizmo sodybose teikiamų paslaugų sąrašą, buvo prašoma pažymėti, kaip dažnai kiekvienos paslaugos jie pasigenda aplankytose kaimo turizmo sodybose. Tualetų ir dušo absoliuti dauguma arba visiškai nepasigenda arba pasigenda itin retai. Tą tikriausiai įtakoja tai, jog tualetas ir dušas yra privalomi bet kokio lygio kaimo turizmo sodybose ir jų įrengimas yra būtinas.



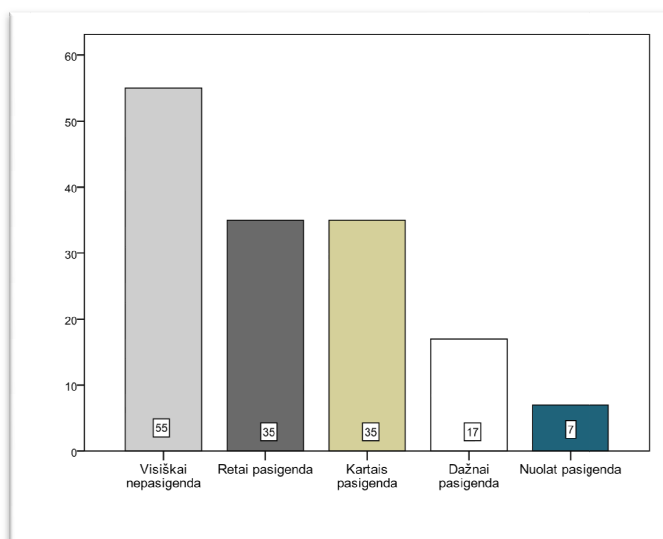
18 pav. Respondentų nuomonių pasiskirstymas apie galimybės atsivežti gyvūnus trūkumą kaimo turizmo sodybose

Viena iš pateiktų kaimo turizmo sodybose teikiamų paslaugų – galimybė atsivežti naminius gyvūnus. Kadangi vis daugiau šeimų ar pavienių asmenų namuose turi augintinį, kuris jiems yra kaip dar vienas šeimos narys, važiuodami atostogauti, šeimininkai nori augintinius pasiimti kartu. Kaip matoma 18-ame paveiksle, nuolat galimybės atsivežti augintinį 12 apklaustų asmenų, dažnai šios paslaugos pasigenda 7 apklaustieji, kartais – 37. Retai ir visiškai retai to reikia daugiau nei pusei – net 93 respondentams.

Muzikos bei vaizdo aparatūros, sąlygų švenčių organizavimui bei konferencijų ir seminarų rengimui, židinio dažnai pasigenda vos keli apklaustieji. Tikėtina, jog daugumoje sodybų sąlygas šventėms, konferencijoms ir seminarams organizuoti sodybos šeimininkai stengiasi sudaryti kuo idualesnes, nuperkama muzikos ir vaizdo aparatūra, vaizdo projektoriai, nešiojamieji kompiuteriai, kurie taip pat prisideda prie gerų sąlygų šventės organizavimui.

Vaikų žaidimo aikštelės, supynės, čiuožyklos, laipynės ir įvairios karuselės – neatsiejama atostogaujancios šeimos su mažais vaikais dalis. Mažų vaikų užimtumui tokios įrangos reikia, o tėvai dažniausiai būna patenkinti, kai kaimo turizmo sodyboje randa tinkamas, saugias ir pagal reikalavimus įrengtas vaikų žaidimo aikšteles. Išanalizavus gautas poilsiautojų nuomones matoma, jog absoliuti dauguma kaimo turizmo sodybas aplankiusių asmenų vaikams skirtų žaidimo aikštelių kokybe bei kiekybe yra patenkinti ir jų visiškai nepasigenda. Lygiai tokia pati apklaustųjų nuomonė ir apie sporto aikšteles, treniruokliais. Kai kuriose sodybose jos yra įrengtos, todėl apsilankantieji jų praktiškai nepasigenda.

Dauguma kaimo turizmo sodybų nuomoja vienokį ar kitokį sporto inventorių: žiemą – slides, vasarą – vandens dviračius, baidares. Kadangi, ieškodami tokių specifinių paslaugų, klientai dažniausiai klausia sodybų šeimininkų, ar jie konkrečias paslaugas teigia, todėl galima daryti prielaidą, jog norėdami nuomotis specifinį sporto inventorių klientai atvyksta tiksliai žinodami, jog ši kaimo turizmo sodyba tokias paslaugas teikia. Taigi, logiška, jog sporto inventoriaus nuomos absoliuti dauguma apklaustųjų visiškai nepasigenda arba pasigenda retokai.



19 pav. Respondentų nuomonių pasiskirstymas apie interneto trūkumą kaimo turizmo sodybose

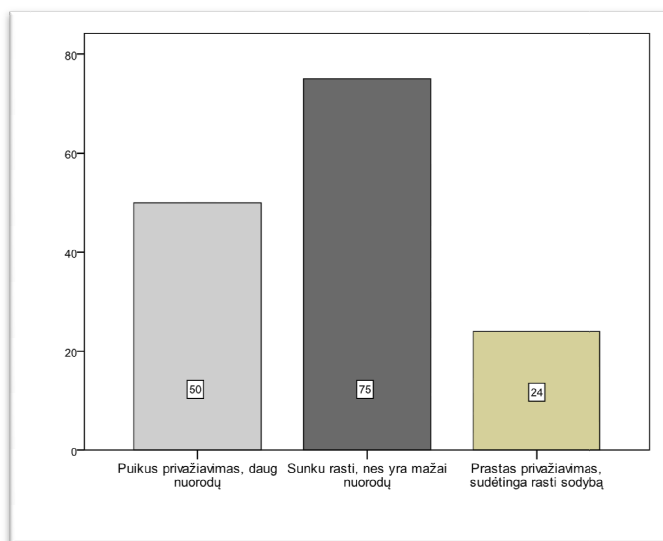
Šiuolaikiniame pasaulyje sunku įsivaizduoti gyvenimą be interneto. Internetas tapo patogiu informacijos paieškos, apsikeitimo, pasidalinimo įrankiu. Kartais net atostogaudami ar švęsdami šventes sunkiai apsieiname be interneto. Kai kuriose kaimo turizmo sodybose yra teikiamas bevielis interneto ryšys, tačiau kitose ši paslauga neteikiama. Kaip matoma 19-ame paveiksle, interneto kaimo turizmo sodybose nuolat pasigenda 7 apklausti asmenys (4,7 proc. visų apklaustų), dažnai jo pasigenda 17 turistų (11,41 proc.), kartais interneto prireikia 35 apklaustiesiems (23,49 proc.). Retai ir visiškai interneto ryšio poilsiaujant kaimo turizmo sodyboje nepasigenda 60,4 proc. (90) visų sodybų poilsiautojų.

Pateikus poilsiautojams kaimo turizmo sodybose teikiamų pramogų sąrašą, buvo prašoma pažymėti, kaip dažnai kiekvienos pramogos jie pasigenda aplankytose kaimo turizmo sodybose. Pirties, kubilų ir baseinų pasigenda vos vienas kitas poilsiautojas – tai jau tapo labai įprasta ir beveik kiekviena sodyba šias pramogas siūlo. Biliardo ir teniso pasigenda irgi tik vienetai.

Žvejyba ir medžioklė taip pat nėra tos pramogos, kurių pasigestų turistai. Kiek dažniau jie pasigenda malonių pajodinėjimų žirgais po apylinkes, rudeninio grybavimo, uogavimo vasaromis. Dviračiais mielai pasivažinėti tikrai nemažai apklaustųjų – net 39 apklaustieji pasivažinėjimo dviračiais galimybių ir dviračių nuomos pasigenda kartais, 19 respondentų – dažnai. Galimybės pasiplaukioti baidarėmis kartais trūksta 36 turistams, 18 asmenų pasigenda dažnai ir 5 – nuolat.

Kaimo turizmo sodybose poilsiautojai dažniausiai pramogauja vasarą, tačiau kai kurie laiką leidžia ir žiemą. 39,6 proc. visų apklaustų turistų daugiau ar mažiau kaimo turizmo sodybose pasigenda žiemos pramogų, 36,91 proc. – ekstremalių pramogų. Kaimo turizmo sodybų šeimininkams vertėtų pasiūlyti poilsiautojams įvairesnių pramogų ir žiemą: slidinėjimą slidėmis ir snieglenčiu, čiuožinėjimą, pasivažinėjimą rogėmis su žirgais ar šunų kinkiniu, sniego motociklais. Taip pat galima pasiūlyti klientams ir retas ekstremalias paslaugas – buriavimą ledrogėmis, slidinėjimą tempiant žirgų, žeminių skrydžių oro balionu.

Poilsiautojų buvo klausama, kokia jų nuomonė apie Šiaulių regiono kaimo turizmo sodybų pasiekiamumą. Kaip matoma 20-ame paveiksle, net 75 apklaustieji (50,34 proc.) mano, jog rasti kaimo turizmo sodybas sunku, nes nėra informuojančių ir nurodančių kryptis ženklų, nuorodų. 24 respondentai (16,11 proc.) teigia, kad sodybas sunku pasiekti dėl prasto ir sudėtingo privažiavimo. Tik kiek daugiau nei trečdalis (33,56 proc., 50 apklaustųjų) asmenų sako, jog į kaimo turizmo sodybas veda puikus privažiavimas, pateikta nemažai nuorodų.



20 pav. Respondentų nuomonių pasiskirstymas apie Šiaulių regiono kaimo turizmo sodybų pasiekiamumą

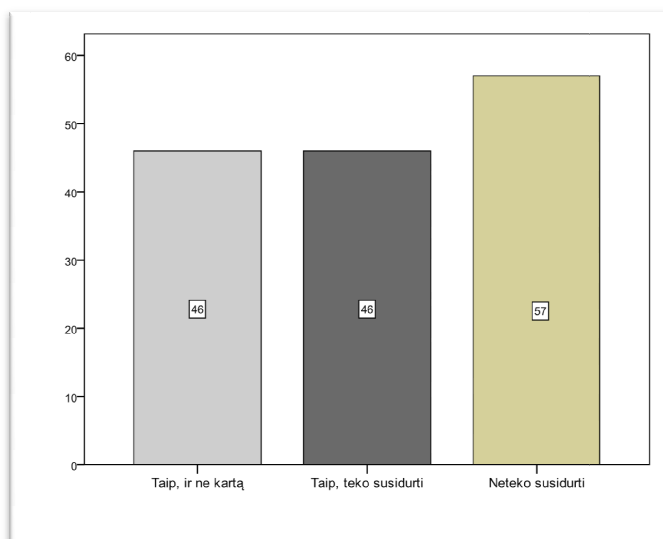
Apibendrinant visus anksčiau paminėtus veiksnius, įtakojančius kaimo turizmo sodybos pasirinkimą, teikiamas paslaugas ir pramogas, turistų buvo klausiami, kaip jie vertina sodybų infrastruktūrą ir aplinką. Patenkinamai ir blogai sodybas vertina tik 26 respondentai (17,45 proc.), gerai – 90 apklaustųjų (60,4 proc.). Anot 33 turistų, infrastruktūra ir aplinka Šiaulių regiono kaimo turizmo sodybose yra puiki (taip mano 22,15 proc.).

Respondentų nuomonė apie kaimo turizmo sodybose teikiamų paslaugų kainą pasiskirstė į dvi grupes: 58,39 proc. apklaustųjų mano, jog kaina yra šiek tiek per aukšta, o 40,91 proc. teigia, jog kaina visiškai atitinka kokybę. Tik vienas respondentas mano, jog kaina šiek tiek per žema. Daugumai apklaustųjų kaimo turizmo sodybų teikiamos paslaugos atitiko poreikius (113 asmenų, 75,84 proc.), kai kurie pripažino, jog netgi viršijo pageidavimus (28 apklaustieji, 18,79 proc.). Tik 8 respondentams gautos paslaugos pasirodė ne visai tokios, kokių jie tikėjosi (5,37 proc.).

Norėdami tinkamai ir optimaliai tenkinti vartotojų poreikius, kaimo turizmo sodybų šeimininkai stengiasi sužinoti, kuo vartotojai domisi, kokių paslaugų tikisi ir pan. 23,49 proc. (35 respondentai) paneigė teiginį, jog sodybų šeimininkai domisi klientų poreikiais. Tačiau didžioji dauguma (76,51 proc.) pripažino, jog kaimo turizmo sodybose buvo domimasi konkrečiai jų poreikiais.

Kaimo turizmo sodybų šeimininkai stengiasi sudaryti kuo geresnes sąlygas įvairioms grupėms poilsiuoti jų sodyboje, tačiau vis tik ne visos grupės turi vienodai geras sąlygas praleisti laiką kaimo turizmo sodybose. Pasak daugumos respondentų, šeimoms, pavieniams turistams ir asmenims su mažamečiais vaikais yra geros ir netgi puikios sąlygos Šiaulių regiono kaimo turizmo sodybose.

Žmonėms su negalia, anot daugumos apklaustųjų, sąlygos poilsiauti yra tik vidutiniškos. Respondentų nuomonė apie sąlygas pagyvenusiems žmonėms išsiskyrė: 38,26 proc. mano, jog sąlygos vidutiniškos, o 49 proc. teigia, jog sąlygos yra puikios ar bent jau tikrai geros. Užsieniečiams ir specialių interesų žmonėms, anot daugumos apklaustųjų, sąlygos irgi tik vidutiniškos.



21 pav. Respondentų nuomonių pasiskirstymas apie domėjimąsi iškilusiomis problemomis

Kaip matoma 21-ame paveiksle, su problemomis poilsiaudami kaimo turizmo sodyboje nėra susidūrę 38,26 proc. apklaustųjų. Su vienokiomis ar kitokiomis problemomis yra susidūrę 92 apklaustieji (61,74 proc.). Tų, kurie buvo susidūrę su problemomis, buvo klausama, ar kaimo turizmo sodybų šeimininkai bandė spręsti kilusias problemas. Absoliuti dauguma (59,14 proc.) apklaustųjų teigia, jog visais atvejais problemos buvo išspręstos, 38,71 proc. asmenų pasisakė, jog problemos buvo išspręstos ne visais atvejais. Problemų kaimo turizmo sodybų šeimininkai nesistengė spręsti tik 2 respondentų atvejais.

Ateityje Šiaulių regiono kaimo turizmo sodybų paslaugomis planuoja naudotis 71,48 proc. visų apklaustų turistų (108 asmenys). Konkrečiai dar neapsisprendę kol kas yra 22,15 proc. (33 asmenys). Kategoriškai Šiaulių regiono kaimo turizmo sodybų nebelankyti pasisakė tik 8 apklaustieji (5,37 proc.).

IŠVADOS

- Išanalizavus kaimo turizmo skirtingų Lietuvos ir užsienio šalių mokslininkų sąvokas, buvo nustatyta, kad visi jie šią sąvoką tiesiogiai sieja su poilsiautojų veikla bei laiko praleidimu neurbanizuotose vietovėse. Taip pat buvo rastas ryšys tarp kaimo turizmo bei kitomis turizmo rūšimis, kurios persipina ir papildo vienas kita, tačiau skiriasi tik savo veiklos tikslais.
- Kadangi kaimo turizmas – tai dviejų suinteresuotų žmonių bendravimas, todėl buvo svarbu identifikuoti šios paslaugos vartotoją, kuris apibūdinamas kaip asmuo, keliaujantis į kaimo turizmo sodybą rekreaciniais, kultūriniais, pažintiniais ir kitais tikslais, bei apsistojantis joje tam tikram laikotarpiui bet ne mažiau kaip vienai nakvynei. Tam, kad abipusis bendravimas būtų kuo naudingesnis abiem pusėms, poilsiautojai kaimo turizmo sodybą turi palikti laimingi ir patenkinti, taigi sodybos šeimininko rūpestis yra kaip tinkamai patenkinti kiekvieno kliento poreikius.
- Atsižvelgiant į kaimo turizmo sodybose teikiamų paslaugų kokybę bei kiekybę, kaimo turizmo sodyboms, atstovaujančioms Lietuvos kaimo turizmo asociacijai, priskiriama tam tikra kategorija, t.y. gandrų skaičius, kuris svyruoja nuo 1 iki 5.
- Empiriniam tyrimui buvo apklausti 8 kaimo turizmo sodybų šeimininkai ir 182 Šiaulių regiono gyventojai, kurie, tikėtina, bent kartą naudojosi kaimo turizmo sodybų teikiamomis paslaugomis. Iš apklaustų kaimo turizmo sodybų šeimininkų yra 3 vyrai ir 5 moterys. Iš 182 apklaustų respondentų, 39,56 proc. buvo vyrai (72 apklaustieji) ir 60,44 proc. – moterys (110 respondenčių).
- Atlikus kaimo turizmo sodybų **šeimininkų** tyrimą nustatyta, kad Šiaulių apskrityje nėra žemiausios ir aukščiausios kategorijos, t.y. 1 ir 5 gandrų sodybų. Be to ne visi kaimo turizmo sodybų šeimininkai priklauso Lietuvos kaimo turizmo asociacijai. Pasak sodybų šeimininkų, Lietuvos turistai pas juos lankosi dažniau nei užsieniečiai. Dažniausiai atvykę poilsiautojai tikisi aktyviai praleisti laiką arba atšvęsti šventes. Tam dažniausiai pasirenkamas trumpesnis – 1-2 dienų periodas. Sodybų šeimininkai savo klientus dažniausiai apie sodybą informuoja regioninėje spaudoje bei pateikia informaciją, kurią galima gauti Turizmo informacijos centruose. Turistus dažniausiai stengiamasis pritraukti teikiamų paslaugų įvairove bei patrauklesne kaina. Dauguma sodybos šeimininkų sodybos teikiamas paslaugas vertina gan neblogai, ir nurodo, jog klientai dažniausiai yra jomis visiškai patenkinti.

- Didžioji dalis sodybų šeimininkų teigia, kad nors ir retai tačiau visgi gauna nusiskundimų iš savo vartotojų. Siekiant kuo optimaliau patenkinti vartotojų poreikius, sodybų šeimininkai stengiasi kuo daugiau savarankiškai domėtis kaimo turizmo verslu, tačiau retai kada dalyvauja organizuojamuose kursuose, renginiuose ir apmokymuose. Tai gali būti viena iš priežasčių, kodėl šeimininkams ne visada pavyksta patenkinti poilsiautojų poreikius. Tikėtina, jog kaimo turizmo sodybų šeimininkams dažniau lankantis tiek LKTA, tiek kitų organizacijų bei kompetentingų asmenų organizuojamuose mokymuose, kursuose ar seminaruose, būtų įgyjama daugiau specifinių žinių apie poilsiautojų poreikių tenkinimą, o bendraujant su kitų kaimo turizmo sodybų šeimininkais, galima dalintis ilgamete ir konkrečia kiekvienam atvejui neįkainojama patirtimi.
- Atlikus kaimo turizmo sodybų **poilsiautojų** tyrimą, nustatyta, jog tik 149 iš 182 apklaustųjų yra bent kartą apsilankę Šiaulių regiono kaimo turizmo sodybose. Dažniausiai lankomos regiono kaimo turizmo sodybos – „Žarija“ ir „Šeduvos malūnas“. Dažniausiai kaimo turizmo sodybas klientai lanko vieną kartą per metus švenčių šventimui. Tam pasirenkamas 1-2 dienų laikotarpis. Poilsiautojai retai kada naudojami informaciniais šaltiniais, norėdami sužinoti apie kaimo turizmo sodybas, labiausiai vertinama nuomonė – draugų bei pažįstamų. Didžioji dalis lankytojų labiausiai vertina tai, kad sodyba būtų geroje gražioje aplinkoje, kad joje būtų jauku, kad būtų suteiktos geros apgyvendinimo ir maitinimo sąlygos, gerai aptarnauti, o svarbiausia, kad tai nebūtų brangu.
- Dauguma kaimo turizmo sodybų klientų yra patenkinti gautomis paslaugomis, juos tenkina paslaugų ir pramogų gausa. Iš pramogų poilsiautojai dažniausiai pasigenda ekstremalių ir žiemos pramogų. Sodybų pasiekiamumą poilsiautojai vertina neigiamai, tačiau sodybų aplinką ir infrastruktūrą – gerai, o paslaugų kaina, anot klientų, atitinka paslaugų kokybę. Daugumos apklaustųjų nuomone, šeimoms, asmenims su vaikais ir pavieniems asmenims sodybose sudarytos labai geros sąlygos, kiek prastesnės – žmonėms su negalia, specialių poreikių žmonėms. Dauguma poilsiautojų buvo susidūrę su problemomis, tačiau sodybų šeimininkai jas dažniausiai išsprendžia.

REKOMENDACIJOS

- Šiaulių regione būtų tikslinga pastatyti daugiau informacinių ženklų, kurie informuotų ir tinkamu keliu nukreiptų ieškančius kaimo turizmo sodybų.
- Kelti kaimo turizmo sodybose dirbančio personalo kvalifikaciją, gerinti aptarnavimo lygį.
- Didinti teikiamų paslaugų kiekybę, gerinti esamų kokybę, labiau atsižvelgti į kaimo turizmo sodybų klientų pageidavimus, stengtis pateisinti jų lūkesčius, domėtis klientų interesais tam dažniau naudojant anonimines anketas.
- Dalyvauti kaimo turizmo verslo ir paslaugų teikimo, klientų aptarnavimo, poreikių tenkinimo įgūdžių lavinimo kursuose ir seminaruose.
- Teikti teisingą informaciją apie savo kaimo turizmo sodybą (spaudoje, internete), nuolat atnaujinti tą informaciją.
- Dažniau naudoti masines informavimo priemones (ne tik regioninę spaudą, bet ir regioninę televiziją bei radiją).

LITERATŪRA

1. *Apie LKTA*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2011-05-13]. Prieiga per internetą: <http://www.atostogoskaime.lt/pages/view/18/apie_lkta>.
2. Armaitienė, A., Grecevičius, P., Urbis, A., Vainienė, I. (1999). *Kaimo turizmas. Mokymo priemonė aukštesniųjų žemės ūkio mokyklų kaimo turizmo specialybės studentams*. Vilnius: Valstiečių laikraštis;
3. Astromskienė, A., Sirusienė, R. (2007). *Kaimo turizmas: leidinys pradedantiems verslų*. Kaunas: Lietuvos kaimo turizmo asociacija.
4. Astromskienė, A., Sirusienė, R. (2002). *Poilsis kaime. Knyga sodybų šeimininkams*. Kaunas: Lietuvos Respublikos žemės ūkio rūmai;
5. Bagdonienė, L., Hopenienė, R. (2005). *Paslaugų marketingas ir vadyba*. Kaunas: technologija;
6. Copper, C., Fletcher, J., Gilbert, D., Wanhill, S. (1995-1996). *Tourizm Principles and Practice*. Longman Group;
7. Damulienė, A. (1996). *Paslaugų marketingas: Turizmas*. Vilnius: Lietuvos informacijos institutas;
8. Dikčius, V. (2005). *Marketingo tyrimai*. Vilnius: Vilniaus vadybos akademija;
9. Factus Dominus. *Apklausa*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2011-04-13]. Prieiga per internetą: <<http://www.factus.lt/apklausa>>;
10. Grecevičius, P., Armanaitienė, A., Junevičienė, O., Labanauskaitė, D., Lukšaitienė, A., Slušnys, E., Vaidelys, A. (2002). *Turizmas*. Kaunas: Kauno kolegijos leidybos centras.
11. Gronroos, Ch. (1990). *Service Management and Marketing: managing the moment of truth in service competition*. Toronto: Lexington Books;
12. *Kaimo turizmo sodybos*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2010-09-13]. Prieiga per internetą: <<http://kaimoturizmas.vtv.lt>>;
13. Kardelis, K. (2005). *Mokslinių tyrimų metodologija ir metodai*. Šiauliai: Liucijus;
14. Квартальнов. (2003). *Теория и практика туризма. Финансы и статистика*. Москва;
15. Jakytė, R., Ausiejus, V. (2006). *Lietuvos turizmo statistika 2006*. Vilnius: Valstybinis turizmo departamentas.
16. Janulienė, I., Žalienenė, I., Žalys, L. (2004). Peculiarities of Lithuania's tourism strategy formalion. *Organizacijų vadyba: sisteminiai tyrimai*. Nr. 31 p.79 – 89.
17. Langvinienė, N., Vengrienė, B. (2005). *Paslaugų teorija ir praktika. Vadovėlis*. Kaunas: Technologija;

18. Lietuvos kaimo turizmo katalogas. *Lietuva atostogos kaime 2009 m.* Vilnius: Logotipas;
19. *Lietuvos kaimo turizmo sodybų vertinimo kriterijai*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2010-09-13]. Prieiga per internetą: <<http://lt.lt.allconstructions.com/portal/istatymai/article/4216>>;
20. *LKTA patentuotas ženklas – gandrai*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2011-05-13]. Prieiga per internetą: <<http://www.atostogoskaime.lt/farmsteadowner/lkta/53/logotipas>>;
21. *LKTA statistika*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2011-05-13]. Prieiga per internetą: <<http://www.atostogoskaime.lt/farmsteadowner/lkta/55/statistika>>;
22. *LR Turizmo įstatymas (1998)*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2010-09-13]. Prieiga per internetą: <http://www3.lrs.lt/pls/inter3/dokpaieska.showdoc_1?p_id=260081>;
23. *LR Turizmo įstatymo pakeitimo įstatymas (2002)*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2010-09-13]. Prieiga per internetą: <http://www3.lrs.lt/pls/inter2/dokpaieska.showdoc_1?p_id=197451>;
24. *LR Valstybinio turizmo departamento prie Ūkio ministerijos direktoriaus įsakymas dėl kaimo turizmo paslaugos teikimo reikalavimų patvirtinimo (2006)*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2010-09-13]. Prieiga per internetą: <http://www3.lrs.lt/pls/inter3/dokpaieska.showdoc_1?p_id=290142&p_query=&p_tr2>;
25. *Marketingo sąvokos*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2010-09-13]. Prieiga per internetą: <<http://www.seo-marketing.lt/KAS-YRA-MARKETINGAS/marketingo-savokos.html>>;
26. Masalskienė E., Masalskis V. (2009). *Į klientą orientuoto aptarnavimo ABC*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2010-09-13]. Prieiga per internetą: <<http://www.litas.lt/i-klienta-orientuoto-aptarnavimo-abc/>>;
27. Murauskienė, I. (2008). *Šilutės rajono kaimo turizmo teikiamos paslaugos ir jų plėtra. Bakalauro baigiamasis darbas*. Šiauliai: ŠU;
28. Olekaitė, G. (2007). *Kaimo turizmo sodybų įvaizdžio kūrimas*. Kaunas: LŽŪU;
29. Palubaitienė, S. (2009). *Šiaulių apskrities kaimo turizmo sodybų teikiamų paslaugų kokybės vertinimas*. Bakalauro baigiamasis darbas. Šiauliai: ŠU;
30. Pukėnas, K. (2005). *Sportinių tyrimų duomenų analizė SPSS programa*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2010-12-01]. Prieiga per internetą: <http://www.lkka.lt/pask/pukenas/KnygaSPSS_Pukeno.pdf>;
31. Roberts, L., Hall, D. (2001). *Rural tourism and recreation: principles to practice*. UK: CAB.
32. Sharpley, R., Lesley, R. (2004). Rural tourism – 10 years on. *International Journal of tourism research*, 6 (3), p. 119-124.

33. Shein, E. (1992). *Organizational Culture and Leadership*. San Francisko: Market Street;
34. Sinkevičiūtė, R. (2009). *Šiaulių rajono kaimo turizmo sodybose poilsiaujančių turistų poreikiai*. Magistro baigiamasis darbas. Kaunas;
35. Svetikienė, I. (2002). *Turizmo marketingas*. Vilnius: Vilniaus kolegija;
36. Šavareikienė D., Dubinas V. (2003). *Integruoto vadybinio proceso motyvacija*. Šiauliai: ŠU;
37. *Turizmas Lietuvoje* (2008). Vilnius: Statistikos departamentas;
38. *Туризм и гостиничное хозяйство*. (2004). Издательство центр „МАР“ Москва;
39. Tribe, J., Font, X., Griffiths, N., Vickery, R., Yale, K. (2000). *Environmental Management for Rural Tourism and Recreation*. London: Cassell;
40. Unterhauser, L. (2006). *Marketingo tyrimai: mokomoji knyga*. Vilnius: Ciklonas;
41. Vainienė, I. (2001). *Kaimo turizmo organizavimas. Mokymo priemonė*. Vilnius: Eugrimas.
42. Vainienė, I. (2002). *Kaimo turizmo problematikos Lietuvoje ir užsienyje lyginamoji analizė*. Tiltai, 2, 75 – 78.
43. *Vartotojų teisių apsauga*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2010-09-13]. Prieiga per internetą: <<http://www.kupiskis.lt/index.php/lt/54285>>;
44. Vengrienė, B. (1998). *Paslaugų ekonomika: mokomoji priemonė*. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla;
45. *Vikižodynas, laisvasis žodynas. Klausimynas*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2010-12-13]. Prieiga per internetą: <<http://lt.wiktionary.org/wiki/klausimynas>>;
46. Žalienė, I., Sabaliauskienė, A. (2002). *Pasaulio ir Lietuvos turizmo raida*. Kaunas: LKKA;
47. Žalienė, I., Žalys L. (2002). *Kaimo turizmo plėtros prielaidos Dzūkijos regione*. Tiltai, Nr. 18;
48. Žalys, L. (2002). *Klientų aptarnavimo įgūdžių kaimo turizmo sodybose gerinimas*. Tiltai, Nr. 1;
49. Žalys, L., Žalienė, I., Išdonaitė, I. (2006). Lietuvos kaimo turizmo charakteristika ir plėtros politika. *Ekonomika ir vadyba: aktualijos ir perspektyvos*, 2 (7), 180 – 189.
50. Žilinskas, V. J., Maksimenko, M. (2008). Kaimo turizmo darnios plėtros perspektyvos. *Vadybos mokslas ir studijos – kaimo verslų ir jų infrastruktūros plėtrai*, 13 (2), 214 – 223.

PRIEDAI

Dalyvavimo konferencijoje pažymėjimas



Anketa kaimo turizmo sodybų šeimininkams

Gerb. Kaimo turizmo sodybos šeimininke,

Šiaulių universiteto Socialinių mokslų fakulteto magistro 2 kurso studentė Agnė Kristopaitytė kviečia Jus dalyvauti apklausoje, kurios tikslas išsiaiškinti, ar atitinka vartotojų poreikius Šiaulių regiono kaimo turizmo sodybose teikiamos paslaugos. Maloniai prašau užpildyti šią anketą ir dėkoju už sugaištą laiką. Anketa yra anoniminė, todėl duomenys bus naudojami tik apibendrinti.

I klausimų grupė, padėsianti nustatyti demografinius respondentų rodiklius.

1. Jūsų lytis: <input type="checkbox"/> Vyras <input type="checkbox"/> Moteris	2. Jūsų amžius: <input type="checkbox"/> 18 – 25 metai <input type="checkbox"/> 26 – 35 metai <input type="checkbox"/> 36 – 45 metai <input type="checkbox"/> 46 – 55 metai <input type="checkbox"/> 56 ir daugiau metų	3. Jūsų išsilavinimas: <input type="checkbox"/> Nebaigtas vidurinis <input type="checkbox"/> Vidurinis <input type="checkbox"/> Aukštesnysis <input type="checkbox"/> Aukštasis	4. Jūs kaimo turizmo sodybą: <input type="checkbox"/> Nusipirkote <input type="checkbox"/> Nuomojate <input type="checkbox"/> Paveldėjote žemę, sodybą <input type="checkbox"/> Pasistatėte <input type="checkbox"/> Kita (įrašykite)
---	---	--	---

II klausimų grupė, susijusi su kaimo turizmo sodybų kategorijomis.

5. Ar Jūs esate Lietuvos kaimo turizmo asociacijos narys? <input type="checkbox"/> Taip <input type="checkbox"/> Ne <input type="checkbox"/> Ne, bet planuoju juo tapti Jei į 5 klausimą atsakėte „ne“, pereikite prie 8 klausimo.	7. Kiek metų esate Lietuvos kaimo turizmo asociacijos nariu? <input type="checkbox"/> Iki 1 metų <input type="checkbox"/> 1-2 metus <input type="checkbox"/> 3-4 metus <input type="checkbox"/> 5-6 metus <input type="checkbox"/> 7 ir daugiau metų
--	--

6. Kokiai kategorijai priklauso Jūsų sodyba? <input type="checkbox"/> 1 gandrai <input type="checkbox"/> 2 gandrai <input type="checkbox"/> 3 gandrai <input type="checkbox"/> 4 gandrai <input type="checkbox"/> 5 gandrai <input type="checkbox"/> Nauja sodyba
--

III klausimų grupė, susijusi su kaimo turizmo sodybose teikiamomis paslaugomis.

8. Kas į Jūsų sodybą dažniausiai atvyksta? Įvertinkite pateiktus teiginius.

	Labai dažnai	Pakankamai dažnai	Kartais	Retai	Beveik niekada
LIETUVOS TURISTAI					
Pavieniai asmenys					
Žmonių grupės					
Šeimos					
Įmonių darbuotojai					
UŽSIENIO ŠALIŲ TURISTAI					
Pavieniai asmenys					
Žmonių grupės					
Šeimos					
Įmonių darbuotojai					

9. Kokių tikslų klientai dažniausiai pas Jus atvyksta? Įvertinkite pateiktus teiginius.

	Labai dažnai	Pakankamai dažnai	Kartais	Retai	Beveik niekada
Ramaus poilsio					
Aktyvios veiklos					
Švęsti šventes					
Atgauti jėgas					
Kita (įrašykite)					

10. Kokiam laikui dažniausiai apsisotja poilsiautojai? Įvertinkite pateiktus teiginius.

	Labai dažnai	Pakankamai dažnai	Kartais	Retai	Beveik niekada
1-2 dienas					
3-4 dienas					
5-7 dienas					
Daugiau nei 7 dienas					

11. Kaip informuojate poilsiautojus apie savo kaimo turizmo sodybą? Pasirinkite iki 3 labiausiai tinkančių Jums variantų. <input type="checkbox"/> Reklama televizijoje <input type="checkbox"/> Reklama spaudoje <input type="checkbox"/> Reklama internete <input type="checkbox"/> Informaciniai katalogai <input type="checkbox"/> Turizmo informacijos centras <input type="checkbox"/> Lietuvos kaimo turizmo katalogai <input type="checkbox"/> Kita (įrašykite)	12. Kuo stengiatės pritraukti turistus? Pasirinkite iki 3 labiausiai tinkančių Jums variantų. <input type="checkbox"/> Pramogomis <input type="checkbox"/> Malonių aptarnavimų <input type="checkbox"/> Paslaugų įvairovė <input type="checkbox"/> Patrauklia sodybos vieta <input type="checkbox"/> Vandens telkinis <input type="checkbox"/> Kaina <input type="checkbox"/> Kita (įrašykite)
---	--

13. Ar Jūs gaunate nusiskundimų iš savo poilsiautojų?

- Taip
 Ne
 Nesidomėjote

Jei į 13 klausimą atsakėte neigiamai, pereikite prie 18 klausimo.

14. Dėl kokių priežasčių dažniausiai skundžiasi Jūsų klientai? Įvertinkite pateiktus teiginius.

	Labai dažnai	Pakankamai dažnai	Kartais	Retai	Beveik niekada
Sodybos vieta					
Privažiuavimu iki sodybos					
Sodybos interjeru, eksterjeru					
Apgyvadinimo sąlygomis					
Maitinimu					
Teikiamų paslaugų trūkumu					
Netinkamu aptarnavimu					
Kaina, atsiskaitymo būdu					
Kita (įrašykite)					

15. Kaip dažniausiai sprendžiate iškilusias problemas? Įvertinkite pateiktus teiginius.

	Labai dažnai	Pakankamai dažnai	Kartais	Retai	Beveik niekada
Kliento akivaizdoje					
Patikinate klientą, jog problema tikrai bus išspręsta					
Atidedate, nes nemanote, jog išsakyta kritika yra teisinga					
Kita (įrašykite)					

16. Kaip stengiatės išsiaiškinti savo klientų poreikius? Įvertinkite pateiktus teiginius.

	Labai dažnai	Pakankamai dažnai	Kartais	Retai	Beveik niekada
Anoniminėmis apklausomis					
Kalbatės su klientais					
Kita (įrašykite)					

17. Iš kur dažniausiai gaunate žinių, kaip tenkinti poilsiautojų poreikius? Įvertinkite pateiktus teiginius.

	Labai dažnai	Pakankamai dažnai	Kartais	Retai	Beveik niekada
Dalyvaujate įvairiuose kursuose, renginiuose					
Dalyvaujate seminaruose, mokymuose					
Savarankiškai domitės kaimo turizmo verslu					
Dalyvaujate LKTA organizuojamuose mokymuose					
Kita (įrašykite)					

18. Ar, Jūsų nuomone, klientai patenkinti Jūsų teikiamomis paslaugomis? Įvertinkite pateiktus teiginius.

	Visiškai patenkinti	Dažniausiai patenkinti	Kartais taip, kartais ne	Dažniausiai nepatenkinti	Visiškai nepatenkinti
Aptarnavimas					
Prisitaikymas prie klientų poreikių					
Gyvenamųjų patalpų patogumas					
Miegamųjų vietų skaičius					
Aplinkos tvarkingumas, švara					
Maisto įvairovė, skonis					
Kambarių tvarkymas					
Atsiskaitymo būdas					
Informacijos prieinamumas					
Kita (įrašykite)					

DĖKOJU UŽ PASTANGAS! SĖKMĖS!

Anketa kaimo turizmo sodybų poilsiautojams

Mielas respondente,

Šiaulių universiteto Socialinių mokslų fakulteto magistro 2 kurso studentė Agnė Krištopaitytė kviečia Jus dalyvauti apklausoje, kurios tikslas išsiaiškinti, ar atitinka vartotojų poreikius Šiaulių regiono kaimo turizmo sodybose teikiamos paslaugos. Maloniai prašau užpildyti šią anketa ir dėkoju už sugaištą laiką.

Anketa yra anoniminė, todėl duomenys bus naudojami tik apibendrinti.

I klausimų grupė, padėsianti nustatyti demografinius respondentų rodiklius.

1. Jūsų lytis:

 Vyras
 Moteris

2. Jūsų amžius:

 18 – 25 metai
 26 – 35 metai
 36 – 45 metai
 46 – 55 metai
 56 ir daugiau metų

3. Šeimyninė padėtis:

 Ištekėjusi/vedęs
 Netekėjusi/nevedęs
 Išsiskyrusi/išsiskyres
 Našle/našlys

II klausimų grupė, susijusi su kaimo turizmo sodybų žinomumu.

4. Ar teko poilsiauti Šiaulių regiono kaimo turizmo sodyboje?

 Taip, teko
 Ne, neteko

Jeigu į 4 klausimą atsakėte "Ne, neteko", toliau anketos galite nepildyti. Dėkoju.

5. Kokiose Šiaulių regiono kaimo turizmo sodybose yra tekę lankytis?

 „Pilate prie Gudelių ežero“ Šiaulių r.
 „Girele“ Šiaulių r.
 „Jocų sodyba“ Šiaulių r.
 „Svajonių slėnis“ Akmenės r.
 „Ąžuolų slėnis“ Kelmės r.
 „Režaliai“ Penktasis sezonas Kelmės r.
 „Žarjia“ Radviliškio r.
 „V. Krištopaičio sodyba“ Joniškio r.
 „O Gutkauskienės sodyba“ Šiaulių r.
 „Pageluvio šilas“ Šiaulių r.
 „Gervėnų sodyba“ Šiaulių r.
 „Meškių dvarkiemis“ Šiaulių r.
 „Verda Bell“, Šiaulių r.
 „Žinienai“, Radviliškio r.
 „Miško vingis“ Kelmės r.
 „Šeduvos malūnas“ Radviliškio r.
 Kita (rašykite).....

6. Kaip dažnai lankotės kaimo turizmo sodyboje?

 1 kartą per metus
 2-3 kartus per metus
 Daugiau nei 3 kartus per metus

7. Koks yra pagrindinis Jūsų sprendimo rinktis kaimo turizmo sodybą tikslas?
Pasirinkite iki 3 labiausiai tinkančių Jums variantų.

 Praleisti atostogas
 Švęsti įvairias šventes
 Pažinti gamtą, kultūrą, tradicijas
 Patirti nuotykius
 Pakeisti įprastą gyvenimo aplinką kita
 Pailsėti nuo įtemptų darbų
 Kita (rašykite).....

8. Kiek vidutiniškai laiko praleidžiate poilsiaudami kaimo turizmo sodyboje?

 1 – 2 dienas
 Nuo 3 iki 4 dienų
 Nuo 5 iki 7 dienų
 Ilgiau nei 7 dienas

9. Kaip dažnai ir kokiais informaciniais šaltiniais naudojotės rinkdamiesi kaimo turizmo sodybą? Įvertinkite pateiktus teiginius.

	Labai dažnai	Dažnai	Kartais	Retai	Beveik niekada
Reklama televizijoje					
Reklama spaudoje					
Reklama internete					
Informaciniai katalogai					
Turizmo informacijos centras					
Lietuvos kaimo turizmo informaciniai katalogai					
Draugai bei pažįstami					
Kita (rašykite)					

10. Ar surinkta informacija apie kaimo turizmo sodybas atitiko Jūsų lūkesčius?

 Taip, visiškai
 Iš dalies
 Visiškai neatitiko

11. Įvertinkite lentelėje pateiktų veiksnių svarbą, renkant kaimo turizmo sodybą.

	Labai svarbu	Svarbu	Iš dalies svarbu	Mažai svarbu	Visiškai nesvarbu
Sodybos vieta					
Sodybos interjeras ir eksterjeras					
Sodybos tipas					
Gandrų skaičius					
Apgyvendinimo sąlygos					
Maitinimo būdas					
Teikiamų pramogų gausa					
Jauki aplinka					
Geras aptarnavimas					
Kaina					
Sodybos įvaizdis					

III klausimų grupė, susijusi su kaimo turizmo sodybų klientų poreikių tenkinimu.

12. Ar esate patenkinti kaimo turizmo sodybos suteiktomis paslaugomis? Įvertinkite pateiktus teiginius.

	Visiškai tenkina	Dažniausiai tenkina	Kartais taip, kartais ne	Dažniausiai netenkina	Visiškai netenkina
Malonus ir mandagus aptarnavimas					
Patogios gyvenimo patalpos					
Pakankamas miegamųjų vietų skaičius					
Švari aplinka					
Škanus maistas					
Kruopštus kambarių tvarkymas					
Prisitaikymas prie kliento poreikių					
Patogus atsiskaitymo būdas					
Informacijos prieinamumas					

13. Kaip dažnai kaimo turizmo sodybose pasigendate išvardintų paslaugų? Įvertinkite pateiktus teiginius.

	Visiškai nepasigendate	Retai pasigendate	Kartais pasigendate	Dažnai pasigendate	Nuolat pasigendate
Tualetas					
Dušas					
Galimybė atsivežti gyvūnus					
Muzikos aparatūra					
Vaizdo aparatūra					
Sąlygos švenčių organizavimui					
Sąlygos konferencijoms, seminarams					
Vaikų žaidimo aikštelės					
Sporto aikštelės					
Treniruokliai					
Sporto inventoriaus nuoma					
Židynys					
Internetas					
Kita (įrašykite)					

14. Kaip dažnai kaimo turizmo sodybose pasigendate išvardintų pramogų? Įvertinkite pateiktus teiginius.

	Visiškai nepasigendate	Retai pasigendate	Kartais pasigendate	Dažnai pasigendate	Nuolat pasigendate
Pirtis					
Kubilas					
Baseinas					
Biliardas					
Tenisas					
Žvejyba					
Medžioklė					
Jojimas					
Grybavimas					
Uogavimas					
Dviračiai					
Baidarė					
Žiemos pramogos					
Ekstremalios pramogos					
Kita (įrašykite)					

15. Jūsų nuomonė apie Šiaulių regiono kaimo turizmo sodybų pasiekiamumą:

- Puikus privažiavimas, daug nuorodų
- Sunku rasti nes yra mažai nuorodų
- Prastas privažiavimas, sudėtinga rasti sodybą
- Kita (įrašykite).....

16. Kaip vertintumėte sodybų infrastruktūrą ir aplinką?

- Puikiai
- Gerai
- Patenkinamai
- Blogai

17. Jūsų nuomonė apie kainą:

- Atitinka paslaugų kokybę
- Pernelyg aukšta
- Pernelyg žema

18. Jūsų nuomonė apie teikiamas paslaugas:

- Viršija Jūsų pageidavimus
- Atitinka Jūsų poreikis
- Neatitinka Jūsų poreikių

19. Ar sodybų šeimininkai domėjosi jūsų poreikiais?

- Taip
- Ne

20. Įvertinkite, kokios yra sudarytos sąlygos poilsiui kaimo turizmo sodyboje lentelėje pateiktoms asmenų grupėms.

	Puikios sąlygos	Geros sąlygos	Vidutiniškos sąlygos	Prastos sąlygos	Nėra sąlygų
Su šeima					
Su vaikais					
Žmonėms su negalia					
Pagyvenusiems					
Pavieniams asmenims					
Užsieniečiams					
Specialių interesų žmonėms					

21. Ar poilsio metu kaimo turizmo sodyboje Jums buvo iškilusias problemas?

- Taip, ir ne kartą
- Taip, teko susidurti
- Neteko susidurti

Jei į 21 klausimą atsakėte neigiamai, praleiskite 22 klausimą.

22. Ar sodybos šeimininkai bandė išspręsti iškilusias problemas?

- Taip, visada
- Kartais
- Beveik niekada

23. Ar Jūs naudositės Šiaulių regiono kaimo turizmo paslaugomis ir ateityje?

- Taip
- Ne
- Nežinau

DĖKOJU UŽ PASTANGAS! SĖKMĖS!