

**VILNIAUS UNIVERSITETO
KAUNO HUMANITARINIO FAKULTETO**

VERSLO EKONOMIKOS IR VADYBOS KATEDRA

Marketingo ir prekybos vadybos studijų programa
Kodas 62403S109

NERINGA JUŠKAITĖ

MAGISTRO BAIGIAMASIS DARBAS

**KAIMO IR SPORTO TURIZMO VYSTYMO GALIMYBĖS ŽEMAITIJOS
REGIONE**

Kaunas 2011

**VILNIAUS UNIVERSITETO
KAUNO HUMANITARINIO FAKULTETO**

VERSLO EKONOMIKOS IR VADYBOS KATEDRA

NERINGA JUŠKAITĖ

MAGISTRO BAIGIAMASIS DARBAS

**KAIMO IR SPORTO TURIZMO VYSTYMO GALIMYBĖS ŽEMAITIJOS
REGIONE**

Darbo vadovas _____
(parašas)

(darbo vadovo mokslo laipsnis,
mokslo pedagoginis vardas,
vardas ir pavardė)

Magistrantas _____
(parašas)

Darbo įteikimo data _____

Registracijos Nr. _____

Kaunas 2011

LENTELIŲ SĄRAŠAS

1 lentelė. Kaimo turizmo samprata	9
2 lentelė. Su kaimo turizmu susijusios turizmo atšakos.....	11
3 lentelė. Kaimo turizmo etapai Lietuvoje	12
4 lentelė. Turizmo ir poilsio veiklos kaimo vietovėse	15
5 lentelė. Kaimo turizmo plėtros SSGG analizė	17
6 lentelė. Kaimo turizmo verslo plėtros SSGG analizė	18
7 lentelė. Sporto turizmo sąvokų aiškinimas	19
8 lentelė. Lietuvos keliautojų sporto plėtojimo kryptys.....	25
9 lentelė. Savivaldybių plėtros planų analizė	38
10 lentelė. Anketinės apklausos (T2) klausimai	40
11 lentelė. Apklausos (T3) klausimai	42

PAVEIKSLŲ SĄRAŠAS

1 pav. Kaimo turizmo sampratos dedamosios	10
2 pav. Kaimo turizmo struktūra	11
3 pav. Kaimo turizmo paslaugų struktūra	14
4 pav. Sporto turizmo sektoriaus plėtros veiksniai	21
5 pav. Sporto turistų tipai	23
6 pav. Sporto turizmo formos	24
7 pav. Darnaus vystymosi koncepcija	28
8 pav. Siūlomas kaimo ir sporto turizmo vystymo galimybių modelis	30
9 pav. Poilsiautojų skaičius kaimo turizmo sodybose	32
10 pav. Poilsiautojų pasiskirstymas kaimo turizmo sodybose 2010 m. sausio – gruodžio mėn.	32
11 pav. Žemaitijos regionas.....	33
12 pav. Kaimo turizmo sodybų pasiskirstymas Žemaitijos regione	34
13 pav. Empirinių tyrimų loginė schema	37
14 pav. Savivaldybių priemonės Žemaitijos regiono kaimo bei sporto turizmo vystymui.....	46
15 pav. Apklausoje dalyvavusių respondentų pasiskirstymas pagal amžių	48
16 pav. Apklausoje dalyvavusių respondentų pasiskirstymas pagal pajamas	48
17 pav. Respondentų naudojimosi kaimo turizmo paslaugomis pasiskirstymas	49
18 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal tai, su kuo norėtų atostogauti.....	49
19 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal amžių ir atostogų trukmę.....	50
20 pav. Respondentų atostogų kaime pasirinkimo motyvatoriai.....	50
21 pav. Galimybės užsiimti sportine veikla motyvacijos pasiskirstymas amžiaus grupėse	51
22 pav. Paslaugos, kurios geriausiai tenkintų potencialių klientų poreikius	51
23 pav. Paslaugos, kurių pasigendama kaimo turizmo sodybose.....	52
24 pav. Kaimo turizmo sodybos tipo pasirinkimas pagal amžiaus grupes	53
25 pav. Informacijos apie poilsį kaime paieškos šaltiniai	53
26 pav. Kaimo turizmo paslaugų kokybės vertinimas	54
27 pav. Kaimo turizmo paslaugų teikėjų pasiskirstymas pagal amžių	54
28 pav. Kaimo turizmo lankytojų pasiskirstymas.....	55
29 pav. Kaimo ir sporto turizmo paslaugų pasiūla	56
30 pav. Kaimo turizmo sodybose teikiamos papildomos paslaugos	56
31 pav. Kaimo turizmo sodybų reklamos priemonės.....	57
32 pav. Apklaustų dalyvavimo papildomuose mokymuose pasiskirstymas	57
33 pav. Respondentų ES paramos panaudojimo pasiskirstymas	58
34 pav. Kaimo turizmo sodybų šeiminingų iniciatyva gerinti kaimo infrastruktūrą.....	59
35 pav. Siūlomas kaimo ir sporto turizmo plėtros galimybių modelis	61

PRIEDŲ SĄRAŠAS

1 PRIEDAS. ANKETINĖS APKLAUSOS KLAUSIMYNAS ŽEMAITIJOS REGIONO GYVENTOJAMS	69
2 PRIEDAS. ANKETINĖS APKLAUSOS KLAUSIMYNAS KAIMO TURIZMO SODYBŲ SAVININKAMS	72
3 PRIEDAS. SAVIVALDYBIŲ PLĖTROS PLANŲ ANALIZĖS REZULTATAI	75
4 PRIEDAS. KAIMO IR SPORTO TURIZMO VYSTYMO PRIEMONĖS	80
5 PRIEDAS. 6-OSIOS MOKSLINĖS KONFERENCIJOS „ŪKIO PLĖTRA IR PRAKTIKA“ SERTIFIKATAS	81
6 PRIEDAS. 6-OSIOS MOKSLINĖS KONFERENCIJOS „ŪKIO PLĖTRA IR PRAKTIKA“ STRAIPSNIŲ SANTRAUKŲ KNYGELĖS MEDŽIAGA	82
7 PRIEDAS. 6-OSIOS MOKSLINĖS KONFERENCIJOS „ŪKIO PLĖTRA IR PRAKTIKA“ STRAIPSNIŲ RINKINIO CD MEDŽIAGA	87

TURINYS

LENTELIŲ SĄRAŠAS	3
PAVEIKSLŲ SĄRAŠAS	3
PRIEDŲ SĄRAŠAS	4
ĮVADAS	6
1. TEORINIAI KAIMO IR SPORTO TURIZMO ASPEKTAI	9
1.1 Kaimo turizmo sistemos apžvalga	9
1.1.1 Kaimo turizmo sąvokos samprata	9
1.1.2 Kaimo turizmo raida	12
1.1.3 Kaimo turizmo paslaugos bei jų vartotojai	13
1.1.4 Kaimo turizmo plėtros perspektyvos	16
1.2 Sporto turizmo sistemos apžvalga	19
1.2.1 Sporto turizmo sąvokos samprata	19
1.2.2 Sporto turizmo sektoriaus plėtros veiksniai	20
1.2.3 Sporto turizmo formos bei sporto turistų segmentai	22
1.3 Regioninės plėtros teorijos apžvalga	26
1.3.1 Regioninės plėtros politikos samprata, tikslai, uždaviniai ir įgyvendinimo priemonės 26	
1.3.2 Darnaus vystymosi prioritetai ir principai	27
2. KAIMO IR SPORTO TURIZMO VYSTYMO GALIMYBIŲ ŽEMAITIJOS REGIONE TYRIMO METODOLOGIJA	29
2.1 Siūlomas kaimo ir sporto turizmo plėtros galimybių modelis	29
2.2 Atliktų tyrimų analizė bei susijusios statistikos apžvalga	31
2.3 Žemaitijos regiono statistikos apžvalga	33
2.4 Parama kaimo bei kaimo turizmo plėtrai	35
2.5 Empirinių tyrimų scenarijai	36
2.5.1 Savivaldybių plėtros planų analizė (T1)	37
2.5.2 Apklausa (T2)	39
2.5.3 Apklausa (T3)	41
3. KAIMO IR SPORTO TURIZMO VYSTYMO GALIMYBIŲ ŽEMAITIJOS REGIONE TYRIMŲ REZULTATAI	43
3.1 Savivaldybių plėtros planų analizės (T1) rezultatai	43
3.2 Potencialių kaimo ir sporto turizmo klientų poreikių tyrimo (T2) rezultatai	47
3.3 Kaimo turizmo sodybų savininkų apklausos (T3) rezultatai	54
3.4 Empirinių tyrimų rezultatų apibendrinimas ir modelio patikslinimas	59
IŠVADOS	63
SUMMARY	64
LITERATŪROS SĄRAŠAS	65

ĮVADAS

Pastaruoju metu vykstant aktyviems ekonominiams ir socialiniams globalizacijos procesams, turizmas tampa viena pirmaujančių ūkio šakų daugelyje šalių. Turistų pritraukimas bei jų nuolatinis atvykimas į šalį tampa svarbus veiksnys valstybės ekonomikai bei šalies verslo plėtrai. Šiuo metu Lietuvoje sparčiausiai besivystanti turizmo atšaka – kaimo turizmas, leidžiantis tolygiai plėtoti regioninei ekonomikai ir padedantis spręsti gyventojų užimtumo problemas. Taip yra dėl to, kad Lietuvoje yra gana ryškios regioninės ekonominės, demografinės, infrastruktūros ir gamtinės sąlygos, kurios įtakoja kaimo turizmo paslaugų plėtrą. Šio verslo įtaka akivaizdi – ji daro didelį poveikį regiono ekonomikai, socialinei gyventojų gerovei, gamtinei aplinkai bei kultūrinei sferai. Per pastarąjį penkmetį šio turizmo veikla išaugo maždaug 51 procentu. Dėl šios priežasties, kaimo turizmo plėtotė ir skatinimas turi būti konkurencinga su kitomis verslo sritimis. Kitas labai svarbus veiksnys, kuris skatina domėtis kaimo turizmo vystymu yra tas, kad 2007 – 2013 m. iš ES fondų bus remiama kaimo turizmo plėtra.

Kartu su didėjančiu kaimo turizmo populiarumu plėtojasi ir sporto turizmo sektorius, nes šios dvi turizmo rinkos atšakos yra viena su kita labai susijios ir viena kitą papildo, nes didžioji kaimo turizmo sodybų dalis įtraukia sportinę veiklą kaip pagrindinę pramogą turistams. Žemaitijos regionas turi didelį potencialą kaimo turizmo verslui plėtoti, nes turi išpūdingą ežeringą kraštovaizdį bei galimybes šitą potencialą susieti su sporto turizmu. Todėl darbe analizuojamos kaimo ir sporto turizmo vystymo galimybės, dabartinis siūlomų paslaugų bei pramogų kompleksas, bei galimybė jį išplėsti sujungiant kaimo bei sporto turizmo atšakas.

Autoriai nagrinėjantys kaimo ir sporto turizmą gilinasi į tokius aspektus: sporto turizmo sampratą (P. Grecevičius ir kt., 2002; Kaputinskienė, 2009; Hinch ir Higham, 2004; Standeven ir Knopp, 1999); sporto turizmo sektoriaus plėtros veiksnius (Weed ir Bull, 2004; Urry, 2002); sporto turizmo formas bei turistų segmentavimą (Armaitienė ir kt., 2002; Maslow, 1970; Gammon ir Gibson, 1997; Standeven ir Knopp, 1999); kaimo turizmo raidą (Astromskienė, 2009); kaimo turizmo sampratą (Vainienė, 2001; L. Žalys, I. Žalienė, I. Iždonaitė, 2006); kaimo turizmo paslaugas bei jų vartotojus (P. Grecevičius, A. Armantienė ir kt., 2002; Lane, 1994).

Mokslinės problemos esmė – kokios yra kaimo ir sporto turizmo vystymo galimybės Žemaitijos regione.

Darbo objektas: kaimo ir sporto turizmas.

Darbo tikslas: išanalizavus kaimo ir sporto turizmo paslaugų rinkos teorinius aspektus, įvertinti jos vystymo galimybes Žemaitijos regione.

Darbo uždaviniai:

1. Atskleisti kaimo ir sporto turizmo sistemų sampratas.
2. Išnagrinėti pagrindines paslaugų rinkos elementų sąvokas ir svarbiausius aplinkos veiksnius, įtakojančius kaimo ir sporto turizmo paslaugų rinkos vystymą.
3. Atlikti regioninės plėtros teorijos apžvalgą.
4. Atlikti Žemaitijos kaimo turizmo paslaugų sektoriaus struktūros analizę.
5. Atskleisti kaimo ir sporto turizmo paslaugų vystymo galimybes.

Darbo/Tyrimo metodai: mokslinės literatūros, internetinių šaltinių bei statistinių duomenų analizė ir sisteminimas.

Analizuojant teorinius kaimo ir sporto turizmo aspektus, darbe buvo naudojamas bendramokslinis tyrimo metodas: lyginamoji mokslinės literatūros analizė, sintezė ir sisteminimas.

Atliekant empirinius tyrimus buvo naudojami kokybiniai tyrimo metodai – konkrečių atvejų analizė, bei kiekybiniai tyrimo metodai — anketinės apklausos ir kiekybinės duomenų analizės (matematinio, statistinio apdorojimo metodai, naudojantis Microsoft Office Excel programa), kurie padėjo išsiaiškinti kaimo ir sporto turizmo rinkos ypatybes bei plėtros galimybes. Empirinių tyrimų rezultatai padėjo patikslinti kaimo ir sporto turizmo vystymo galimybių Žemaitijos regione modelį.

Teorinė darbo reikšmė:

- Atlikta įvairių autorių kaimo ir sporto turizmo sampratų apžvalga leido sukurti savo apibrėžimus, į kuriuos bus galima orientuotis tolesnėje darbo eigoje.
- Įvertinus moksliniuose šaltiniuose pateiktas kaimo ir sporto turizmo pagrindinius aspektus bei veiklas, atskleistas šių dviejų turizmo atšakų panašumas ir galimybė juos kartu plėtoti.
- Išnagrinėjus įvairių autorių pateikiamus kaimo, sporto turizmo ir regioninės plėtros teorinius aspektus, sudarytas kaimo ir sporto turizmo vystymo galimybių Žemaitijos regione modelis, kuris remiasi darnios regiono plėtros principais.

Praktinė darbo reikšmė:

- Sukurtos originalios kaimo ir sporto turizmo vystymo galimybių tyrimo anketos potencialiems paslaugų vartotojams bei paslaugų teikėjams.
- Praktiškai išnagrinėti savivaldybių plėtros planai ir nustatytos priemonės, kuriomis yra skatinamas kaimo ir sporto turizmo vystymas Žemaitijos regione.
- Praktiškai pagrįstas ir patikslintas kaimo ir sporto vystymo galimybių modelis

Darbą sudaro: Įvadas, 3 dalys, išvados. Pirmojoje dalyje „TEORINIAI KAIMO IR SPORTO TURIZMO ASPEKTAI“ išanalizavus Lietuvos ir užsienio autorių literatūros šaltinius yra pateikiami kaimo ir sporto turizmo teoriniai aspektai bei regioninės plėtros teorinė apžvalga,

reikalinga sudaryti kaimo ir sporto vystymo galimybių modelį. Antroje dalyje „KAIMO IR SPORTO TURIZMO VYSTYMO GALIMYBIŲ ŽEMAITIJOS REGIONE TYRIMO METODOLOGIJA“ yra pristatomas sukurtas kaimo ir sporto turizmo galimybių modelis, analizuojami antriniai tyrimai, atlikti Lietuvoje kaimo turizmo plėtros tema. Taip pat pateikiama su kaimo ir sporto turizmu susijusi statistika, bei empirinių tyrimų scenarijai. Trečioje dalyje „KAIMO IR SPORTO TURIZMO VYSTYMO GALIMYBIŲ ŽEMAITIJOS REGIONE REZULTATAI“ yra pateikiami empirinių tyrimų duomenys, jų analizė, aptariami ir interpretuojami rezultatai. Pagal gautus duomenis yra patikslinamas kaimo ir sporto turizmo galimybių modelis.

Darbo rezultatai yra apibūdinami ir skelbti šiose **mokslinėse publikacijose**:

- 1) GRUNDEY, Dainora; **JUŠKAITĖ**, Neringa. *Segmenting sports tourism market*. 6-osios mokslinės konferencijos „Ūkio Plėtra: teorija ir praktika“ santraukų knygelė, (2009 12 04) – Kaunas: VUKHF, INYRSS, 2009. – p. 70. ISBN 978-9955-33-503-8. (6 PRIEDAS).
- 2) **JUŠKAITĖ**, Neringa. *Segmenting sports tourism market*. 6-osios mokslinės konferencijos recenzuotų mokslinių straipsnių rinkinys, „Ūkio Plėtra: teorija ir praktika“, – Kaunas: VUKHF, INYRSS, 2009. – p. 326. ISBN 978-9955-33-503-0. (7 PRIEDAS).

Darbe naudoti literatūros šaltiniai: Teorinėje darbo dalyje naudotasi užsienio bei Lietuvos autorių moksliniais darbais. Pagrįsti praktinius vertinimus bei pastebėjimus naudojama straipsniuose ir internete pateikiama informacija, remiamasi įvairių autorių atliktais empiriniais tyrimais.

Darbo struktūros paaiškinimas: Darbą sudaro įvadas, 3 dalys, išvados. Pagrindinė darbo medžiaga aprašyta 60 puslapių, įskaitant 11 lentelių, 35 paveikslus. Taip pat pateikiami 7 priedai. Panaudotos literatūros sąrašą sudaro 62 šaltiniai.

1. TEORINIAI KAIMO IR SPORTO TURIZMO ASPEKTAI

Norint išsiaiškinti kaimo ir sporto turizmo sampratą, šiame skyriuje aptarsime pagrindines sąvokas bei apibrėžimus, apžvelgsime šių turizmo atšakų sistemas, bei jų tarpusavio ryšį. Taip pat atliksime regioninės plėtros teorijos apžvalgą.

1.1 Kaimo turizmo sistemos apžvalga

Pastaruosius porą metų kaimo turizmas yra viena iš greičiausiai augančių verslo sričių kaimo vietovėse. Tai lemia palankios rekreacinės sąlygos Lietuvoje, kurios leidžia vystyti kaimo turizmo verslą. Šių dienų kaimo turizmas yra viena reikšmingiausių Lietuvos turizmo sektoriaus dalių, kuri išsiskiria savo unikalumu, gebėjimu konkuruoti, bei galimybe pagerinti šalies ar regiono įvaizdį, bei pritraukti daugiau užsienio turistų. Autorius Žalys ir kt. (2002) teigia, kad šiuo metu kaimo turizmas - viena iš sparčiai augančių ir pelningų smulkaus ir vidutinio verslo rūšių, skatinanti dirbti, tausoti ir racionaliai panaudoti vietinius išteklius, kultūrinį paveldą ir istorinį palikimą.

1.1.1 Kaimo turizmo sąvokos samprata

Norint išsiaiškinti kaimo turizmo sampratą, pirmiausia reikėtų atkreipti dėmesį į tai, ką apskritai reiškia turizmas, kuriam dažniausiai yra naudojamas Pasaulinės Turizmo organizacijos pasiūlytas apibrėžimas, apibūdinantis turizmą, kaip visas kelionių, ekskursijų rūšis, kai asmuo palieka savo nuolatinę darbo ir gyvenamąją vietą ilgiau nei vieną parą ir trumpiau nei 12 mėnesių ir kai išvykos tikslas nėra samdoma, apmokama veikla (Vainienė I. ir kt., 2001). 1 lentelėje yra pateikiamos įvairių autorių kaimo turizmo sampratos.

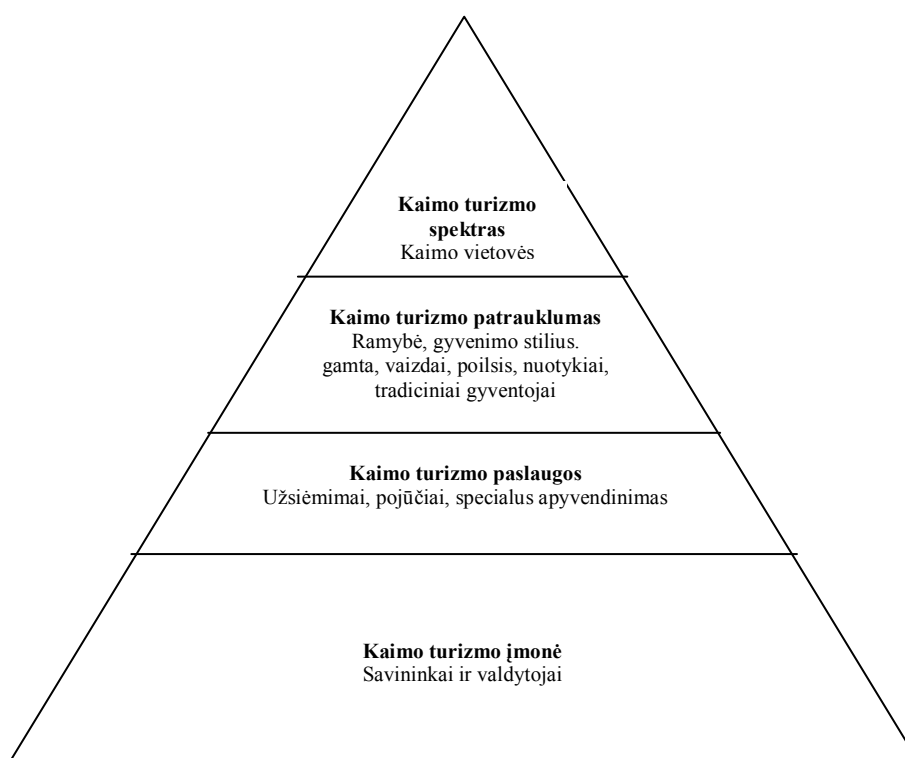
1 lentelė

Kaimo turizmo samprata

Autorius	Metai	Apibrėžimas
Lane	1994	Kaimo turizmas – tai įvairi veikla kaimo vietovėse, į kurią įeina pramogos gamtoje, kultūrinis paveldas bei tradiciniai kaimo užsiėmimai.
A. Astromskienė	2000	Kaimo turizmas yra poilsio paslaugų visuma kaimo vietovėse, neapsiribojanti viena sodyba ir jos gamtine aplinka, bet apimanti daugelį kaimo techninės ir socialinės infrastruktūros elementų.
I. Vainienė	2001	Kaimo turizmas - kelionė į kaimo vietovę, norint ištrūkti iš miesto triukšmo, skubos, užteršto oro, pailsėti kaimiškoje aplinkoje, užsiimti tai aplinkai būdinga veikla.
Kovacs	2002	Kaimo turizmas – tai laikina viešnagė kaimo vietovėje daugiau ar mažiau susijusi su žemės ūkiu, laisvalaikio paslaugomis.
P. Grecevičius, A. Armaitienė ir kt.	2002	Kaimo turizmas – ta tikslinga žmonių kelionė į kaimo vietas ir laikinas gyvenimas sodybose.
L. Žalys, I. Žalienenė, I. Iždonaitė	2006	Kaimo turizmas – tai kelionė į kaimo vietovę, norint pailsėti gamtoje, maitintis natūraliu maistu, užsiimti tai aplinkai būdinga veikla.

Šaltinis: sudaryta autorės

Kaip matome iš pateiktų kaimo turizmo sąvokų, bendra yra tai, kad visi autoriai išskiria, kad kaimo turizmas yra būtent kaimo vietovėse vykdoma veikla ir kuri neapsiriboja vien tik turistų apgyvendinimu, bet apima daug paslaugų ir pramogų, kurias teikia kaimo turizmo sodybos. Išsamiausias būtų A. Armaitienės apibrėžimas, kuriame kaimo turizmas nėra aiškinamas vien kaip keliautojų poilsis tam tikroje vietovėje, tačiau yra išskiriamos būtent poilsio paslaugos kaimo vietovėse, bei su šia aplinka susijusi techninė ir socialinė infrastruktūra. Autoriai P. Grecevičius, A. Armaitienė ir kt. (2002) teigia, kad kaimo turizmas yra susijęs su daugeliu kitų turizmo rūšių, kurios persipina ir papildo vienos kitas, todėl į kaimo turizmo apibrėžimą būtų galima įtraukti ir tai, kad kaimo turizmas yra įvairių turizmo sektorių derinys. 1 paveikslėlyje matome autorių J. Page ir D. Getz (1997) kaimo turizmo sampratos dedamasias.

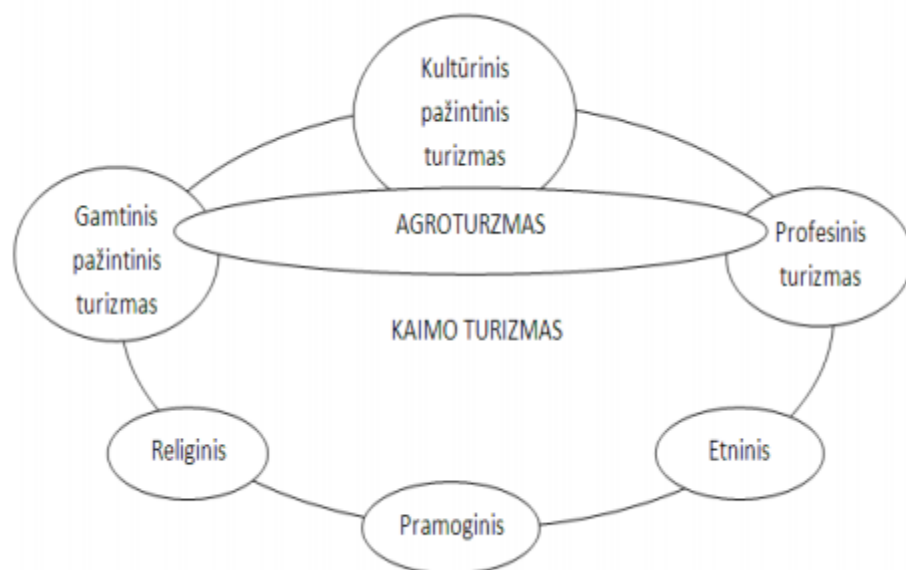


Šaltinis: Page J., Getz D. (1997) The business of Rural Tourism: International Perspectives, p. 192.

1 pav. Kaimo turizmo sampratos dedamosios

Apibendrinant įvairių autorių nuomonę, kaip turėtų būti aiškinama kaimo turizmo sąvoka, galime teigti, kad kaimo turizmas – tai turizmo sektorius, apimantis įvairias turizmo rūšis, kurios yra glaudžiai susietos su kaimo aplinka, įskaitant ir techninę bei socialinę infrastruktūrą, bei skirtos patenkinti keliautojų laisvalaikio bei poilsio poreikius.

Kaimo turizmas yra glaudžiai susijęs su kitomis turizmo rūšimis, kurios susipina ir viena kitą papildo. Autoriai Grecevičius ir kt. (1999), pateikia tokią kaimo turizmo struktūrą (2 pav.).



Šaltinis: Armantienė A., Grecevičius P., Urbis A., Vainienė I., (1999), *Kaimo turizmas*, p. 36

2 pav. Kaimo turizmo struktūra

Autoriai labiausiai su kaimo turizmu susijusias turizmo atšakas išskiria pramoginį turizmą, kurio metu kelionės tikslas yra pasilinksinti, pašvęsti, taip pat kultūrinį pažintinį turizmą, kurio metu keliautojas susipažįsta su gimtuoju kraštu bei aplanko kaimo teritorijose esančius kultūrinius objektus – sodybas, bažnyčias, muziejus, gamtos paminklus ir pan. Glaudžiai su kaimo turizmu yra susijęs gamtinis ir gamtinis pažintinis turizmas, kurio metu laisvalaikis yra leidžiamas gamtoje. Mažiausiai su kaimo turizmo susiję turizmo sektoriai – religinis, etninis bei profesinis turizmas.

Kitokį požiūrį pateikia autorė Vainienė (2001), kuri kaimo turizmą sieja su tokiais turizmo atšakomis: (2 lentelė).

2 lentelė

Su kaimo turizmu susijusios turizmo atšakos

Turizmo atšaka	Apibūdinimas
Gydomasias turizmas	Jis kaime dažniausiai siejamas su liaudies medicina ir liaudiškais gydymo būdais. Kaime kartais plečiama profilaktinio gydymo veikla.
Poilsio turizmas	Populiarus kaime, nes nuo miesto pavargusiems gyventojams svarbu gerai pailsėti
Profesinis – dalykinis turizmas	Jis siejamas su profesinių ir rekreacinių derinimu kaime. Dažniausiai yra dalyvaujama įvairiuose kaime organizuojamuose seminaruose, bendravimas su specialistais.
Religinis turizmas	Apima įvairias religines apeigas, kurių ypač gausu kaimuose
Sportinis turizmas	Jis kaime plėtojamas jau seniai. Šiuo metu yra nemažai populiarių sporto šakų, kurioms būtina kaimo aplinka (sportinė žūklė, slidinėjimas, važinėjimas kalnų dviračiais ir kt.).
Nuotykių turizmas	Jis gali būti plėtojamas tiek kaime, tiek kitose teritorijose, nes čia svarbiausia pati veikla.
Etninis turizmas	Jis dažniausiai siejamas su kelionėmis į gimtąsias vietas, gimtąjį kraštą. Dažniausiai šios vietos būna kaime.

Šaltinis: sudaryta autorės remiantis Vainiene I, (2001), *Kaimo turizmo organizavimas*

Kaip matome, autorė nagrinėdama su kaimo turizmu susijusias atšakas išskiria ir sporto turizmą, kuris nebuvo paminėtas Grecevičiaus ir kt. (2002) klasifikacijoje. Taip yra galbūt todėl, kad daugelis tapatina sporto turizmo veiklas su užsiėmimais kaime, nes aktyvus ar pasyvus sportas kaime bei įvairūs renginiai gali būti traktuojami kaip paprasčiausi užsiėmimai kaimo turizmo sodyboje.

1.1.2 Kaimo turizmo raida

Kaimo turizmo raidą Lietuvoje autorė A. Astromskienė (2009), nagrinėja dviem aspektais: kaip ekonominį ir socialinį reiškinį. Pasak jos, kaimo turizmo kaip socialinio reiškinio ir ūkininkavimui alternatyvios veiklos pradžia Lietuvoje laikytini 1994 m., kai Lietuvos ūkininkų Sąjunga inicijavo pirmuosius konsultacinius projektus su Skandinavijos šalimis poilsio kaime organizavimo bei kaimo turizmo plėtros klausimais. Kaimo turizmo pripažinimo kaip ekonominės veikos kaime pradžia laikytini 1997 m., kai pirmieji poilsio paslaugų teikėjai susibūrė į Lietuvos kaimo turizmo asociaciją, kuri ne tik pradėjo konsultuoti ir mokyti savo narius, bet ir ėmėsi aktyviai populiarinti poilsį kaime bei su šiuo turizmo sektoriumi susijusias paslaugas. Taip pat kaimo turizmo plėtrai labai didelės įtakos turėjo 1998 m. LR Seimo priimtas turizmo įstatymas, kuriame įteisinta kaimo turizmo veikla bei atitinkami poįstatyminiai aktai, reglamentuojantys kaimo turizmo paslaugų kokybę. 3 lentelėje pateikiama kaimo turizmo plėtros etapai Lietuvoje.

3 lentelė

Kaimo turizmo etapai Lietuvoje

Laikotarpis	Esminiai bruožai
1994–1998 m.	Kaimo gyventojų informavimas apie kaimo turizmo verslo galimybes, teisinės bazės formavimas
1998–2000 m.	Poilsio kaime paslaugų paklausos formavimas, kaimo turizmo verslinės veiklos pradžia
2000–2002 m.	Formalaus suaugusiųjų mokymo kaimo turizmo srityje sukūrimas, ekonominis verslo skatinimas
2002–2006 m.	Valstybės parama paklausos formavimui, SAPARD, ES struktūrinių fondų, programos parama tiesioginėms investicijoms, kaimo turizmo verslininkų profesiniam mokymui, kaimo turizmo verslo masto augimas.
nuo 2007 m.	Lietuvos kaimo turizmo paslaugų populiarinimas užsienio rinkose, paslaugų bei pramogų įvairinimas, konkurencingumo skatinimas

Šaltinis: A. Astromskienė, (2009), *Lietuvos kaimo turizmo verslo pokyčiai ir jų priežastys*, p. 3

Kaip matome iš pateiktos lentelės, šiuo metu pagrinde yra vykdoma intensyvus Lietuvos kaimo turizmo populiarinimas, plečiamas paslaugų ir pramogų asortimentas, kuris padėtų pritraukti kuo daugiau turistų ir taip padėtų šiam sektoriui plėtotis. Naujų paslaugų bei pramogų įvedimas į rinką padėtų geriau konkuruoti tarpusavyje.

1.1.3 Kaimo turizmo paslaugos bei jų vartotojai

Kaip ir kitose verslo sferose, taip ir kaimo turizmo sektoriuje pagrindinis paklausos elementas yra paslaugų vartotojai. Vartotojas – tai fizinis asmuo, kuris pareiškia norą pirkti, perka ir naudoja paslaugą su verslu ar profesija nesusijusiu tikslu, t.y vartotojo asmeniniams, šeimos, namų ūkio poreikiams tenkinti.¹ Kaip teigia P. Grecevičius, A. Armantienė ir kt. (2002), pagrindinės kaimo turizmo ypatybės, kurios traukia vartotojus keliauti poilsio į kaimo vietas yra tokios:

- Daug atviros erdvės.
- Mažai gyventojų.
- Retai užstatyta teritorija.
- Gamtinė aplinka.
- Daug veiklos lauke.
- Daug individualios veiklos galimybių.
- Mažos įstaigos.
- Mažai turistų.
- Vietinis privatus verslas.
- Asmeniški santykiai su turistais.
- Mėgėjiška vadyba.
- Vietinė kultūrinė atmosfera.
- Daug senesnių pastatų.
- Gamtos apsaugojimo idėjos.
- Tikras, lėtai valgomas maistas.

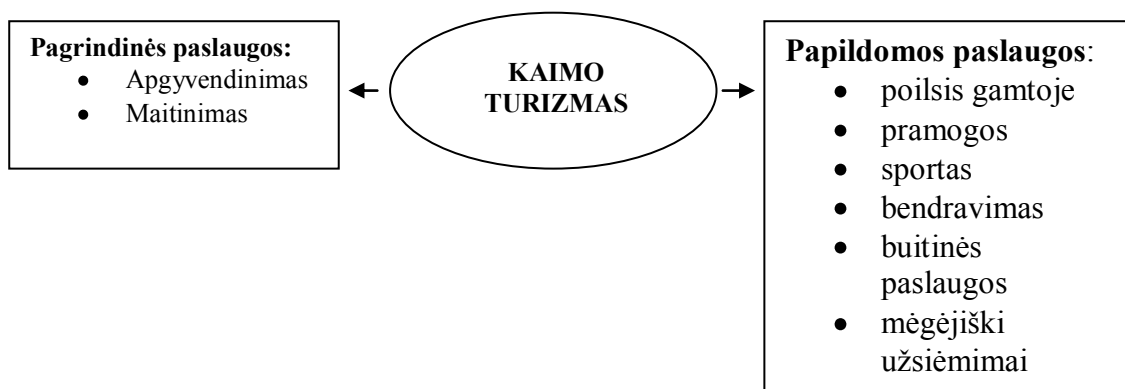
Lietuvos Žemės ūkio ministerijos kartu su Ūkio ministerija teigia, kad kaimo turizmo patrauklumui turistams daugiausia įtakos turi gamtinė aplinka, taip pat vertingas yra vietovės istorinis autentiškumas, kultūros, etnografinis paveldas. Paslaugų vertė priklauso ne tik nuo aplinkos ir sukurtos infrastruktūros, bet ir nuo aptarnavimo kokybės lygio. Kaip pagrindinis kaimo turizmo patrauklumo bei konkurencingumo veiksnys gali būti įvardijamas geras paslaugos kokybės ir kainos santykis, kurį lemia žmogiškasis potencialas. Tai papildo anksčiau minėtus kaimo turizmo privalumus, kuriuos išskyrė autoriai P. Grecevičius ir kt. (2002). Jie taip pat pabrėžė, kad vienas iš kaimo turizmo privalumų būtų asmeniški santykiai su turistais.

Pasak Sirusienės R. (2008) jeigu kaimo turizmo aplinka taps panaši į mūsų miestų bei priemiesčių ar kitų šalių architektūrinę aplinką, ji taps bevertė, neįdomi, o kaimo turizmas praras ne

¹ Kaimo turizmo sąvokos. Prieiga per internetą: <http://www.atostogoskaime.lt/userfiles/file/savokos.pdf>

tiktai užsienio, bet ir vidaus rinką. Užsienio bei Lietuvos turistams vertingiausi yra nestandartiniai istorinio kaimo bruožai bei jo savitumas, ten žmonės gali pailsėti nuo suvienodėjusios miestų aplinkos.

Kaimo turizmo paslaugos yra susietos su paslaugų paketo struktūra. Autorė A. Astromskienė remdamasi D. Dvilevičiene 3 paveiksle pateikia tokią kaimo turizmo paslaugų struktūrą.



Šaltinis: A. Astromskienė, R. Sirusienė (2007) pagal D. Dvilevičienę, Kaimo turizmas, psl. 148.

3 pav. Kaimo turizmo paslaugų struktūra

Kaimo turizmo sodyboje pirmiausia turi būti pasirengta pagrindinių paslaugų teikimui. Kadangi klientas yra šių paslaugų vartotojas, todėl kliento pasitenkinimo lygis priklausys didžia dalimi nuo sodybos šeimininko pastangų jas kuo geriau įvykdyti. Tam tikras pramogų paslaugas gali susikurti ir pats klientas, pasinaudodamas kaimo turizmo sodybos turimais ištekliais. Tai apima papildomas paslaugas, siūlomas kaimo turizmo sodybos paslaugų pakete.

Autoriai P. Grecevičius ir kt. (2002) teigia, kad turistų veiklos kaime sąrašas yra labai platus ir įvairus:

- Išskylavimas, keliavimas po apylinkes žirgais, pėsčiomis, dviračiais, slidėmis, valtimis.
- Žvejyba, medžioklė, uogavimas, grybavimas, vaistažolių rinkimas.
- Gamtos stebėjimas.
- Žaidimai, sportinė veikla.
- Darbas soduose, daržuose, miške.
- Kultūrinė veikla.
- Sveikatos stiprinimas.
- Pramogavimas, dalyvavimas šventėje.

Toliau yra pateikiama platesnė autoriaus Lane (1994) kaimo turizmo veiklų klasifikacija (4 lentelė), kurioje turizmo ir poilsio veiklos kaimo vietovėse suklasifikuotos pagal veiklos pobūdį.

Turizmo ir poilsio veiklos kaimo vietovėse

<i>Turistinis</i>	<i>Kultūriniai užsiėmimai</i>
Kelionės pėsčiomis (pėsčiųjų takeliai, parkai) Jodinėjimas Kelionės karavanais, vagonėliais Motorizuotos kelionės (važinėjimas keliukais, važinėjimas bekele, važinėjimas automobiliu) Važinėjimasis mažu miesteliu, ar kaimu „Nuotykių atostogos“/važinėjimas dykumomis ar tyrlaukiais Važinėjimas dviračiu Jodinėjimas asilais Slidinėjimas	Archeologija Restauraciniai objektai Kaimo paveldo studijos Domėjimasis vietine pramone, agrokultūra ar amatais Muziejai Amatų kursai Meninių gebėjimų išbandymas dirbtuvėse ar studijose Liaudies meno grupės Kultūriniai, kulinariniai ir kiti maršrutai
<i>Vandens pramogos</i>	<i>Su sveikatos gerinimu susijusios veiklos</i>
Žvejyba Plaukiojimas Upių/kanalų kelionės (jachtos, mažos valtelės, eskursijų laivai) Plaukiojimas kanojomis, baidarėmis bei plaukimas sraunia upe Plaukiojimas burlentėmis Greitaeigių katerių lenktynės Plaukiojimas burlaiviu	Fizinės būklės gerinimo treniruotės SPA ir sveikatos centrai
<i>Oro pramogos</i>	<i>Pasyvi veikla</i>
Skraidymas orlaiviu Sklandymas sklandytuvais Oro balionai	Atsipalaidavimo atostogos kaimo vietovėje Gamtos stebėjimas, įskaitant paukščių stebėjimą ir fotografiją Gėrėjimasis gamta
<i>Sporto pramogos</i>	<i>Renginiai</i>
Reikalaujančios natūralios aplinkos: Speleologija Kopimas kalnais Orientacinis sportas Reikalaujančios modifikuotos aplinkos: Tenisas Golfas Slidinėjimas žemomis nuokalnėmis Medžioklė	Sporto renginiai kaimo vietovėse Žemdirbystės parodos
	<i>Veikla, susijusi su verslu</i>
	Nedidelės apimties konferencijos Paskatinamosios turistinės trumpos pertraukos darbuotojams

Šaltinis: Lane (1994) pagal L. Roberts ir D. Hall (2001) Rural tourism and recreation; principles to practice, p. 2

Lentelėje matome, kad autorius išskirsto kaimo turizmo veiklas pagal jų rūšis. Lentelėje pateiktos pasyvios, aktyvios kaimo turizmo veiklos, taip pat renginiai bei su verslu ir sveikatinimu susijusi veikla. Iš pateiktų kaimo turizmo pramogų matome, kad jos yra labai glaudžiai susijusios su sporto turizmo veiklomis, kur taip pat yra išskiriama aktyvi bei pasyvi sportinė veikla ir dalyvavimas renginiuose.

Norint susieti kaimo turizmą su sporto turizmu pirmiausia reiktų atkreipti dėmesį į jų sampratą. Sporto turizmas – tai kelionės, kurių metu yra išvykstama kuriam laikui iš savo nuolatinės gyvenamosios vietos su tikslu dalyvauti sportinėje veikloje, stebėti sportinius renginius ar atsitiktinai įsitraukti į sportinę veiklą savo kelionės metu. Kaimo turizmas – tai turizmo sektorius, apimantis įvairias turizmo rūšis, kurios yra glaudžiai susietos su kaimo aplinka, įskaitant ir techninę bei socialinę infrastruktūrą, bei skirtos patenkinti keliautojų laisvalaikio bei poilsio poreikius. Kaip matome, abi šios turizmo rūšys yra panašios tuo, kad jų metu keliautojai palieka savo nuolatinę gyvenamąją vietą tam, kad užsiimtų laisvalaikio ar poilsine veikla. Kaip matėme iš pateiktos 4 lentelės, laisvalaikio veiklą kaimo turizmo sodybose dažniausiai apibrėžia aktyvi ar pasyvi sportinė veikla bei dalyvavimas renginiuose. Todėl galima teigti, kad sporto turizmas yra neatsiejama kaimo turizmo dalis.

Autoriai Costa ir Chalip (2008) išskiria dvi pagrindines priežastis, dėl kaimo ir sporto turizmo sąveikos tarpusavyje:

- Visų pirma, kaimo vietovių užimtumas yra labai mažas ir apima natūralias lokalias vietas (kalnai, atviros erdvės, vandens šaltiniai), kurias galima išnaudoti sportinėms pramogoms. (Chambers, 1994).
- Antra priežastis yra ta, kad dauguma poilsio veiklų reikalauja natūralių sąlygų (tokių kaip kalnai, vėjas, vandens telkiniai), todėl kaimas tampa patrauklia vieta pakartotiniam lankymuisi užsiimti sportine veikla (Fishwick&Vining, 1992; Bricker&Kerstetter, 2000).

Kuomet kaimo turizmo vietovės suteikia galimybę plėtoti laisvalaikio sportą, galimybė dalyvauti šioje veikloje tampa labai patraukli vykdant kaimo turizmo rėmimo programas.

1.1.4 Kaimo turizmo plėtros perspektyvos

Kaimo turizmo plėtra – tai naujų idėjų ieškojimų ir jų įdiegimo procesas. (Žalys ir kt., 2006). Atsižvelgiant į Lietuvos žemės ūkio ministerijos pastabas, į kaimo turizmo sodybas pritraukti didesnius turistų srautus ir spręsti kaimo turizmui itin aktualius sezoniškumo klausimus siekiantiems kaimo turizmo paslaugų teikėjams būtina ne tik išplėsti paslaugų įvairovę, nuolat pristatyti teikiamas paslaugas, bet ir daugiau bendradarbiauti su turizmo informaciniais centrais, bei kelionių agentūromis, užtikrinti nuolatinį interneto ryšio palaikymą.

Autoriai L. Žalys ir kt. (2006) pateikia Lietuvos kaimo turizmo plėtros SSGG analizę, kurioje yra išskiriamos plėtros stiprybės, silpnybės, galimybės ir grėsmės (5 lentelė).

Kaimo turizmo plėtros SSGG analizė

STIPRYBĖS	SILPNYBĖS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Patraukli turistus priimančių sodybų vieta, padėtis (netoli miškų, ežerų, upių ar upelių), kraštovaizdžiu išsiskiria ir kur ne kur kalvotas reljefas, retai apgyvendinti plotai 2. Mažas gyventojų užimtumas verčia juos mąstyti apie papildomus verslus ir užsiėmimus 3. Turtingas istorinis paveldas 4. Kultūros, tradicijos, šventės, papročiai 5. Didėjantis miesto gyventojų noras pagyventi ramioje aplinkoje 6. Siūlomų paslaugų ir pramogų įvairovė 7. Kaina atitinka paslaugų kokybę 8. Draugiški, nuoširdūs, vaišingi žmonės 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dar neištirta ir sunkiai apibrėžiama kaimo turizmo paslaugų paklausa 2. Neaiški kaimo turizmo verslo rėmimo sistema 3. Stygius informacinių nuorodų į kaimo turizmo teikėjo sodybą 4. Bendravimos su turistais barjeras dėl užsienio kalbų nemokėjimo 5. Dauguma kaimo gyventojų psichologiškai dar nėra pasiruošę užsiimti turistų aptarnavimu, neturi reikiamo pasirengimo, stinga aptarnavimo įgūdžių ir patyrimo. 6. Neišplėta laisvalaikio, pramogų industrija 7. Kaimo vietovėse nepakanka tokių paslaugų, kaip prekyba, keliai, ryšiai, buitinės paslaugos, komunaliniai patarnavimai, infrastruktūra 8. Reikalingos didesnės lėšos sodyboms parengti, jų aplinkai sutvarkyti, gyventojai tam lėšų neturi. 9. Gyventojų saugumo sumažėjimas, padidėjus turistų srautui.
GALIMYBĖS	GRĖSMĖS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Padidėjęs susidomėjimas kaimo turizmu 2. Padidėjęs susidomėjimas trumpalaikėmis kelionėmis (iki 3 dienų) 3. Galimybė pasitelkti lėšų kaimo turizmo programoms bent dalinai finansuoti iš tarptautinių programų bei ES struktūrinių fondų. 4. Galimybė panaudoti atliekamus gyvenamuosius plotus 5. Galimybė plėtoti tiesioginį žemės ūkio produktų pardavimą, įskaitant ir ekologiškus produktus 6. Galimybė plėtoti vandens turizmą 7. Galimybė plėtoti ekoturizmą 8. Kultūros paveldo objekto būklės gerinimas regione 9. Aplinkos ekologinės būklės gerinimas 10. Galimybė išplėsti regiono ekonominę bazę 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menkas gyventojų supratimo apie aplinką, ekologiją lygis 2. Kaimo kraštovaizdžių savitumo sunykimas 3. Senosios medinės kaimo architektūros sunykimas 4. Galimi nauji konkurentai 5. Žemdirbių migracija į miestus ir užsienį 6. Nepakankamas kaimo turizmo paramos ir skelbimo vaidmuo 7. Nusikalstamumo didėjimas šalyje

Šaltinis: Žalys L. ir kt. (2006), Kaimo turizmo charakteristika ir plėtros politika, p. 7

Kaip matome iš analizės rezultatų, kaimo turizmo plėtrą sąlygoja daug ekonominių, socialinių bei gamtinių veiksnių. Pagrindiniai jų būtų turtingas kultūrinis paveldas ir kaimo turizmui puikiai tinkanti gamtinė aplinka, bei kainos ir kokybės santykis. Dėl šios priežasties padidėjusį susidomėjimą kaimo turizmu ir trumpalaikėmis kelionėmis galima plėtoti pasinaudojant ES parama. Taip pat kaimo turizmo plėtra suteikia galimybes panaudoti atliekamus gyvenamuosius plotus bei plėtoti Lietuvoje dar gana naujas turizmo sritis – vandens ir ekoturizmą. Šiai nuomonei pritaria ir autorės Vidickienė ir Melnikienė (2007), kurios taip pat teigia, kad kaimo turizmo plėtrai labai svarbi išorinė parama, bei taip pat pabrėžia, kad labai didelės reikšmės plėtrai turi ir aktyvus kaimo bendruomenių judėjimas. Autoriai kaip galimas kliūtis kaimo turizmo plėtrai išskiria neaiškia kaimo turizmo verslo rėmimo sistema, neišplėtotą laisvalaikio ir pramogų industriją bei dar neapibrėžtą kaimo turizmo paslaugų paklausą. Kaip teigiama Nacionalinėje turizmo plėtros 2007-2010 m. programoje, kaimo turizmo plėtrai taip pat trukdo nepakankami vadybiniai į šią veiklą įsitraukusių gyventojų gebėjimai, prastos užsienio kalbų žinios, o taip pat nepakankama

kaimo infrastruktūra (privažiavimai, vandens tiekimas, nutekamojo vandens apdorojimas, interneto prieiga, kt.), rinkodaros stoka.

6 lentelė

Kaimo turizmo verslo plėtros SSGG analizė

Stiprybės	Silpnybės
<p>Gausūs poilsio ištekliai (ežerai, upės, miškai, pajūris) Aukštas natūralių gydomųjų išteklių potencialas Mažai urbanizuotos kaimo vietovės Gausūs kultūros ir istorijos ištekliai Du turistų lankytini objektai yra įtraukti į UNESCO sąrašą Svečių namai Lyginant su Vakarų Europa, žemesnės turizmo paslaugų kainos Gerai išplėtotas susisiekimo tinklas Stipri nacionalinė turizmo bazė</p>	<p>Nepakankamas Lietuvos kaip šalies įvaizdžio formavimas Teisinė aplinka neskatina turizmo vystymosi Turizmo departamentas yra per silpnas atsižvelgiant į jo funkcijas ir užduotis Neišsivystęs upių transportas ir smulkių uostų bei prieplaukų infrastruktūra Neišvystyta stovyklaviečių sistema bei dviračių takų infrastruktūra Nepanaudoti ir neparuošti turistų lankymuisi kultūrinio paveldo objektai, istorinės vietos Nepakankama turizmo sektoriaus administracijos ir savivaldybių kompetencija Nepakankamos valstybės ir privačios investicijos į turizmo sektorių Nepakankama laisvalaikio užsiėmimų ir pramogų įvairovė Neišvystyta konferencijų turizmo infrastruktūra Nepakankamas dėmesys turizmo paslaugų teikėjams ir paslaugų kokybei Nediferencijuotas turizmo produktų pritatymas, neatsižvelgiama į regioninę specifiką Nepakankamai kontroliuojama kriminologinė situacija šalyje</p>
Galimybės	Grėsmės
<p>Galimybė panaudoti ES struktūrinių fondų paramą įgyvendinant įvairius kaimo turizmo plėtros projektus Efektyvesnis nacionalinio rekreacinio potencialo panaudojimas užsienio turistams Darbo ir materialinių išteklių racionalus panaudojimas turizmo sektoriuje Kurortinio turizmo vystymas Parengtos ekonomikos strategijos suteiks platesnes turizmo vystymo galimybes šalyje ir atskiruose turizmo regionuose Tarpregioninių kelių vystymas Nacionalinės turizmo informacijos sistemos ir jos įgyvendinimo plano ruošimas Smulkaus ir vidutinio verslo skatinimas kaimo vietovėse Efektyvus mokslinio potencialo pritaikymas Didesnė dalis nacionalinio biudžeto lėšų, tenkanti regioninio turizmo strategijoms rengti, teritorijų vadybai, marketingui, infrastruktūros plėtrai. Specifinių turizmo produktų paklausa, kuri plečia veiklų sritis (konferencijos, kruizai, kaimo turizmas, ekoturizmas, aktyvus poilsis, kultūrinis-pažintinis turizmas) Investicinės aplinkos gerinimas Paslaugų gerinimas apgyvendinimo sferoje Užtikrinimas, kad bus plėtojamas turizmas naujinant ir gerinant paslaugas Turizmo informacijos sistemos plėtojimas</p>	<p>Galimi nacionalinės ekonomikos plėtros prioritetų pokyčiai Nepakankamas turizmo plėtros finansavimas Nesugebėjimas sukurti Lietuvos, kaip jūros valstybės įvaizdį Neracionalus investicijų panaudojimas turizmo sferoje Nepakankamas kultūrinių-istorinių ir natūralaus paveldo objektų patrauklumas Saugomų kopų Baltijos jūros pakrantėje nykimas Kiekybinis ir kokybinis poilsio išteklių nykimas Nemažėjantis nusikalstamumas Kaimo turizmo potencialo nykimas</p>

Šaltinis: Ramanauskienė J., Gargasas A., Ramanauskas J., Marketing solutions in rural tourism development in Lithuania, 2006

Kitokią SSGG analizę pateikia Ramanauskienė J. ir kt. Autoriai (2006). Ši analizė yra pritaikyta kaimo turizmo verslo plėtrai, kurioje yra išsamiau pateikiamos kaimo turizmo plėtros galimybės. Kaip ir prieš tai pateiktoje SSGG analizėje yra išskiriama ES paramos svarba vykdant turizmo projektus. Pagrindinės kaimo turizmo verslo plėtros galimybės gali būti išskiriamos kaimo turizmo infrastruktūra, turizmo paslaugų paketo plėtimas bei kokybės gerinimas, turizmo informacijos sistemos plėtojimas.

1.2 Sporto turizmo sistemos apžvalga

Galimybė dalyvauti įvairioje sportinėje veikloje vis labiau tampa įprasta priežastimi keliauti bei daro didelį poveikį žmonių pasirinkimui kaip praleisti savo laisvalaikį. Pastaruoju metu sporto turizmas yra vienas iš greičiausiai besivystančių segmentų turizmo šakoje, kuriam didelės įtakos turėjo sportinių renginių augantis populiarumas. Tačiau sporto turizmas nėra nauja turizmo sfera, nes kelionės, kurių metu dalyvaujama sportinėje veikloje ar stebimi sportiniai renginiai, žinomos jau nuo senovės Olimpinių žaidynių laikų, kurių metu buvo ne tik vykstama stebėti sportinio renginio, tačiau ir patys dalyvaudavo sportinėje veikloje.

1.2.1 Sporto turizmo sąvokos samprata

Sporto turizmas gali būti apibūdinamas kaip sportinė veikla, kurios metu turistai dalyvauja sporto renginyje ar varžybose, vyksta į sporto stovyklas, tiesiogiai ar netiesiogiai susiduria su sportine veikla atostogų metu. 7 lentelėje pateikiamos įvairių autorių sporto turizmo sąvokos.

7 lentelė

Sporto turizmo sąvokų aiškinimas

Autorius	Metai	Apibrėžimas
Kaputinskienė	2009	Keliautojų sportas – tai sudėtingos sportinės kategorinės kelionės, kurioms pagal atskiras turizmo rūšis keliami dar saviti reikalavimai ir nustatomos taisyklės. Visų kelionių pradžia yra trumpalaikiai poilsio dienos žygiai, dalyvavimas masiniuose sveikatingumo renginiuose, siekiant aktyviai praleisti keletą valandų gamtoje, gryname ore.
Novelli	2005	Sporto turizmas apima keliones, kurių metu dalyvaujama pasyvioje (sporto muziejai, sportiniai renginiai) ar aktyvioje (nardymas, važinėjimas dviračiu, golfas) sportinėje veikloje, kur sportas yra pagrindinė priežastis keliauti.
Weed, Bull	2004	Sporto turizmas – tai socialinis ir kultūrinis reiškiny, kuris atsiranda dėl unikalios veiklos, žmonių ir vietos sąveikos.

Tęsinys kitame puslapyje

Hinch, Higham	2004	Sporto turizmas – sportine veikla pagrįsta kelionė, kurios metu yra išvykstama iš savo įprastinės gyvenamosios vietos ribotam laikui, kur sportas yra charakterizuojamas specifinėmis taisyklėmis, susijęs su varžybomis, fizinės būsenos gerinimu ar žaisminiu pobūdžiu.
S. Hudson	2003	Sporto turizmas – tai turizmo segmentas, kuris apima keliavimą dalyvauti sportinėje veikloje, stebėti sportinius renginius ir patiems mėgėjiškai užsiimti sportine veikla.
Grecevičius, Armaitienė, Junevičienė ir kt.	2002	Sporto turizmas – tai kelionės, kurių metu dalyvaujama sporto veikloje arba ji stebima. Sporto turizmas savo ruožtu dar gali būti skirstomas pagal atskiras sporto rūšis, pagal sezonines sporto rūšis, pagal varžybų mastą ir kitokius rodiklius.
Standeven, Knop	1999	Sporto turizmas apima tiek pasyvų tiek aktyvų dalyvavimą sporte, taip pat organizuotas bei neorganizuotas sportines veiklas komerciniais ir nekomerciniais tikslais, kurios reikalauja palikti savo nuolatinę gyvenamąją ar darbo vietą.
Gibson, Yiannakis	1987	Sporto turizmas apima keliavimą toliau nuo savo nuolatinės gyvenamosios vietos ir dalyvavimą sportinėje veikloje dėl poilsio ar dalyvavimo varžybose, sportinių renginių stebėjimą ar sporto muziejų ar vandens parkų lankymą.

Šaltinis: sudaryta autorės

Kaip matome iš pateiktos sporto turizmo apibrėžimų lentelės, visi autoriai išskiria sportą kaip pirminį ar antrinį kelionės motyvatorių. Kitas dažniausiai pabrėžtas autorių aspektas yra tas, kad kelionės metu turi būti išvykstama iš savo nuolatinės gyvenamosios vietos. Kai kurie autoriai išskiria ir pagrindines sporto turizmo rūšis, t.y. pasyvų ir aktyvų sporto turizmą. Autorė N. Kaputinskienė (2009) pateikia skirtingą nei kitų autorių apibrėžimą, kuriame sporto turizmas yra įvardijamas kaip keliautojų sportas. Tačiau šis apibūdinimas yra nelabai tikslus, nes nėra įtraukiama pasyvi sportinė veikla, o yra tik pabrėžiamas aktyvus keliautojų dalyvavimas sportinėje veikloje. Apibendrinant autorių požiūrius galėtume teigti, kad sporto turizmas – tai kelionės, kurių metu yra išvykstama kuriam laikui iš savo nuolatinės gyvenamosios vietos su tikslu dalyvauti sportinėje veikloje, stebėti sportinius renginius ar tik atsitiktinai užsiimti sportu savo kelionės metu, tokiu kaip teniso žaidimas paplūdimyje savo malonumui.

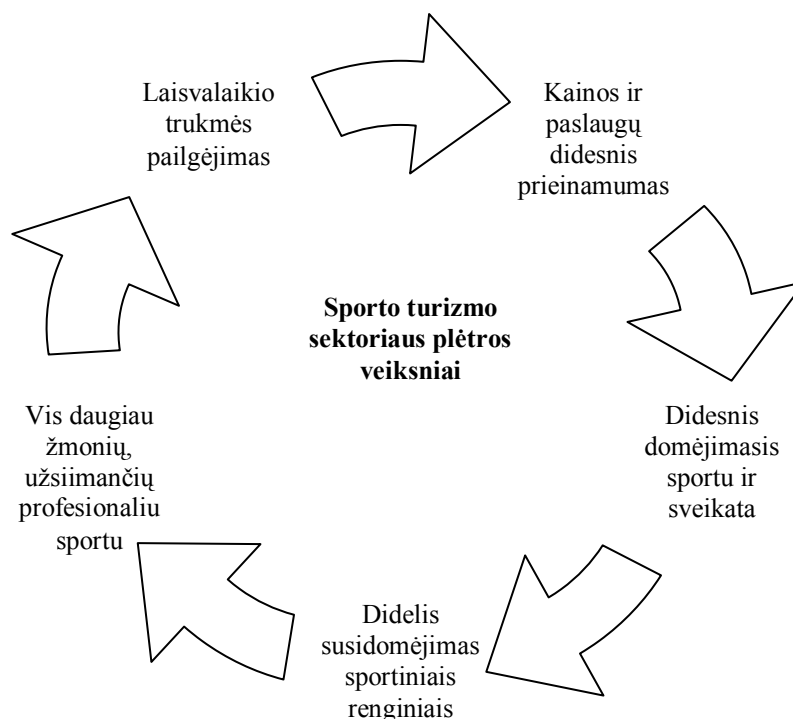
1.2.2 Sporto turizmo sektoriaus plėtros veiksniai

Autoriai M. Weed ir Ch. Bull (2004) teigia, kad didžiausios įtakos sporto turizmo populiarumui turėjo XX amžiuje pailgėjusi žmonių laisvalaikio trukmė. Nuo tada laisvalaikis bei atostogos tapo neatskiriama kiekvieno žmogaus gyvenimo būdo dalis taip pat įtraukiant ir sporto turizmą. Žmonės vis dažniau pradėjo keliauti ir savo kelionių metu užsiimti sportine veikla, nesvarbu ar tai būtų profesionalus sportas, ar tik mėgėjiška pramoga. Išaugus laisvalaikio pramogų

paklausai, jos tapo labiau prieinamos daugiau vartotojų tiek savo kaina, tiek siūlomų paslaugų pasirinkimu. Ši paklausa taip pat pakoregavo ir sporto turizmo sektoriaus plėtrą. Atsižvelgiant į vartotojų poreikius pradėta steigti įvairias sporto turistams pritaikytas apgyvendinimo vietas. Poilsio stovyklos gali būti puikus pavyzdys, kuris ryškiausiai buvo pastebimas Vokietijoje, kur nuo 1930 metų buvo pradėtos kurti sveikatos ir fizinės būklės gerinimo stovyklos. Taip pat Anglijoje buvo pradėti steigti viešbučiai, kurie keliautojams suteikė galimybę leisti laisvalaikį išskylaujant ar važinėjant dviračiu kaimo vietovėse. Vėliau šios stovyklos bei viešbučiai įgijo kitą pavadinimą – „centras“, „kaimas“ ar „atostogų pasaulis“ (Urry, 2002) ir sukūrė naują atostogų centro tipą, kuriame sukuriama dirbtinė apinka, kur sportas, ypač vandens, yra labai svarbus.

„Industry science recourses“² pateikia tokias sporto turizmo sektoriaus formavimosi priežastis:

- didelis susidomėjimas sportiniais renginiais bei jų populiarinimas per žiniasklaidos priemones;
- padidėjęs profesionalizmas sporte ir iš to sekanti sporto stovyklų paklausa, augantis dalyvavimas masiniuose renginiuose, tokiuose kaip „Master Games“;
- išaugęs populiarumas specialiai organizuotų renginių – padedant reklamuoti turizmą tam tikram regione.



Šaltinis: sudaryta autorės

4 pav. Sporto turizmo sektoriaus plėtros veiksniai

² Industry science resources, 2002, *Sport and tourism division* p. 12

4 paveiksle matome išskirtus pagrindinius sporto turizmo sektoriaus plėtros veiksnius, kurie darė didžiausią įtaką vystantis sporto turizmo sektoriui.

1.2.3 Sporto turizmo formos bei sporto turistų segmentai

Pasak autorių P. Grecevičiaus, A. Armaitienės ir kitų (2002), sporto turizmo įtaka tiek visuomenės, tiek ir individualiai yra neabejotina. Sportas tiesiogiai veikia daugelį žmonių gyvenimo sferų – socialinį statusą, bendravimą, verslą, gyvenimo stilių, etines vertybes, kalbą ir herojų įvaizdį. Sportiniai renginiai stiprina bendruomenės tradicijas ir vertybes ir yra stimulas vietinių verslininkų, rėmėjų, bendruomenės lyderių veiklai. Ekonominė sporto turizmo reikšmė gali būti įvardijama prekių ir paslaugų atnaujinimu, darbo vietų kūrimu, specifinių paslaugų teikimu, komercine veikla. Kaip pagrindinius sporto turizmo naudingumo individui argumentus autoriai pateikia šiuos:

- Tenkina sportinius interesus.
- Keičia kasdieninių sportinių pratimų rutiną.
- Pakeičiama aplinka.
- Geriau susipažįstama su nauja vietoje, kurioje užsiimama specifine sporto šaka (pvz. burlenčių sportas Australijoje).
- Galimybė pakelti sportinę kvalifikaciją.
- Galimybė intensyviai sportuoti.
- Buvimas gamtoje.
- Galimybė užmegzti naujus kontaktus ir bendrauti (pvz. žaidimai airių smuklėse).
- Galimybė sportuoti naujose, neįprastose arba geresnėse sąlygose.
- Galimybė pradėti sportuoti.

Pasak P. Grecevičiaus, A. Armaitienės ir kitų (2002), sporto turizmą individą skatina rinktis sportiniai pomėgiai, pakliuvimas į kitokią aplinką, bei galimybė vienu metu ne tik pailsėti, bet ir galimybė tobulinti savo sportinius įgūdžius bei savo fizinę savijautą. Sporto turizmas skiriasi nuo kitų turizmo sektorių būtent tuo, kad jis individą perkelia į kitokią erdvę, kuri yra nulemta elgsenos taisyklių, metodų, veikimo būdų ir fizinės įtampos, nesvarbu kokia veikla asmuo užsiims – ar kops į kalnus, ar žais futbolą, ar paprasčiausiai stebės varžybas.

Norint tiksliau išsiaiškinti, kokie turistų segmentai sudaro sporto turizmo rinką, McIntosh and Goeldner (1986) išskiria sporto turistų motyvaciją, elgesį bei konkurencingumą kaip pagrindinį kriterijų, pagal kurį būtų galima tiksliausiai suskirstyti sporto turistus į grupes.

Kadangi sporto turizmas yra labai platus turizmo sektorius, apimantis įvairias sporto veiklas bei kelionės tikslus, sporto turistų motyvai keliauti taip pat yra skirtingi. Remiantis Maslow (1970) laisvalaikio motyvacijos skale, keliautojų motyvai gali būti skirstomi:

a) Intelektualinis. Šis motyvas skatina individą keliauti dėl šių priežasčių: kelionės metu turistai siekia tyrinėti, atrasti ar kurti.

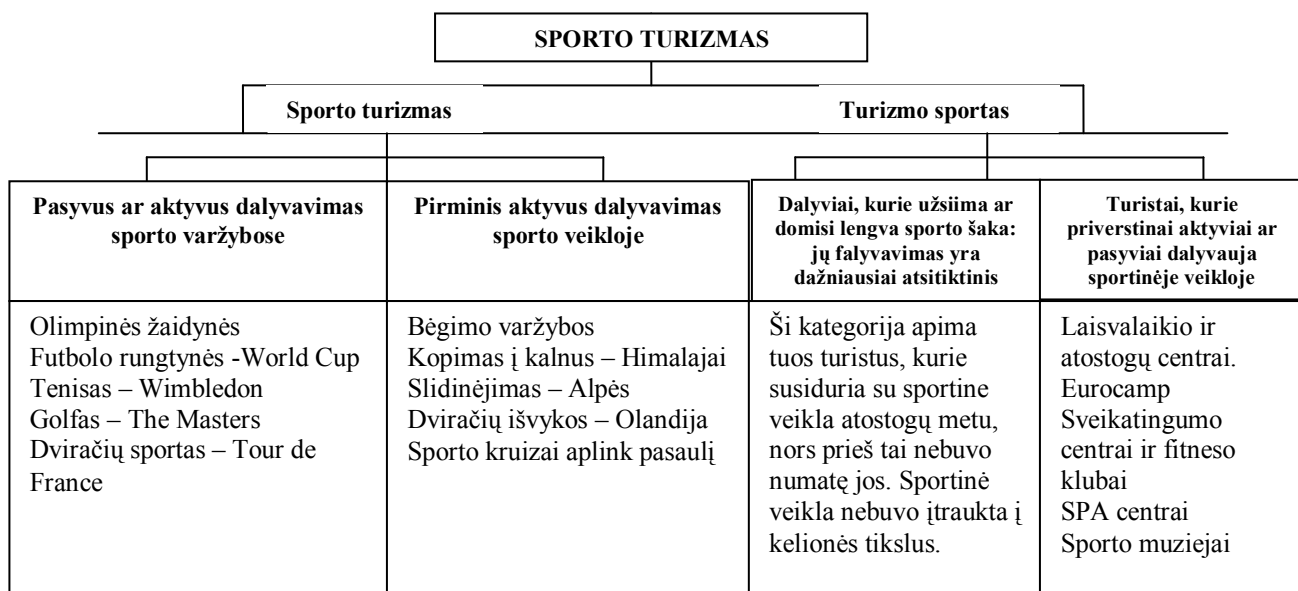
b) Socialinis. Šis motyvas skatina individą keliauti, nes jis siekia užmegsti naują draugystę ir tarpusavio santykius.

c) Konkuravimas-meistriškumas. Šis motyvas skatina individą keliauti, nes juos domina sportinė veikla, kurioje yra konkuruojama, siekiama tikslo, dalyvauja aukšto lygio sportininkai.

d) Paskata – išvengimas. Šis motyvas skatina individą keliauti, nes jis nori ištrūkti nuo kasdienybės.

Remiantis Gammon ir Gibson (1997) prielaidomis, sporto turistai gali būti kategorizuojami pagal pirminius ir antrinius kelionės tikslus, t.y sporto turistus veikia pirminiai ir antriniai motyvai keliauti. Autoriai teigia, kad šiuo atveju antriniai kelionės tikslai papildo pirminius kelionės tikslus.

Pateiktame paveikslėlyje (5 pav.) matome išskirtus sporto turistų tipus, pagal jų pasirinktą kelionės tikslą.



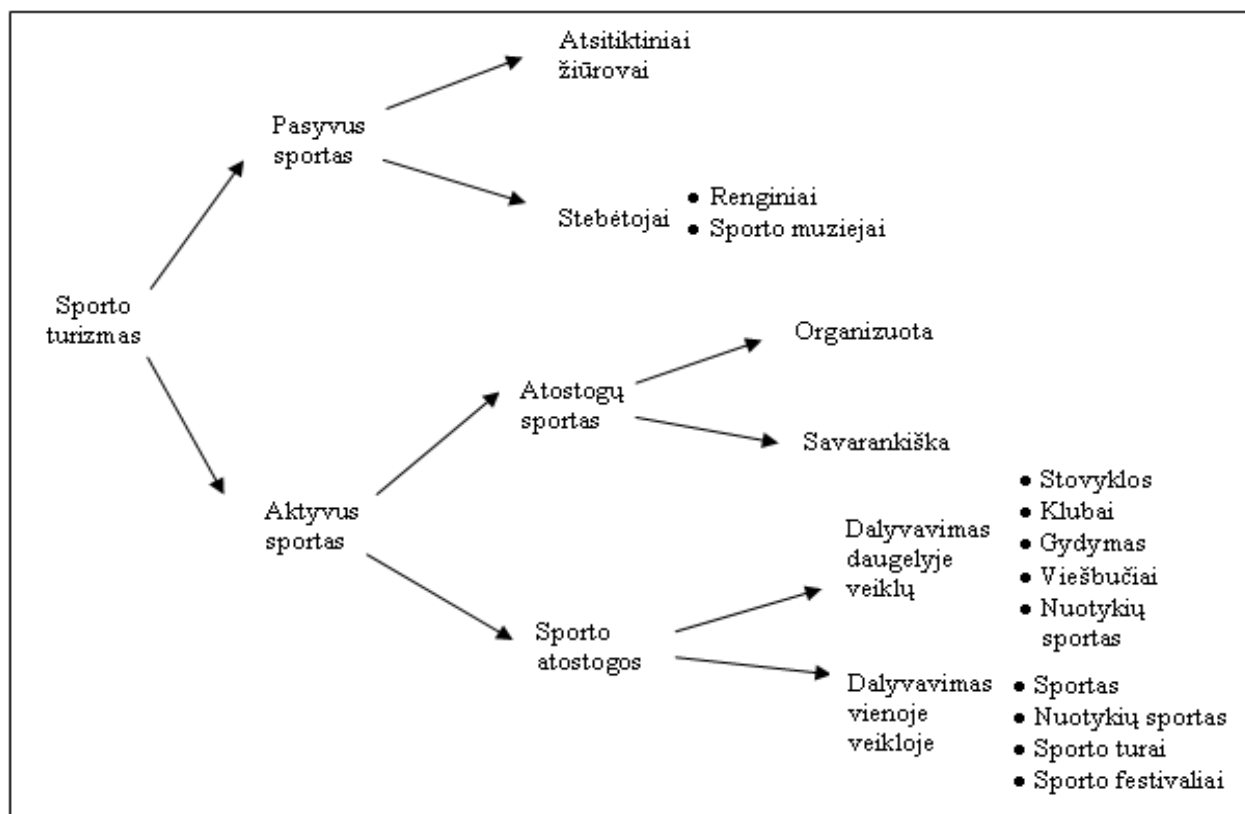
Šaltinis: sudaryta autoriaus remiantis Gammon ir Gibson (1997), *A Question of Primary and Secondary Motives: Revisiting and Applying the Sport Tourism Framework*,
 <www.professioneelsportmanagement.nl/userimg/pdf/Sport_Tourism>

5 pav. Sporto turistų tipai

Šiame paveiksle sporto turizmo sekcijoje yra analizuojami individai, kurie aktyviai ar pasyviai dalyvauja varžybose ar pramogų sporte, tuo pat metu keliaudami ir būdami ne savo

nuolatinėje aplinkoje. Pagrindinis šios turistų kategorijos kriterijus yra tas, kad pagrindinė kelionės motyvacija yra sportas. Tai gali būti tiek pasyvus tiek aktyvus dalyvavimas sportinėje veikloje – individas gali pats varžytis tam tikroje sporto šakoje, taip pat būti sporto renginio žiūrovu ir palaikyti savo mėgstamą komandą ar sportininką. Sporto turizmo sąvoka taip pat apima individus, kurie važiuoja į keliones savo malonumui užsiimti mėgstama sportine veikla, pavyzdžiui slidinėjimo ar važinėjimo dviračiu atostogos. Turizmo sportas yra apibūdinamas kaip individo keliavimas, kurio metu yra apsistojama ne savo nuolatinėje vietoje ir aktyviai bei pasyviai dalyvaujama varžybose ar pramoginiame sporte kaip antrinėje veikloje. Pirminis kelionės tikslas šiems turistams yra atostogos.

Kiti autoriai J. Standeven ir P. Knopp (1999) pateikia sporto turizmo rinkos formas, kurios yra suskirstytos pagal sporto turistų elgseną, konkurencingumą ir motyvaciją.



Šaltinis: sudaryta autorės remiantis Standeven J., Knop P. (1999). *Sport tourism*. p.13

6 pav. Sporto turizmo formos

Kaip matome iš 3 paveikslo, autoriai J. Standeven ir P. Knop (1999) sporto turizmo rinką suskirsto pagal aktyvų ir pasyvų dalyvavimą sporte. Pasyvų dalyvavimą sporte sudaro turistai, kurie atsitiktinai stebi sportinį renginį, ir tai nebuvo jų kelionės tikslas. Kita grupė pasyvių sporto turistų – kurie specialiai vyksta į organizuojamus sportinius renginius, arba į sporto muziejus. Aktyvių sporto

turistų segmentą sudaro dvi dalys – atostogų sportinė veikla ir sportinės veiklos atostogos. Atostogų sportinę veiklą sudaro du tipai – tai atsitiktinis dalyvavimas sportinėje veikloje, kuri yra organizuojama atostogų metu (pvz. paplūdimio žaidimai). Ir kitas tipas – privatus ar savarankiškas užsiėmimas sportu atostogų metu (pvz. golfo žaidimas savo malonumui arba pasivaikščiojimas). Sportinės veiklos atostogos reiškia, kad pirminis turistų tikslas yra sportinė veikla. Šią segmentą sudaro taip pat du tipai: tai dalyvavimas tik vienoje sportinėje veikloje ir dalyvavimas daugiau sportinių veiklų.

Nagrinėjant Lietuvos sporto turizmo rinką, galima pateikti autorės N. Kaputinskienės (2009) keliautojų sporto plėtojimo kryptis (8 lentelė).

8 lentelė

Lietuvos keliautojų sporto plėtojimo kryptys

Masiniai sveikatingumo renginiai, skirti plačiausiems gyventojų sluoksniams	Sportinės kategorinės kelionės (klasifikacija pagal turizmo rūšis)
Kolektyvinės išvykos į gamtą: „Snaigės“ žygiai slidėmis, maršrutai pėsčiomis, baidarėmis, dviračiais	Pėsčiųjų
	Slidžių
	Kalnų
	Plaukimo priemonėmis (baidarėmis, plaustais, katamaranais ir t.t.)
	Dviračių
	Automobilių
Šventės, sąskrydžiai	Kelionės urvais
Pažintiniai sveikatingumo renginiai kolektyvo, miesto, šalies gyventojams	Sportinių kelionių kategoriją lemiantys veiksniai
	Sutinkamos gamtinės kliūtys ir jų įveikimas
	Žygio dienų skaičius
	Nueitas kilometražas
Varžybinis turizmas	Mokyklinis turizmas
Treniruotės	Trumpalaikiai, pažintiniai poilsio dienos žygiai
Kliūčių ruožo varžybos	Istorinių ir kultūrinių objektų lankymas
	Kraštotyrinės medžiagos fiksavimas
Turizmo technikos varžybos	Viktorinos, konkursai
	Sąskrydžiai, stovyklos
Maratonai	Treniruotės, varžybos
Ralis	Kategorinės kelionės
Poilsio dienos žygiai	
Kelių valandų, vienadienės išvykos	
Žygiai su nakvyne lauko sąlygomis	
Daugiadieniai žygiai	
Žygiai, siekiant įveikti ženklelio „Lietuvos keliautojas“ normatyvus	

Šaltinis: Kaputinskienė N. (2009). Keliautojų sportas, p. 11

Kaip matome iš pateiktos lentelės, joje autorė pateikia pagrindines veiklas, kuriomis užsiima sporto turistai Lietuvoje, bei galimybę pritaikyti jas. Ši autorės pateikta schema skiriasi nuo kitų autorių pateiktų schemų, nes ji yra pritaikyta būtent Lietuvos rinkai. N. Kaputinskienė (2009) savo

schemoje nepateikia pasyvaus sporto turizmo segmento, kuriame atsispindėtų sportinių renginių stebėjimas, nes aukšto lygio populiarių sportinių renginių Lietuvoje nėra daug.

1.3 Regioninės plėtros teorijos apžvalga

Pastaruoju metu pasaulyje vis didesnis dėmesys skiriamas darniai išvystyto regiono idėjai. Regionų plėtros proceso metu yra siekama pagerinti vietos bendruomenės gyvenimo kokybę įvairiose bendruomenės gyvenimo srityse, pradedant socialine, ekonomine, aplinkosaugos, sveikatos apsaugos, technologijos, kultūros bei rekreacijos, t.y. stengiantis įvertinti visus darnaus vystymosi komponentus.

1.3.1 Regioninės plėtros politikos samprata, tikslai, uždaviniai ir įgyvendinimo priemonės

Norint išsiaiškinti regioninės politikos esmę, pirmiausia reikia išsiaiškinti regiono sąvoką. Regionas – vientisa valstybės teritorijos dalis, kurioje įgyvendinama nacionalinė regioninė politika (Regioninės plėtros įstatymas, 2000). Pasak Tamošiūno (2004), regionu vadinamas savarankiškas teritorinis administracinis vienetas. Lietuvoje regionai yra tapatinami su apskritimis, kurių Lietuvoje šiuo metu yra 10. Kitokių regiono apibrėžimą pateikia Vaitiekūnas (2001), kuris teigia, kad regionas tai etnolingvistinių ypatumų sąlygota teritorija (pvz. Lietuvoje – Žemaitija, Suvalkija ir pan.). Bendrai galime teigti, kad regionas yra teritorinis vienetas, kuriame vykdoma politika atsižvelgiant į to vieneto problemas bei poreikius siekiant bendros gerovės.

Regioninė politika Europoje yra viena iš naujausių, didelę svarbą turinčių, bei plačiausiai suprantamų politikų. Tai sudaro sąlygas skirtingiems šios politikos aiškinimams. Kadangi pagrindinis Europos Sąjungos regioninės politikos tikslas yra siekti socialinės ir ekonominės sanglaudos, ji vadinama sanglaudos politika. Ši politika skatina valstybės narių ar jų regionų plėtrą, skiriant paramą iš ES struktūrinių fondų. Pirmojo tikslo programomis siekiama skatinti atsilikusių regionų plėtrą ir struktūrinę pertvarką, o antrojo tikslo programomis – struktūrinių sunkumų turinčių regionų ekonominę ir socialinę pertvarką (Astrauskas, 2004).

Nagrinęjant regioninę politiką valstybiniu mastu, turėtume išskirti nacionalinės regioninės politikos apibrėžimą, kurį Lietuvos Vidaus reikalų ministerija pateikia kaip – *valstybės institucijų ir kitų subjektų tikslinę veiklą, kuria daromas diferencijuotas poveikis valstybės regionų socialinei ir ekonominei plėtrai siekiant mažinti regionų socialinius ir ekonominius skirtumus bei išsivystymo netolydumus pačiuose regionuose, skatinti valstybės teritorijoje tolygią ir tvarią plėtrą*. Ši nacionalinė politika yra įgyvendinama ir regioninės plėtros planavimas atliekamas apskrityse. Bagdzevičienė (2000) regioninę politiką pirmiausia įvardija kaip visumą priemonių, skirtų skatinti ekonominę plėtrą regione, kuo efektyviau panaudojant vietinius išteklius. Šiuo metu pirmenybė

teikiama ekonominei plėtrai, siekiant galutinio tikslo – spartesnio šalies ekonomikos augimo. Regioninė politika pasak Bagdzevičienės (2000) gali būti pateikiama kaip visuma priemonių, užtikrinančių vienodą gyvenimo lygį ir gyvenimo sąlygas visiems piliečiams, nepriklausomai nuo to, kurioje šalies vietoje jie gyvena. Šaliai išgyvenant ekonominio smukimo laikotarpį, pirmenybė teikiama pirmajai regioninės politikos sampratai, t.y ekonomikos augimui, o pasiekus tam tikrą ekonomikos augimo laipsnį, vis daugiau dėmesio skiriama gyvenimo lygio ir gyvenimo sąlygų šalyje suvienodinimui. M. P. Todaro regioninę politiką apibrėžia kaip veiklos sferą, kuri valdo regiono politinį, ekonominį, socialinį ir ekologinį vystymąsi bei atspindi tarpusavio ryšius tarp regiono ir šalies bei tarp pačių regionų (Simanavičienė, Kilijonienė, 2005, 44). Kaip matome iš pateiktų apibrėžimų, visi autoriai akcentuoja įvairias priemones, kurios gerina tam tikro regiono gyvenimo lygį.

Lietuvos vidaus reikalų ministerija skelbia, kad nacionalinės regioninės politikos tikslas yra užtikrinti, kad nedidėtų tarp regionų (apskričių) ir jų viduje egzistuojantys socialinio-ekonominio išsivystymo skirtumai, o taip pat užtikrinti visos valstybės teritorijos tolygią ir tvarią plėtrą. Numatytas tikslas yra pasiekiamas koordinuojant atskiruose ūkio sektoriuose vykdomas priemones bei derinant jų plėtros strategijas ir programas.

Nacionalinės regioninės politikos uždaviniai yra:

1. teikti valstybės pagalbą probleminėse teritorijose įgyvendinamiems projektams;
2. teikti valstybės paramą regionuose, turinčiuose atskirų ūkių šakų (sektorių) specifinių regioninių ir vietinių problemų, įgyvendinamiems projektams;
3. sudaryti sąlygas tolygiai ir tvariai ilgalaikiai visų regionų plėtrai.

Remiantis Lietuvos nacionalinės regiono plėtros įstatymu (2000) Nacionalinė regioninė politika įgyvendinama ir regioninės plėtros planavimas atliekamas apskrityse. Tam yra rengiami regionų plėtros planai bei regionų socialinių ir ekonominių skirtumų mažinimo iniciatyvos.

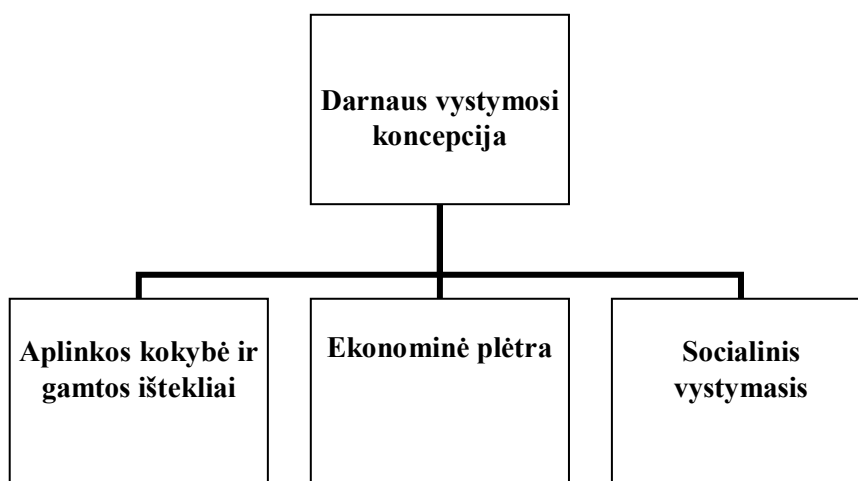
1.3.2 Darnaus vystymosi prioritetai ir principai

Ilgą laiką vyravo nuomonė, kad ekonomikos augimas ir gamybos didėjimas yra pagrindinė visuomenės gerovės vertybė. Tačiau šis procesas sąlygojo ne tik žmonių gyvenimo kokybės gerėjimą, bet ir vis didesnę gamtos išteklių sunaudojimą ir aplinkos užteršimą. Dėl šos priežasties buvo imtasi keisti visuomenės raidos prioritetus bei sprendimus dėl tolimesnės visuomenės vystymosi krypties. 1972 metais Stokholme vykusioje Jungtinių Tautų konferencijoje buvo paskelbta, kad ekonominė plėtra turi vykti kuo efektyviau naudojant gamtos išteklius ir atsižvelgiant į daromą poveikį aplinkai. Tarptautinių aplinkosauginių organizacijų ir institucijų pastangomis 1980 metais buvo parengtas ir paskelbtas labai svarbus dokumentas – Pasaulio

apsaugos strategija, kuri turėjo didžiausią reikšmę Darnaus vystymosi strategijai (Nacionalinė darnaus vystymosi strategija, 2006). Šiame dokumente buvo deklaruojama, kad ekonominis vystymasis ir aplinkos apsauga nėra priešaringi dalykai, o racionalus gamtos išteklių naudojimas yra neatskiriama ne tik ekonominio vystymosi, bet ir gamtos apsaugos dalis.

Darnaus vystymosi sąvoką galėtume apibrėžti kaip *vystymasi, kuris tenkina dabartinius visuomenės poreikius, nemažinant ateinančių kartų galimybių tenkinti savus poreikius* (ataskaita „Mūsų bendra ateitis“, 1987). Platesnį sąvokos aiškinimą pateikia R. Čiegis ir Gavenauskas A. (2005), kurie teigia, kad sąvoką galima aiškinti atsižvelgiant į darnaus vystymosi koncepciją. Šioje koncepcijoje yra susiejami du neatidėliotini tikslai: a) užtikrinti tinkamą, saugų, gerą gyvenimą visiems žmonėms, ir b) gyventi ir dirbti atsižvelgiant į biofizinę aplinkos.

Faktiškai darnaus vystymosi koncepcijos pagrindą sudaro trys lygiaverčiai komponentai – aplinkos kokybė ir gamtos išteklių, ekonominė plėtra ir socialinis vystymasis. Jie pavaizduoti 7 paveiksle.



Šaltinis: sudaryta autorės

7 pav. Darnaus vystymosi koncepcija

Darnaus vystymosi tendencijos turėtų integruoti darnaus vystymosi politiką ir strateginio planavimo metodiką. Savivaldybių, apskričių, regioninių institucijų vaidmuo įgyvendinant darnaus vystymosi politiką yra labai svarbus, nes būtent šios institucijos pirmosios susiduria su tiesiogiai gyventojus liečiančiomis ekonominės plėtros, socialinės ir aplinkos apsaugos problemomis ir jas sprendžia (Bivainis, E., Tamošiūnas T., 2007).

2. KAIMO IR SPORTO TURIZMO VYSTYMO GALIMYBIŲ ŽEMAITIJOS REGIONE TYRIMO METODOLOGIJA

Šiame skyriuje pristatomas sukurtas kaimo ir sporto turizmo vystymo galimybių modelis, analizuojami antriniai tyrimai, atlikti Lietuvoje ir užsienyje, pateikiama susijusi statistika, bei empirinių tyrimų scenarijai šiam modeliui tirti.

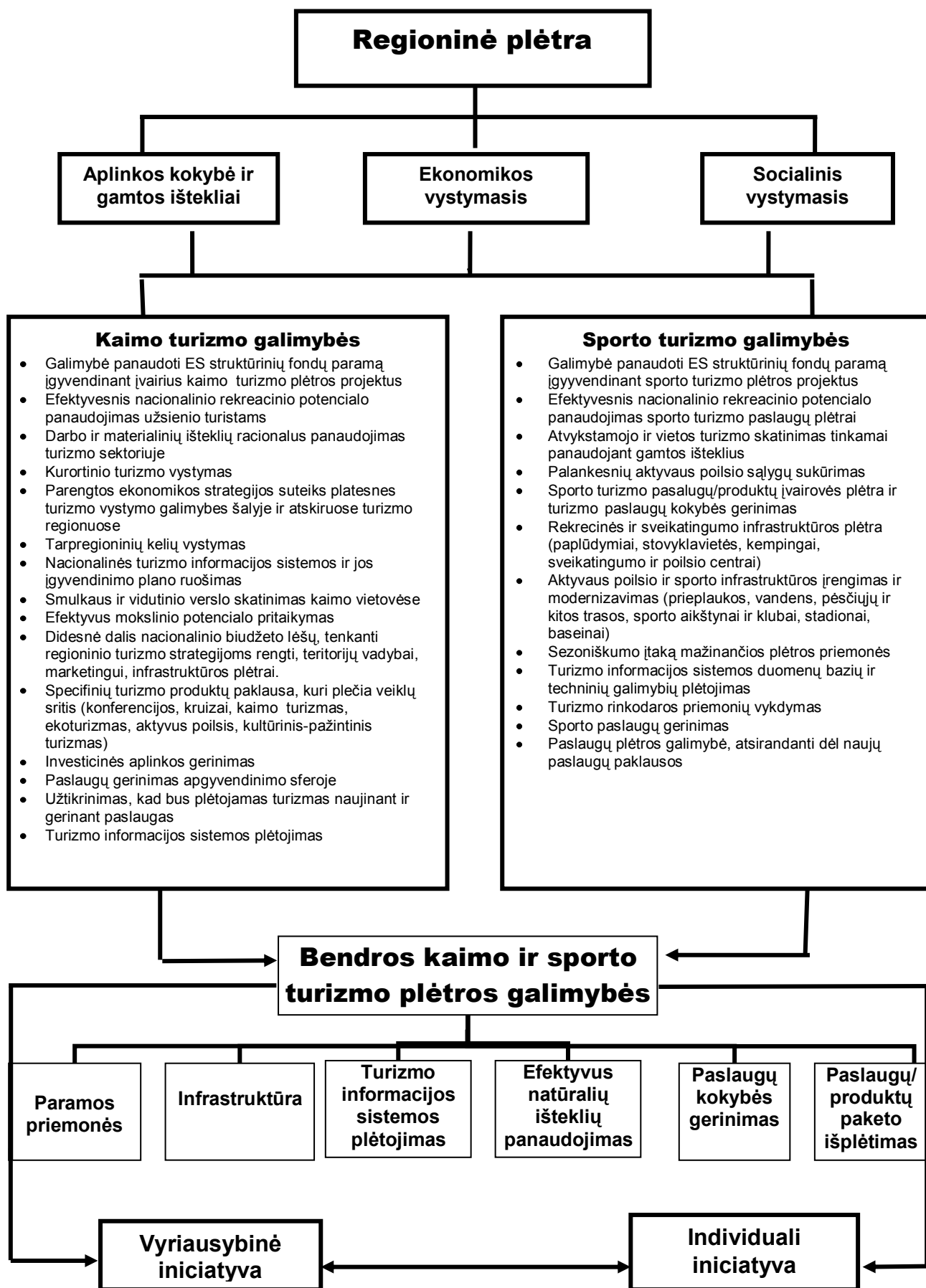
2.1 Siūlomas kaimo ir sporto turizmo plėtros galimybių modelis

Išsiaiškinus kaimo ir sporto turizmo teorinius aspektus, kaimo ir sporto sąsajas bei plėtros galimybes, taip pat regioninės plėtros teorinius aspektus galime pateikti kaimo ir sporto turizmo plėtros galimybių modelį (žr. 8 pav.).

Modelyje pirmiausia yra išskirta regioninė plėtra, kuri yra vykdoma darnaus vystymosi principu – t.y. atsižvelgiama į aplinkos kokybės ir gamtos išteklius, ekonominę plėtrą bei socialinį vystymąsi. Kadangi regioninė plėtra apima tam tikro regiono ekonomikos skatinimą panaudojant turimus išteklius, todėl norint išsiaiškinti kokios gali būti kaimo ir sporto turizmo plėtros skatinimo galimybės atskirai yra pateikiamos kaimo ir sporto turizmo plėtros galimybės. Jos yra pateikiamos iš įvairių autorių pateiktų SSGG kaimo ir sporto turizmo plėtros analizių.

Išnagrinėjus kaimo ir sporto turizmo plėtros galimybes yra išskiriamos bendros jų plėtros galimybės, kurios yra suskirstytos į 6 pagrindinius aspektus: paramos priemonės, infrastruktūra, efektyvus natūralių išteklių panaudojimas, turizmo informacijos sistemos plėtojimas, paslaugų kokybės gerinimas, paslaugų/produktų paketo išplėtimas.

Regiono plėtra didžiąja dalimi priklauso nuo įvairių vyriausybės ir savivaldybės naudojamų priemonių, parengiamų strateginių planų bei projektų. Pateiktame modelyje bendra kaimo ir sporto turizmo plėtra priklauso ne tik nuo vyriausybės iniciatyvos, čia yra akcentuojama ir individuali iniciatyva, t.y. kokių veiksmų imasi kaimo ir sporto turizmo organizatoriai bei asmenys, teikiantys šias paslaugas. Modelyje išskirti pagrindiniai 6 bendri plėtros aspektai yra išdėstyti pagal tai, ar vyriausybinė, ar individuali iniciatyva daro didesnę įtaką šioms plėtros galimybėms. Kaip matome iš pateikto modelio, individualiai iniciatyvai daugiau priklauso efektyvus natūralių išteklių panaudojimas, paslaugų kokybės gerinimas, bei paslaugų/produktų paketo išplėtimas, o nuo vyriausybinės iniciatyvos daugiausiai priklauso paramos priemonės, infrastruktūra bei turizmo informacijos sistemos plėtojimas. Tačiau iš esmės visi šie plėtros galimybių aspektai gali būti priskiriami tiek vyriausybinei, tiek individualiai iniciatyvai, nes tiek individualūs asmenys, tiek vyriausybė gali plėtoti kaimo bei sporto turizmą pagal pateiktas galimybes.



8 pav. Siūlomas kaimo ir sporto turizmo vystymo galimybių modelis

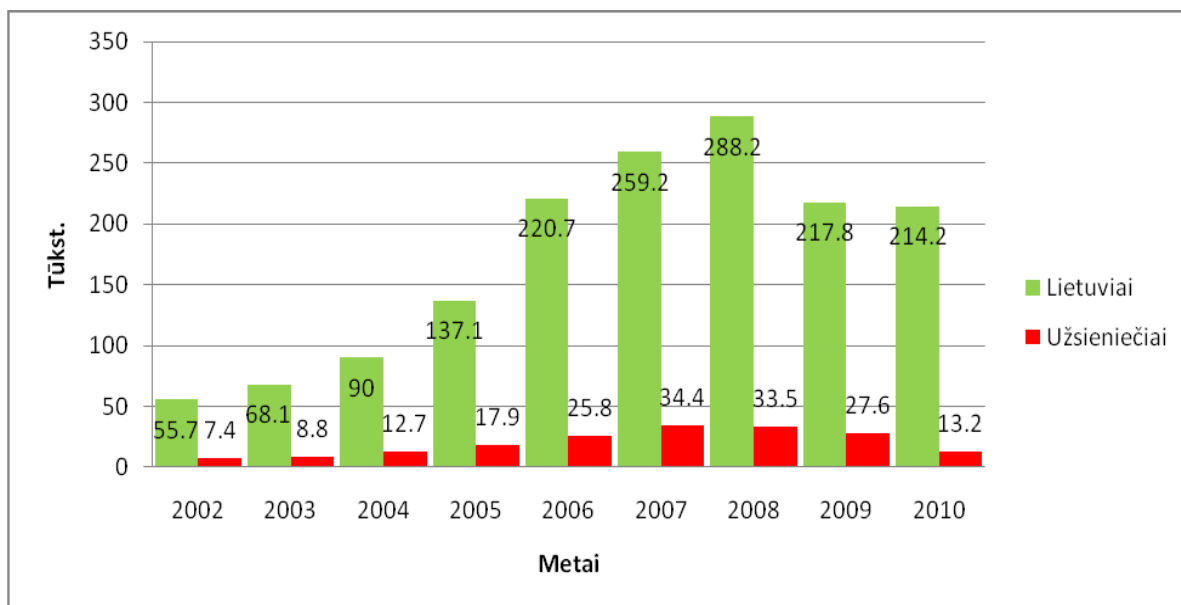
2.2 Atliktų tyrimų analizė bei susijusios statistikos apžvalga

Daugelis autorių nagrinėja kaimo turizmą bei jo plėtros galimybes, tačiau sinergiškai apie kaimo bei sporto turizmą nėra atlikta jokių tyrimų. A.Javtokienė 2005 ir 2006 metais atliko tyrimą norėdama išsiaiškinti Šiaulių regiono kaimo turizmo plėtros galimybes. Tyrimas buvo vykdomas keliais etapais. Pirmiausia buvo apklausta 212 Šiaulių regiono gyventojų, iš kurių 60,4% buvo moterys ir 39,6% - vyrai. Tyrimas parodė, kad didžiąją dalį respondentų (59%) dar neteko naudotis, arba teko tik vieną kartą (23%) naudotis kaimo turizmo paslaugomis. Dažniausiai kaimo turizmo paslaugomis naudojosi 31-40 m. ir 41-50 m. respondentai. A. Javtokienė taip pat ištyrė informacijos poreikį. Paaiškėjo, kad didžioji dalis respondentų mano, kad išsamesnė informacija nėra reikalinga. Dažniausiai informaciją apie poilsį kaime respondentai gauna iš pažįstamų, interneto bei reklaminių katalogų. Daugiausiai respondentų kaimo turizmo sodyboje norėtų atostogauti su šeima, ne ilgiau nei 3 dienas. Taip pat buvo ištirta Šiaulių regiono respondentų motyvai keliauti. Paaiškėjo, kad daugumą respondentų rinktis poilsį kaime skatina noras pabūti gamtoje, ramioje aplinkoje, tam užtektų minimalaus komforto sodybos. Tyrime svarbiausia dalis buvo išsiaiškinti, kokios paslaugos tenkintų respondentų poreikius. Šie rezultatai buvo pateikti atsižvelgiant į vartotojų poreikius pagal jų amžių bei lytį.

Antrasis tyrimo etapas buvo kaimo turizmo sodybų apklausa. Kaimo turizmo savininkai turėjo atsakyti į klausimus, susijusius su jų klientų charakteristikomis, poilsio trukme, reklamos būdais, paslaugų pasiūla bei paslaugų teikimo kompetencija. Autorė, norėdama aiškiau pateikti kaimo turizmo plėtros galimybes sugretino šių dviejų apklausų rezultatus, kurie parodo neatitikimus tarp potencialių klientų poreikių bei esamos situacijos kaimo turizmo sodybose.

Norint išsiaiškinti kaimo bei sporto turizmo plėtros galimybes svarbu apžvelgti kaimo bei sporto turizmo tendencijas Lietuvoje bei Žemaitijos regione.

Remiantis statistikos departamento išankstiniais duomenimis, 2010 m. kaimo turizmo sodybose apsilankė 227,5 tūkst. poilsiautojų, iš jų – 13,2 tūkst., arba 5,8 procento, užsieniečių (žr. 9 pav).

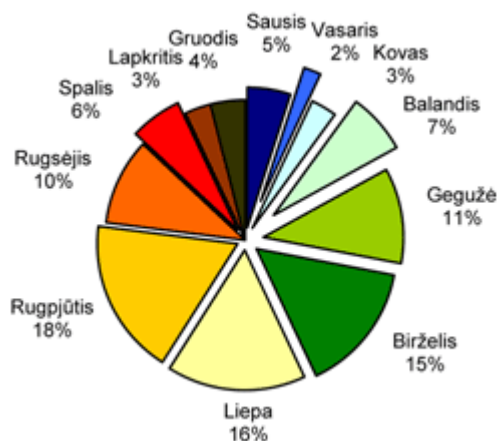


Šaltinis: sudaryta autorės pagal Statistikos departamento pateiktus duomenis,
<http://www.stat.gov.lt/lt/news/view/?id=9218>

9 pav. Poilsiautojų skaičius kaimo turizmo sodybose

2010 m., palyginti su 2009 m., kaimo turizmo sodybose išsėjosi 7,3 procento mažiau poilsiautojų, iš jų – 1,6 procento mažiau Lietuvos gyventojų ir 52 procentais mažiau užsieniečių. Taip pat sutrumpėjo ir vidutinė poilsio trukmė kaimo turizmo sodybose - 2010 m. vidutinė poilsio kaimo turizmo sodyboje trukmė buvo 1,67 nakvynės (2009 m. – 1,79).

Statistikos departamento duomenimis, 2010 m. dauguma poilsiautojų į kaimo turizmo sodybas atvykdavo tik savaitgaliais. Dažniausiai poilsiautojai rinkosi praleisti atostogas kaimo turizmo sodybose rugpjūtį (10 pav).



Šaltinis: Statistikos departamentas, <http://www.stat.gov.lt/lt/news/view/?id=9218>

10 pav. Poilsiautojų pasiskirstymas kaimo turizmo sodybose 2010 m. sausio – gruodžio mėn.

Lyginant 2009 ir 2010 metus, veikiančių kaimo turizmo sodybų skaičius išliko beveik nepakitęs. 2010 m. apgyvendinimo paslaugas teikė 590 kaimo turizmo sodybų, tai 0,3 procento, arba 2 sodybomis, daugiau nei 2009 m., o vietų skaičius padidėjo 1,6 procento – iki 12,4 tūkst.

2.3 Žemaitijos regiono statistikos apžvalga

Kadangi šiame darbe planuojama tirti Žemaitijos regioną, todėl būtina apžvelgti su šiuo regionu susijusius kaimo turizmo statistikos duomenis.



Žemaitija - etninis regionas šiaurės vakarų Lietuvoje, kuris užima apie 21000 km² teritoriją. Remiantis Statistikos departamento duomenimis, šiame regione iš viso gyvena 922 710 gyventojų³. Žemaitiją sudaro Šiaulių, Tauragės, Telšių ir Klaipėdos apskritys, kuriose yra 18 savivaldybių. Jos pavaizduotos 11 paveikslėlyje.



Šaltinis: <http://www.zemaitijosgidas.lt/index.php?cid=66>

11 pav. Žemaitijos regionas

Kaimo turizmo sodybos Lietuvoje yra skirstomos į 5 kategorijas, kurioms yra priskiriamas tam tikras „gandrų“ skaičius. Šį patentuotą ženklą suteikia Lietuvos kaimo turizmo asociacija, įvertinusi sodybos įrengimo ir poilsio kaime ir kaimo turizmo paslaugas. Kaimo turizmo sodybos klasifikuojamos⁴:

-  Nakvynė ant šieno svirne arba kukliai įrengtoje sodyboje. Svečiai gyvena savarankiškai, teikiama nedaug paslaugų.
-  Svečiai gyvena sodyboje, vasarnamyje. Sanitariniai mazgai, dušo kabinos bendri visiems poilsiautojams. Svečių būstas tvarkomas, galima tartis dėl maitinimo. Yra pirtis.

³ Statistikos departamentas,

http://web.stat.gov.lt/uploads/docs/Gyv_sk.pdf?PHPSESSID=ae9eb5e0a8af89ea0d38725f436a3e72

⁴ Lietuvos kaimo turizmo asociacija, <http://www.atostogoskaime.lt/pages/view/10/pagalba>



Svečiai gyvena sodyboje atskirai nuo šeiminių. Kambariai dviečiai ir trivečiai. Sanitariniai mazgai, dušo kabinos ne kiekviename kambaryje. Poilsiautojams skirta virtuvė, indai. Yra pirtis, galimos įvairios pirčių rūšys.

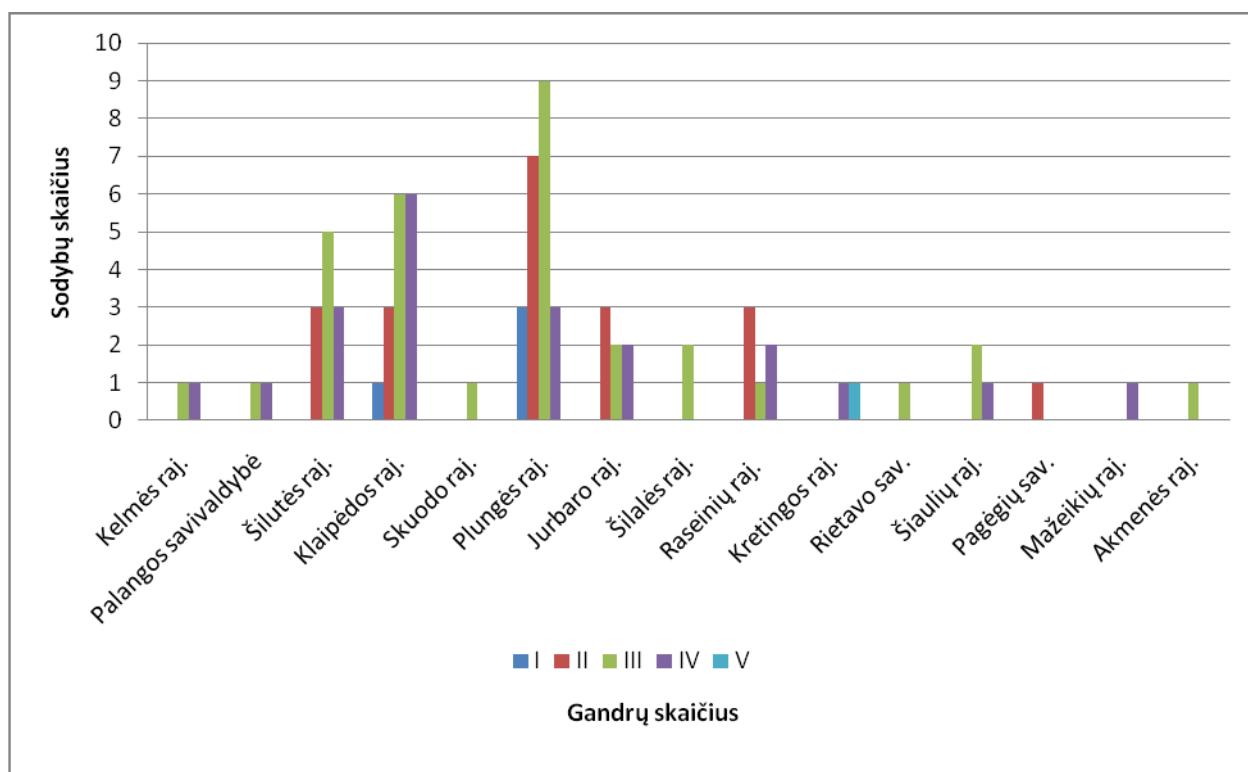


Jaukiai sutvarkyta sodybos aplinka. Vienviečiai ir dviečiai kambariai su visais patogumais, aptarnavimo paslaugos, gausi atrakcijų pasiūla, kulinarinio paveldo tradicijos, švenčių, seminarų, konferencijų organizavimas. Yra pirtis, galimos įvairios pirčių rūšys (lietuviška, rusiška, norvegiška (kubilas)).



Komfortiška sodyba. Labai gerai sutvarkyta infrastruktūra. Puikus aptarnavimas. Sodyboje yra maitinimas, gausu paslaugų ir pramogų.

Kaimo turizmo sodybų pasiskirstymas Žemaitijos regiono savivaldybėse pagal gandrų skaičių pavaizduotas 12 paveikslėlyje.



Šaltinis: sudaryta autorės pagal Lietuvos kaimo turizmo asociacijos duomenis, <http://www.atostogoskaime.lt/search/list>

12 pav. Kaimo turizmo sodybų pasiskirstymas Žemaitijos regione

Kadangi Lietuvoje nėra oficialaus kaimo turizmo sodybų registro, duomenys susisteminti pagal Lietuvos kaimo turizmo asociacijoje užsiregistravusias kaimo turizmo sodybas.

Turizmo informacijos centras pateikia, kad Telšių rajone⁵ yra 7, o Tauragės rajone⁶ yra 8 kaimo turizmo sodybos. Šios kaimo turizmo sodybos nėra Lietuvos kaimo turizmo asociacijos narės, todėl neklasifikuojamos pagal kategorijas.

Pagal gamtinių išteklių išskirtinumą ir gausą, Žemaitijos regionui, apimančiam Telšių, Varnių, Platielių vietas su tankiausiu ežerų ir upių tinklu, gausiais miškais bei savitais kultūros paveldo objektais, Nacionalinės turizmo plėtros 2010 - 2013 metų programoje⁷ yra teikiamas prioritetas aktyvaus poilsio, ekologinio ir kultūrinio turizmo plėtrai. Taip pat prioritetas yra teikiamas ir Pajūrio regionui, apimančiam Palangos, Kretingos, Klaipėdos ir Neringos vietas, kuris turi puikias galimybes vystyti aktyvų poilsį bei sveikatos turizmą.

2.4 Parama kaimo bei kaimo turizmo plėtrai

Lietuvai įstojus į Europos Sąjungą pradėta ieškoti efektyvių būdų kaip mažinti skirtumus tarp regionų, bei spręsti jų problemas bei kelti gyvenimo lygį šalyje. Taip pat integracija pateikė naujų galimybių, kuriomis pasinaudojant įgyvendinami regioninės politikos uždaviniai.

Europos Sąjungos paramai gauti buvo paruošta Lietuvos kaimo plėtros 2007 - 2013 metų programa, kurioje buvo nustatytos kaimo plėtros strateginės gairės bei nuostatos. Šiame darbe aktualios dvi Lietuvos kaimo plėtros 2007 – 2013 metų programos priemonės - „Kaimo turizmo veiklos skatinimas“ bei „Kaimo atnaujinimas ir plėtra“.

Priemonės „Kaimo turizmo veiklos skatinimas“ bendrasis tikslas – gerinti gyvenimo kokybę ir didinti užimtumą kaime, plėtojant kaimo turizmą, kuris didina gyventojų užimtumą ir sukuria papildomų pajamų šaltinį kaimo gyventojams.⁸ Šia parama gali pasinaudoti ūkininkai ir kaimo gyventojai, kurie iki paramos pateikimo dienos yra įregistravę žemės ūkio valdą Lietuvos Respublikos žemės ūkio ir kaimo verslo registre. „Kaimo turizmo veiklos skatinimas“ priemone yra siekiama padidinti kaimo turizmo paslaugų patrauklumą bei nakvynės vietų skaičių kaimo turizme. Taip pat šia priemone siekiama didinti vietovių kaime (stovyklaviečių), skirtų trumpalaikiam poilsiui ir nakvynei, skaičių, gerinti rekreacinę infrastruktūrą kaime. Parengto projekto išlaidos yra finansuojamos iki 50%.

Kita Lietuvos kaimo plėtros 2007-2013 metų programos priemonė – „Kaimo atnaujinimas ir plėtra“.⁹ Ja gali naudotis kaimo bendruomenės, savivaldybės, nevyriausybinės organizacijos. Šios

⁵ Telšių turizmo informacijos centras, <http://www.telsiaitic.lt/1408/kaimo-turizmo-sodybos.html>

⁶ Tauragės turizmo informacijos centras, <http://www.taurage.lt/index.php?1376206461>

⁷ Nacionalinė turizmo plėtros 2010 – 2013 metų programa, http://www3.lrs.lt/pls/inter3/dokpaieska.showdoc_l?p_id=378544&p_query=&p_tr2=

⁸ Lietuvos kaimo plėtros 2007-2013 metų programa, <http://www.zum.lt/zumn/documents/isakymu-priedai/080108-3D-13-2.pdf>

⁹ Lietuvos kaimo plėtros 2007-2013 metų programa, <http://www.zum.lt/documents/isakymu-priedai/090106-3D-6.pdf>

paramos priemonės tikslas yra kurti patrauklią aplinką gyventi ir dirbti kaimo vietovėse. Parama yra skiriama siekiant padidinti kaimų gyvenamosios aplinkos patrauklumą, išsaugoti kultūrinį paveldą įkuriant ir plėtojant tradicinių amatų centrus. Taip pat yra siekiama išsaugoti kultūrinį paveldą įkuriant ir plėtojant tradicinių amatų centrus. Paramos „Kaimo atnaujinimas ir plėtra“ gavėjai turi galimybę rekonstruoti pastatus, sutvarkyti viešąją infrastruktūrą, atnaujinti ir išsaugoti istorinę, etninės kultūros, architektūrinę vertę turinčius kaimo paveldo objektus ir kraštovaizdžio komponentus. Taip pat yra sudaromos sąlygos puoselėti tradicinių amatų technologijas bei prekiauti amatininkų gaminiais.

2.5 Empirinių tyrimų scenarijai

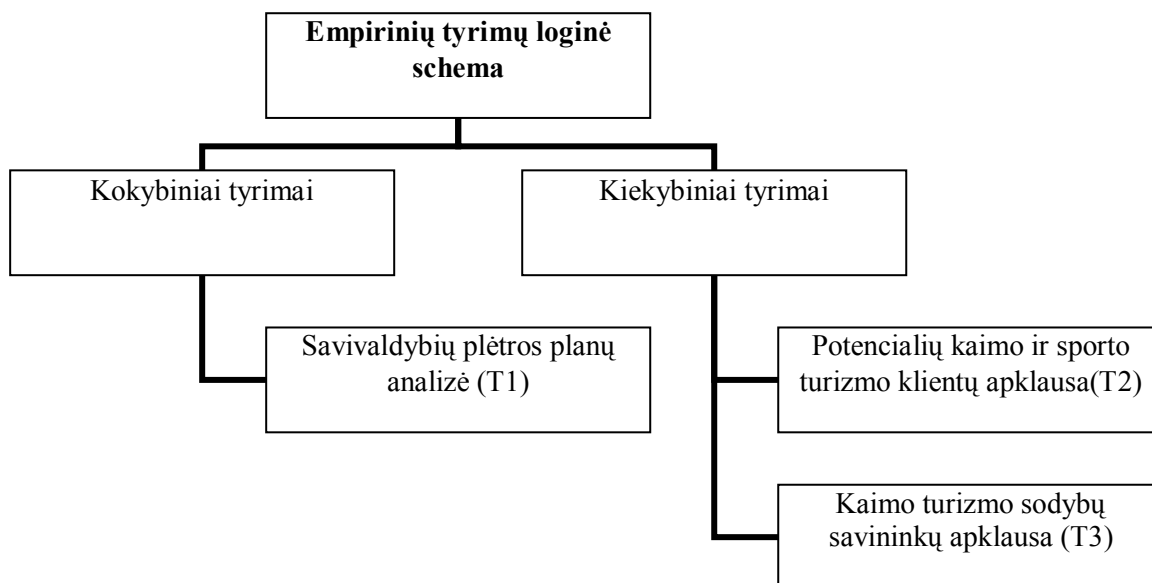
Tyrimai bus atliekami norint išsiaiškinti kokios yra kaimo ir sporto turizmo vystymo galimybės Žemaitijos regione.

Šių **tyrimų bendras tikslas** – remiantis sukurtu kaimo ir sporto turizmo plėtros galimybių modeliu išsiaiškinti kokios yra kaimo ir sporto turizmo vystymo galimybės Žemaitijos regione.

Bendri tyrimo uždaviniai:

- Išsiaiškinti kokiomis priemonėmis savivaldybės prisideda prie kaimo turizmo vystymo
- Išsiaiškinti kaimo turizmo sodybų potencialių klientų poreikius, lūkesčius bei pasitenkinimą paslaugomis
- Ištirti kaimo turizmo sodybų paslaugų pasiūlą bei jų savininkų verslo plėtros iniciatyvas

Bendrą tikslą ketinama pasiekti vykdant tris **atskirus tyrimus**: savivaldybių plėtros planų analizę, kaimo turizmo sodybų klientų apklausą plačiu mastu bei kaimo turizmo sodybų savininkų apklausą. (13 pav.).



13 pav. Empirinių tyrimų loginė schema

Tolesnėje darbo dalyje kiekvienam tyrimui bus išskirti atskiri tikslai ir uždaviniai, kurie yra būtini norint pasiekti bendrą tyrimo tikslą – išsiaiškinti kaimo ir sporto turizmo vystymo galimybes Žemaitijos regione.

2.5.1 Savivaldybių plėtros planų analizė (T1)

Kaip buvo minėta anksčiau, viešųjų institucijų vaidmuo įgyvendinant darnaus vystymosi politiką yra labai svarbus, nes būtent šios institucijos pirmiausia susiduria su tiesiogiai gyventojus liečiančiomis ekonominės plėtros, socialinės ir aplinkos apsaugos problemomis ir jas sprendžia. Tyrimas bus atliekamas išsiaiškinti kokiomis priemonėmis savivaldybių atstovai skatina kaimo ir sporto turizmą.

Tyrimo **tikslas**: išsiaiškinti kokiomis priemonėmis savivaldybės prisideda prie kaimo ir sporto turizmo vystymo.

Šiam tikslui pasiekti keliami tokie **uždaviniai**:

- nustatyti, kaip savivaldybės remia kaimo bei sporto turizmo plėtrą.
- išsiaiškinti kokiomis priemonėmis savivaldybės prisideda prie infrastruktūros gerinimo kaimo bei sporto turizmui.
- ištirti, kaip savivaldybės prisideda prie turizmo informacijos sistemos plėtojimo
- išsiaiškinti, kaip savivaldybės skatina efektyvų natūralių išteklių panaudojimą kaimo bei sporto turizmo versle.

- nustatyti, kaip savivaldybės prisideda prie kaimo bei sporto turizmo paslaugų kokybės gerinimo
- išsiaiškinti, kokiais būdais savivaldybės prisideda prie kaimo bei sporto turizmo paslaugų/produktų paketo išplėtimo.
- nustatyti, kokių dar papildomų priemonių imasi savivaldybės kaimo ir sporto turizmui vystyti.

Tyrimė bus analizuojami Klaipėdos, Tauragės, Telšių ir Šiaulių apskrityse esančių savivaldybių plėtros planai. Plėtros planai bus analizuojami pagal kriterijus, kurie pateikti 9 lentelėje.

9 lentelė

Savivaldybių plėtros planų analizė

	Paramos priemonės	Kaimo bei sporto turizmo infrastruktūros plėtra	Turizmo informacijos sistemos plėtojimas	Efektyvus natūralių išteklių panaudojimas	Paslaugų kokybės gerinimas	Paslaugų/produktų paketo išplėtimas	Kita
Kretingos savivaldybė							
Skuodo savivaldybė							
Raseinių savivaldybė							
Šilutės savivaldybė							
Klaipėdos savivaldybė							
Palangos miesto savivaldybė							
Akmenės savivaldybė							
Kelmės savivaldybė							
Šiaulių savivaldybė							
Tauragės savivaldybė							

Jurbarko savivaldybė							
Šilalės savivaldybė							
Mažeikių savivaldybė							
Plungės savivaldybė							
Telšių savivaldybė							

Šaltinis: sudaryta autorės

2.5.2 Apklausa (T2)

Norint efektyviai organizuoti ir plėtoti kaimo bei sporto turizmą, didžiausias dėmesys turi būti skiriamas klientams, į kuriuos pirmiausia reikia atsižvelgti formuojant prekių bei paslaugų paketą. Apklausa (T2) bus atliekama siekiant nustatyti tikslinę kaimo turizmo vartotojų rinką, ištirti jos lūkesčius bei poreikius.

T2 tyrimo **tikslas** – išsiaiškinti kaimo turizmo sodybų potencialių klientų poreikius bei pasitenkinimą dabartinėmis paslaugomis.

Šiam tikslui pasiekti keliami tokie **uždaviniai**:

- Išsiaiškinti kaimo ir sporto turizmo paslaugų vartotojų demografines charakteristikas
- Nustatyti, kokie yra kaimo turizmo sodybų klientų poreikiai
- Ištirti informacijos apie kaimo ir sporto turizmo paslaugas prieinamumą
- Išsiaiškinti, kaip kaimo turizmo sodybų klientai vertina teikiamų paslaugų kokybę

Atlikti šį tyrimą naudosime anketinę apklausą. Anketa bus patalpinta portale www.manoapklausa.lt. Planuojama apklausti 384 vartotojus. Imtis apskaičiuojama automatinė imties skaičiuokle svetainėje <http://www.apklausos.lt>, atsižvelgiant į Žemaitijos gyventojų skaičių. Pasirenkama 95% tikimybė, imties paklaida lygi 5. Respondentais bus pasirinkti Žemaitijos regiono gyventojai, kuriems asmeniškai bus pasiūlyta užpildyti anketą. Anketos turinys bus suderintas su tyrimo tikslu ir uždaviniais. Respondentai bus apklausiami pagal iš anksto parengtą standartizuotą klausimyną su mišriais atsakymų variantais (t.y. bus pateikti galimi atsakymų variantai bei palikta galimybė juos papildyti savu atsakymo variantu).

Pirmąjį uždavinį išspręsti padės anketos klausimai apie respondentų lytį, amžių bei jų asmenines mėnesines pajamas. Atsakymai į šiuos klausimus tolesnėje tyrimo eigoje padės nustatyti, kaip demografiniai požymiai įtakoja respondentų sprendimą bei poreikius susijusius su kaimo bei sporto turizmu. (10 lentelė. Blokas A)

10 lentelė

Anketinės apklausos (T2) klausimai

Nr.	Klausimai	Blokai
1.	Jūsų lytis?	Blokas A. Potencialių kaimo turizmo paslaugų vartotojų demografinės charakteristikos
2.	Jūsų amžius?	
3.	Jūsų mėnesinės pajamos sudaro:	
4.	Ar Jums patinka keliauti?	Blokas B. Kaimo turizmo sodybų klientų poreikiai
5.	Ar esate naudojęsi kaimo turizmo sodybų paslaugomis?	
6.	Su kuo norėtumėte poilsiauti kaimo turizmo sodyboje?	
7.	Kokios trukmės atostogas rinktumėtės kaimo turizmo sodyboje?	
8.	Kokiu metų laiku norėtumėte atostogauti kaimo turizmo sodyboje?	
9.	Kas jus paskatintų rinktis poilsį kaimo turizmo sodyboje?	
10.	Kaip manote, ar trūksta sportinės veiklos kaimo turizmo sodybose?	
11.	Kokios paslaugos Jums patiktų ilsintis kaimo turizmo sodybose?	
12.	Kaip manote, kokių paslaugų trūksta kaimo turizmo sodybose?	
13.	Kokio tipo sodyba geriausiai tenkintų Jūsų poreikius poilsiaujant kaime?	
14.	Ar pakanka informacijos apie kaimo turizmo sodybas ir jose teikiamas paslaugas?	Blokas C. Informacijos apie kaimo turizmo paslaugas prieinamumas
15.	Dažniausiai informacijos apie poilsį kaime ieškote:	
16.	Kaip vertintumėte kaimo turizmo sodybų teikiamas paslaugas?	Blokas D. Teikiamų paslaugų vertinimas

Šaltinis: sudaryta autorės

Norint išspręsti *antrąjį uždavinį*, anketos klausimai sudaryti taip, kad būtų galima išsiaiškinti kaimo turizmo sodybų klientų poreikius. (9 lentelė. Blokas B)

Siekiant išspręsti *trečiąjį uždavinį*, klausimų anketos klausimų tikslas yra išsiaiškinti informacijos apie kaimo turizmo paslaugas prieinamumą. (9 lentelė. Blokas C)

Ketvirtajam uždaviniui išspręsti į anketą įtraukiamas klausimas, kurio tikslas yra išsiaiškinti, kaip klientai vertina kaimo turizmo sodybų teikiamas paslaugas. (9 lentelė. Blokas D)

2.5.3 Apklausa (T3)

Kaimo bei sporto turizmo vystymas didžiaja dalimi priklauso nuo pačių kaimo turizmo sodybų savininkų iniciatyvos bei dabartinės jų paslaugų pasiūlos. Apklausa (T3) bus atliekama nustatyti kaimo turizmo sodybų ir savininkų charakteristikas bei jų verslo plėtros iniciatyvą.

T3 tyrimo **tikslas** – ištirti kaimo turizmo sodybų paslaugų pasiūlą bei jų savininkų verslo plėtros iniciatyvas.

Šiam tikslui pasiekti keliami tokie **uždaviniai**:

- Išsiaiškinti kaimo turizmo sodybų šeimininkų charakteristikas
- Nustatyti kaimo turizmo sodybų klientų charakteristikas
- Ištirti kaimo turizmo sodybų paslaugų pasiūlą
- Išsiaiškinti kaimo turizmo sodybų šeimininkų profesinį pasiruošimą
- Ištirti kaimo turizmo sodybų šeimininkų individualią verslo plėtros iniciatyvą

Atsakyti į anketos klausimus bus organizuojama telefoninė apklausa. Apklausiai bus pasirinkti Žemaitijos regione esančių kaimo turizmo sodybų šeimininkai. Tai bus respondentai, kurie per tyrimo laikotarpį sutiks atsakyti į anketos klausimus. Planuojama apklausti visų 94 Žemaitijos regione esančių kaimo turizmo sodybų šeimininkus. Anketos turinys bus suderintas su tyrimo tikslu ir uždaviniais. Respondentai bus apklausiami pagal iš anksto parengtą standartizuotą klausimyną su mišriais atsakymų variantais (t.y. bus pateikti galimi atsakymų variantai bei palikta galimybė juos papildyti savu atsakymo variantu). Taip pat į apklausą įtraukiami du atviri klausimai, į kuriuos atsakymą respondentai turės įvardinti patys.

Pirmąjį uždavinį padės išspręsti klausimai apie respondentų lytį, amžių bei išsilavinimą. Šie klausimai tolesnėje tyrimo eigoje padės išsiaiškinti, ar demografiniai požymiai įtakoja kaimo turizmo sodybų šeimininkų verslo vystymo iniciatyvą. (11 lentelė. Blokas A)

Siekiant išspręsti *antrąjį uždavinį*, kaimo turizmo sodybų šeimininkams buvo pateikti klausimai apie jų paslaugų vartotojus. Šių klausimų tikslas – išsiaiškinti kaimo turizmo sodybų paslaugų vartotojų poreikius bei charakteristikas. (11 lentelė. Blokas B)

Apklauso (T3) klausimai

Nr.	Klausimai	Blokai
1.	Lytis	Blokas A: Kaimo turizmo sodybų šeimininkų demografinės charakteristikos
2.	Amžius	
3.	Išsilavinimas	
4.	Kokie turistai dažniausiai naudojami Jūsų teikiamomis paslaugomis?	Blokas B: Kaimo turizmo sodybų klientų charakteristikos
5.	Kuriuo metų laiku sulaukiate daugiausiai poilsiautojų?	
6.	Jūsų teikiamos paslaugomis dažniausiai naudojasi:	
7.	Kokios trukmės atostogas poilsiautojai dažniausiai renkasi Jūsų kaimo turizmo sodyboje?	
8.	Kokias paslaugas Jūs teikiate poilsiautojams?	Blokas C: Kaimo turizmo sodybų paslaugų pasiūla
9.	Kokiomis priemonėmis reklamuojate savo paslaugas?	
10.	Ar vykdate lojalumo programas savo klientams?	
11.	Ar užtenka žinių apie verslo vadybą bei turizmo paslaugų teikimą?	Blokas D: Kaimo turizmo sodybų savininkų profesinis pasiruošimas
12.	Ar norėtumėte pasitobulinti specializuotuose kursuose kaimo turizmo sodybų savininkams?	
13.	Ar stengiatės pritraukti daugiau turistų iš užsienio? Jei taip, kokiais būdais?	Blokas E: Kaimo turizmo sodybų plėtros iniciatyva
14.	Ar planuojate plėsti savo paslaugų asortimentą?	
15.	Ar prisidedate prie kaimo infrastruktūros gerinimo? Jei taip, kokiais būdais?	
16.	Ar pakanka lėšų išnaudoti visus turimus gamtinius išteklius paslaugų asortimentui plėsti?	
17.	Ar teko naudotis savivaldybės, Europos fondų parama?	

Šaltinis: sudaryta autorės

Trečiąjį uždavinį padės išspręsti klausimai, kurių tikslas yra nustatyti kaimo turizmo sodybų paslaugų pasiūlą. Tyrime tai vienas iš svarbiausių uždavinių, padėsiantis išsiaiškinti kokiomis kryptimis reiktų vystyti kaimo bei sporto turizmo paslaugas. (10 lentelė. Blokas C)

Ketvirtojo uždavinio sprendimui pasirinkti klausimai, kurių tikslas yra išsiaiškinti kaimo turizmo sodybų šeimininkų kompetenciją teikti šias paslaugas bei specialių mokymų poreikį. (10 lentelė. Blokas D)

Penktasis uždavinys taip pat vienas iš svarbiausių šiame tyrime. Klausimų, kuriais norima išspręsti šį klausimą, tikslas – nustatyti individualią kaimo turizmo sodybų šeimininkų iniciatyvą vystyti savo verslą. (10 lentelė. Blokas E)

3. KAIMO IR SPORTO TURIZMO VYSTYMO GALIMYBIŲ ŽEMAITIJOS REGIONE TYRIMŲ REZULTATAI

Šiame skyriuje pateikiami metodologinėje darbo dalyje aprašytų Kaimo ir sporto turizmo vystymo galimybių Žemaitijos regione tyrimų rezultatai.

3.1 Savivaldybių plėtros planų analizės (T1) rezultatai

Tyrimui buvo naudojami 15 savivaldybių, esančių Žemaitijos regione, plėtros planai, kurie buvo patalpinti internetiniuose savivaldybių tinklapiuose. Nagrinėjant savivaldybių plėtros planus pagal metodologinėje dalyje nusistatytus kriterijus buvo siekiama išsiaiškinti, kokiomis priemonėmis savivaldybės prisideda prie kaimo ir sporto turizmo vystymo regione. Susisteminta informacija pateikiama 3 priede.

Atlikus Žemaitijos regiono savivaldybių plėtros ir bendrųjų planų analizę paaiškėjo, kad aktyviausiai kaimo bei sporto turizmo plėtrą skatina Plungės rajono savivaldybė. Tai gali įtakoti kelios priežastys:

- Plungės rajono savivaldybėje yra daugiausia kaimo turizmo sodybų
- Plungės regiono gausūs gamtiniai bei rekreaciniai ištekliai

Plungės rajone yra 9 draustiniai, 6 valstybės saugomi gamtiniai kraštovaizdžio objektai, 4 parkai, 13 piliakalnių, 40 architektūros paminklų, 29 dailės paminklai ir skulptūros. Rajone yra 3 mitologiniai akmenys, 4 žymių žmonių kapai ir 3 žymių žmonių tėviškės.¹⁰ Plungės rajone yra didžioji dalis unikaliausio Žemaitijos saugotino objekto – Žemaitijos nacionalinis parkas. Šis parkas pritraukia poilsiautojus savo ypatinga gamta, be įdomiais gamtiniais objektais: Plokščių šaltinis, Pilelio šaltinis, Auksalės pusiasalis, Kreiviškių pusiasalis, Platelių ežero salos: Briedsalė, Veršio, Pilies, taip pat botaniniais lankomais objektais - Platelių liepa, Platelių vinkšna, Stirbaičių ažuolas.

Plungės rajono savivaldybė aktyviai remia vietos verslininkus, tame tarpe ir kaimo turizmo sodybų šeimininkus, organizuodami seminarus apie verslo kūrimą ir naujoves. Daugiausia investicijų rajono savivaldybė skiria kaimo bei sporto turizmo infrastruktūrai gerinti. Plungės rajono savivaldybės plėtros plane yra akcentuojama masinio ir profesionalaus sporto infrastruktūros plėtra, kelių tiesimas kaimo vietovėse, stovyklaviečių tinklo vystymas, pažintinių takų įrengimas, infrastruktūros įrengimas miškuose, vandens turizmo trasų paruošimas, poilsio, apžvalgų, dviračių aikštelių, prieplaukų įrengimas, stovyklaviečių modernizavimas, prieplaukų rekonstrukcija, dviračių tako įrengimas bei sporto aikštelių kaimo seniūnijose įrengimas/atnaujinimas. Taip pat rajono

¹⁰ Turizmas, <http://www.plunge.lt/lt/rajonas/turizmas>

savivaldybė rūpinasi turizmo informacijos sistemos plėtojimu – į rajono savivaldybės plėtros planą yra įtraukiamas kaimo turizmo puslapių internete ruošimas, katalogo su kaimo turizmo sodybomis išleidimas. Plungės rajone veikiančioms kaimo turizmo sodyboms bus įdiegta elektroninė rezervavimo sistema, kuri palengvins poilsiautojams kaimo turizmo sodybų paiešką bei užsisakymą. Plungės rajone planuojama įrengti informacinių, vaizdinių priemonių tinklą, kuris apima žemėlapius, standus bei rodykles į lankytinus objektus ar kaimo turizmo sodybas. Siekiant plėsti paslaugų paketą bei tuo pačiu išsaugoti Žemaitijos krašto unikalumą ir tradicijas, Plungės rajono savivaldybė ketina remti projektus, kurie susiję su maisto paslaugų, atspindinčių Žemaitijos regiono kultūrinius savitumus, steigimą. Tradicijas puoselėti bus siekiama įkuriant tradicinių amatų centrus. Plungės rajono savivaldybės plėtros plane yra išskiriama ir aktyvaus laisvalaikio bei sporto turizmo paslaugų plėtra. Planuojama įrengti turistinio inventoriaus nuomos punktą, bei įsteigti sporto ir rekreacijos centrus seniūnijose. Tai padės pritraukti daugiau turistų, kuriuos domina profesionali arba mėgėjiška sportinė veikla.

Plungės rajono savivaldybė siekdama populiarinti savo krašto turizmą, į rajono plėtros planą įtraukia ir rinkodaros priemones. Plėtros plane akcentuojama, kad bus skatinami užsienio ir šalies žurnalistų, rašančių apie rajoną vizitai, bus formuojamas Platelių miesto, kaip vandens paslaugų centro įvaizdis. Siekiant sukurti patrauklaus regiono išpūdį bei pritraukti užsienio turistų, bus dalyvaujama tarptautinėse turizmo parodose, mugėse.

Šilutės rajono savivaldybė yra antra Žemaitijos regione esanti savivaldybė, kuri taip pat aktyviai skatina kaimo bei sporto turizmo plėtrą. Tai gali įtakoti tos pačios priežastys – kaimo turizmo sodybų pasiūla bei gausūs gamtiniai ir rekreaciniai išteklių.

Šilutės kraštas yra patrauklus ir perspektyvus kaimo bei sporto turizmo verslui, nes pasižymi išskirtine geografine padėtimi, unikaliu kraštovaizdžiu bei savita etnokultūra. Labiausiai Lietuvos bei užsienio turistus traukia Pamarys, Nemunas ir jo delta. Vienas iš pagrindinių išskirtinių bruožų yra tas, kad šiame regione turizmo sezonas gali būti daug ilgesnis, negu kituose Lietuvos regionuose – pavasarį ekstremalių pojūčių mėgėjams siūlomi pasivažinėjimai potvynių užlietais keliais ir pievomis, žiemą daug turistų pritraukia poledinė žūklė Kuršių mariose.

Šilutės rajono savivaldybė aktyviai remia turizmo verslo atstovų dalyvavimą verslo parodose. Yra siekiama gerinti kaimo bei sporto turizmo infrastruktūrą. Šiam uždaviniui išspręsti planuojama imtis tokių veiksmų – rekonstruoti prieplaukas, parengti turistinius maršrutus, įrengti apžvalgos aikšteles bei auto turizmo trasas, dviračių takus, sporto aikštynus, golfo laukus, žirginio sporto trasas, čiuožyklas. Kadangi Šilutės regione yra siekiama kuo labiau sumažinti turizmo paslaugų sezoniškumą, planuojama įrengti sveikuolių maudykla bei purvo trasų automašinių varžybų organizavimui rudenį.

Šilutės rajone yra planuojamas turizmo informacinės sistemos plėtojimas. Planuojama publikuoti turizmo ir verslo informacijos centro interneto svetainėje rajone vyksiančių kultūros ir sporto renginių planus bei programas, įrengti vietinių vandens kelių navigacinius ženklus. Taip pat bus įdiegiama informacinių ženklų sistema saugomose teritorijose ir gamtiniuose objektuose, bus statomi informaciniai stendai bei leidžiami turizmo informaciniai leidiniai.

Turizmo paslaugų gerinimas taip pat yra įtraukiamas į Šilutės rajono savivaldybės plėtros planą. Siekiant pagerinti turizmo sektoriaus specialistų paruošimo kokybę bus atliekami profesinių gebėjimų tyrimai, organizuojamos diskusijos. Norint išplėsti kaimo turizmo paslaugas yra planuojama senųjų amatininkų verslo pritaikymas kaimo turizmui. Taip pat plėtros plane yra minima ir privati kaimo turizmo sodybos šeimininko iniciatyva atkurti senąjį žuvies sandėlį Minijos kaime bei pritaikyti jį turizmo poreikiams.

Šilutės rajono savivaldybė planuoja imtis rinkodaros priemonių, kurios padėtų pritraukti daugiau kaimo bei sporto turistų. Tai ji žada padaryti organizuodama ir populiarindama parodomuosius renginius, susijusius su stintų ir kitų žuvų žvejyba. Planuojama organizuoti „Žvejų turgaus“ renginius, įvairias respublikines varžybas. Taip pat yra planuojama reprezentuoti rajono turizmo išteklius lietuvių ir užsienio kalbomis tinklapyje, organizuoti užsienio žurnalistų, rašančių apie rajoną, vizitus.

Remiantis visų Žemaitijos regione esančių savivaldybių plėtros planais, sudaryta pagrindinių priemonių lentelė kaimo bei sporto turizmui Žemaitijos regione vystyti. (žr. 14 pav.)

Kaimo bei sporto turizmo vystymui skiriamos priemonės suskirstytos į 6 dalis. Jas apima savivaldybių paramos priemonės, kaimo ir sporto turizmo infrastruktūros plėtros priemonės, turizmo informacijos infrastruktūros plėtros priemonės, paslaugų kokybės gerinimo priemonės, paslaugų/produktų paketo išplėtimas bei kaimo ir sporto turizmo rinkodaros priemonės.

Kadangi savivaldybės neturi galimybės materialiai remti privatų verslą, jų paramos priemonės apsiriboja seminarų apie turizmo verslo vadybą bei naujoves organizavimu, turizmo atstovų dalyvavimo parodose rėmimu, gebėjimų pasinaudoti Europos Sąjungos skiriama parama didinimu.

Aktyviausiai Žemaitijos regiono savivaldybės prisideda prie kaimo bei sporto infrastruktūros gerinimo. Pagal savivaldybių plėtros planus, numatoma prisidėti prie kaimo ir sporto turizmo vystymo tiesiant kelius kaimo vietovėse, vystant ir modernizuojant stovyklaviečių tinklą, įrengiant pažintinius pėsčiųjų takus. Taip pat yra planuojama įrengti dviračių takus, poilsio, apžvalgos aikšteles bei prieplaukas. Akmenės rajone yra puikios sąlygos vystyti aviacijos sportą, ši galimybė galėtų būti apsvarstoma ir kitose savivaldybėse, kuriose yra aerodromai. Savivaldybės taip pat planuoja prisidėti prie kaimo bei sporto infrastruktūros vystymo statant apžvalgos bokštus,

įrengiant bėgimo, slidinėjimo, vandens turizmo trasas, golfų laukus, bei žirginio sporto trasas. Kaimo ir sporto turizmo infrastruktūros vystymui planuojama įrengti sveikatingumo trasas, bei sveikuolių maudyklas, taip pat sporto aikštes kaimo seniūnijose.

Paramos priemonės	Kaimo bei sporto turizmo infrastruktūros plėtros priemonės	Turizmo informacijos infrastruktūros plėtros priemonės	Paslaugų kokybės gerinimo priemonės	Paslaugų/produktų paketo išplėtimas	Rinkodaros priemonės
Seminarų apie turizmo verslo vadybą bei raudijos organizavimas	Kelių tiesimas kaimo vietovėse	Rajono veikiančių kaimo turizmo sodybų elektroninės rezervavimo sistemos įdiegimas	Turizmo darbuotojų profesinių gebėjimų tyrimų atlikimas, diskusijos, mokymai siekiant pagerinti paslaugų teikimo kokybę	Maitinimo paslaugų, atspindinčių Žemaitijos regiono savitumus steigimas	Užsienio ir šalies žurnalistų, rašančių apie rajoną vizitų skatinimas
Turizmo atstovų dalyvavimo verslo, turizmo parodose rėmimas	Stovyklaviečių tinklo vystymas ir modernizavimas	Informacinių, vaizdinių priemonių tinklo įrengimas (rodyklės, žemėlapiai, standai)	Gerosios patirties mainų vizitų organizavimas	Tradicinių amatų centrų kūrimas	Miestelių, kaimų įvaizdžio formavimas
Gebėjimų projektų rengimo, valdymo ir ES paramos panaudojimo dūdinimas	Pažintinių pėsčiųjų takų įrengimas	Vandens kelių navigacinis ženklavimas		Turistinio inventoriaus nuomos punkto įrengimas	Dalyvavimas tarptautinėse turizmo parodose, mugėse
Viešos ir privačios partnerystės skatinimas	Poilsio, dviračių takų, apžvalgos aikštelių, prielaukų įrengimas			Sporto ir rekreacijos centro įrengimas seniūnijoje	Parodomųjų renginių susijusių su stintomis ir kitomis žuvmis, organizavimas ir populiarinimas
	Aviacijos sporto infrastruktūros vystymas			Etnografinių sodybų renovavimas ir pritaikymas turizmo paslaugų teikimui	Respublikinių renginių, varžybų organizavimas
	Apžvalgos bokštų statyba			Sporto švenčių, saskrydžių organizavimas	Informacinių turizmo leidinių, bukletų, katalogų leidyba
	Bėgimo, slidinėjimo trasų įrengimas			Oro turizmo skatinimas (šuoliai parašutu, sklandymo galimybės, kursai, varžybos, šventės)	Infoturų organizavimas
	Sveikatingumo takų įrengimas			Sportinės-pramoginės rekreacinės infrastruktūros kompleksų kūrimas	Kaimo turizmo puslapių keliomis kalbomis internete paruošimas
	Sveikuolių maudyklos įrengimas			Sportinių renginių organizavimas upių pakrantėse	Turizmo paslaugų įvaizdžio formavimas
	Golfo laukų, žirginio sporto trasų, čiuožyklių įrengimas			Dviračių nuomos punktų bei taisyklos įrengimas	
	Sporto aikštelių kaimo seniūnijose įrengimas			Senojo žuvies sandėlio restauracija bei pritaikymas turizmui	
	Vandens turizmo trasų paruošimas				
	Purvo trasų įrengimas autoturizmo varžyboms				

Šaltinis: sudaryta autorės pagal savivaldybių plėtros planus

14 pav. Savivaldybių priemonės Žemaitijos regiono kaimo bei sporto turizmo vystymui

Išnagrinėjus kaimo ir sporto turizmo infrastruktūros vystymo priemones galime daryti išvadą, kad labiausiai savivaldybės siekia pagerinti aktyvaus sporto turizmo situaciją, taip pat sudaryti sąlygas naujų paslaugų teikimui regione.

Kaimo ir sporto turizmo informacijos infrastruktūrą savivaldybės planuoja gerinti įdiegiant rajone veikiančių kaimo turizmo sodybų elektroninę rezervavimo sistemą. Be šios priemonės dar planuojamas informacinių, rodyklių, žemėlapių, stendų įrengimas bei vandens navigacinis ženklavimas.

Prie turizmo paslaugų gerinimo savivaldybės planuoja prisidėti rengdamos turizmo darbuotojų profesinių gebėjimų tyrimus, organizuoti diskusijas ir mokymus. Taip pat vienas iš būdų gerinti paslaugų bei produktų kokybę yra siūlomas gerosios patirties mainų vizitų organizavimas. Jų metu kaimo turizmo sodybų šeimininkai turėtų galimybę semtis patirties iš užsienio kaimo turizmo sodybų.

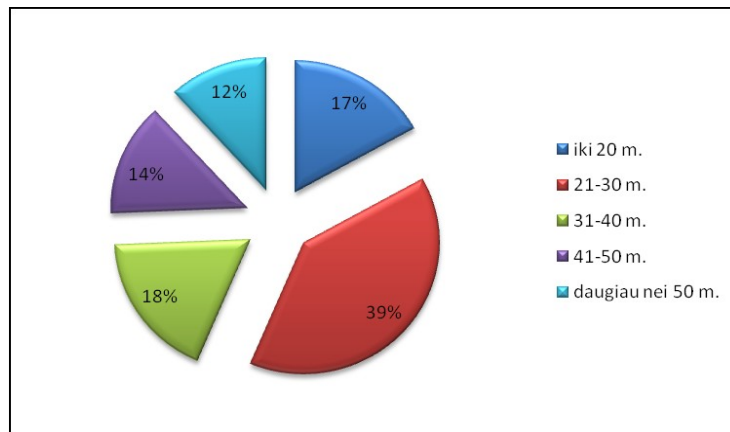
Gana aktyviai savivaldybės planuoja kaimo ir sporto turizmo paslaugų paketo plėtimą. Labiausiai yra akcentuojamas tradicijų bei autentiškumo išlaikymas, todėl savivaldybės planuoja maitinimo paslaugų, atspindinčių Žemaitijos regiono savitumus, steigimą, tradicinių amatų centro kūrimą, etnografinių sodybų pritaikymą turizmo paslaugų teikimui. Kita prioritetinga sritis – aktyvaus poilsio paslaugų vystymas. Savivaldybės planuoja įrengti turistinio inventoriaus nuomos bei taisymo punktus, sporto ir rekreacijos centrus seniūnijose, sportinės – pramoginės rekreacinės infrastruktūros kompleksus. Taip pat yra planuojama vystyti oro turizmą, organizuoti šiuolių su parašiuotais ir sklandymo varžybas bei šventes, rengti kursus.

Atlikus Žemaitijos savivaldybių plėtros planų analizę paaiškėjo, kad savivaldybės prisideda prie kaimo ir sporto turizmo populiarinimo bei įvaizdžio formavimo. Yra skatinami užsienio ir Lietuvos žurnalistų, rašančių apie rajoną, vizitai, dalyvaujama tarptautinėse turizmo parodose, organizuojami infoturais, kuriami internetiniai tinklapiai keliomis kalbomis. Taip pat yra planuojama organizuoti įvairius renginius, kurie pritrauktų kuo daugiau poilsiautojų.

3.2 Potencialių kaimo ir sporto turizmo klientų poreikių tyrimo (T2) rezultatai

Šioje dalyje pateikiami potencialių kaimo ir sporto turizmo klientų poreikių tyrimo rezultatai, kurie buvo surinkti anketinės apklausos būdu. Tyrimas buvo vykdomas 2011 metų balandžio mėnesį asmeniškai siunčiant anketos nuorodą respondentams. Respondentai – įvairaus amžiaus Žemaitijos regiono gyventojai, kurie objektyviai gali įvertinti Žemaitijos regiono kaimo ir sporto turizmo paslaugas. Tyrime dalyvavo 390 respondentų, kuriuos sudarė 54% sudarė moterų ir 46% - vyrų.

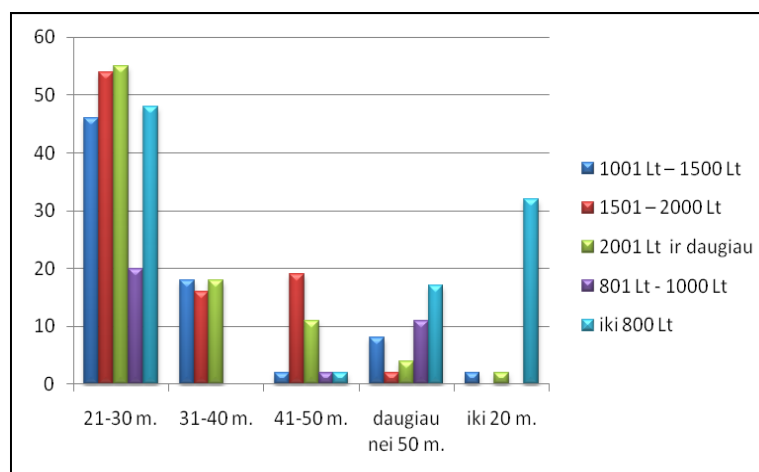
Visi respondentai buvo sugrupuoti pagal demografinius kriterijus: amžių ir mėnesines pajamas. Daugiausia apklausta 21-30 m. amžiaus grupės respondentų. Tai parodyta 15 paveiksle.



Šaltinis: sudaryta autorės

15 pav. Apklausoje dalyvavusių respondentų pasiskirstymas pagal amžių

Apklausoje dalyvavusių respondentų pasiskirstymas pagal pajamas pateikiamas 16 paveikslėlyje.



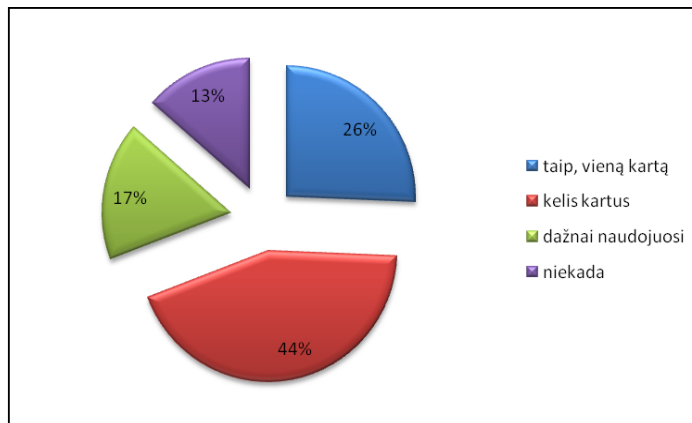
Šaltinis: sudaryta autorės

16 pav. Apklausoje dalyvavusių respondentų pasiskirstymas pagal pajamas

Paveiksle matyti, kad respondentų iki 20 metų dominuojančios pajamos yra iki 800 Lt. Respondentų 21-50 m. amžiaus grupėse dominuoja pajamos nuo 1501 Lt. iki 2000 Lt., bei nuo 2001 Lt. ir daugiau. Mažiausiai respondentų šioje amžiaus grupėje gauna 801-1000 Lt. pajamas. Amžiaus grupėje, į kurią patenka respondentai, kurių amžius yra daugiau nei 50 m. dominuojančios pajamos yra iki 800 Lt. arba 801 – 1000 Lt.

Anketoje respondentams buvo pateiktas klausimas, ar jie mėgsta keliauti. Gauti duomenys parodė, kad 97% mėgsta keliones ir tik 3% visų respondentai jų nemėgsta. Tai rodo respondentų susidomėjimą kelionėmis bei poilsiu išvykus iš savo gyvenamosios vietos. Toliau respondentams buvo pateiktas klausimas, ar jiems kada teko naudotis kaimo turizmo paslaugomis. Šiuo klausimu buvo siekiama išsiaiškinti, ar respondentai atostogauja kaimo turizmo sodybose ir kaip dažnai tai

dar. Gauti duomenys rodo, kad Žemaitijos regiono gyventojai aktyviai poilsiauja kaimo turizmo sodybose. Daugiausia respondentų (44%) net kelis kartus naudojami kaimo turizmo paslaugomis. Tik 13% respondentų niekada nepoilsiaavo kaimo turizmo sodybose.

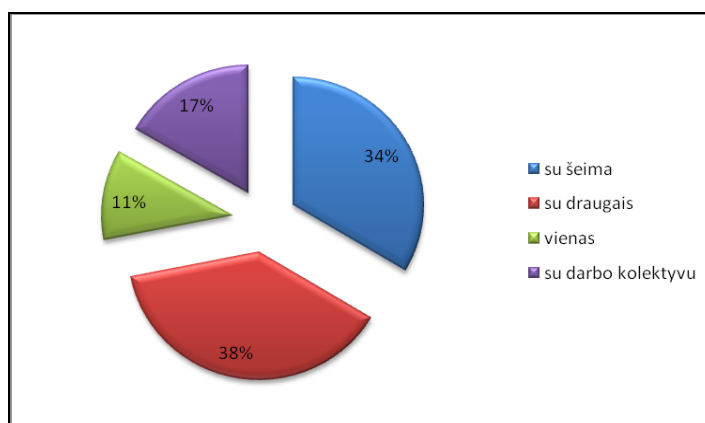


Šaltinis: sudaryta autorės

17 pav. Respondentų naudojimosi kaimo turizmo paslaugomis pasiskirstymas

Pagal gautus duomenis kaimo turizmo sodybų paslaugomis dažniausiai naudojami 21-30 m. ir 31-40 m. amžiaus respondentai. Galima teigti, kad rezultatai priklauso nuo to, kad šių amžiaus grupių respondentai turi didžiausias pajamas ir labiausiai domisi kaimo turizmo paslaugomis.

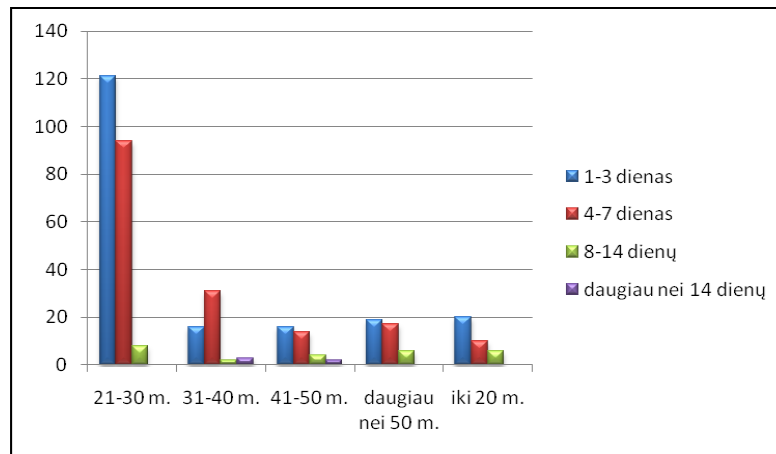
Toliau respondentų buvo klausiama, su kuo jie norėtų atostogauti kaimo turizmo sodybose. Gauti duomenys rodo, kad daugiausiai respondentų norėtų ilsėtis kaimo turizmo sodybose su draugais (38%), taip pat nemaža dalis respondentų (34%) įvardijo, kad norėtų atostogauti su šeima.



Šaltinis: sudaryta autorės

18 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal tai, su kuo norėtų atostogauti

Toliau anketoje buvo klausiama respondentų, kokios trukmės atostogas jie rinktųsi kaimo turizmo sodybose. Apklausos metu gauti duomenys rodo, kad daugiausiai respondentų (48%) rinktųsi trumpas 1-3 dienų atostogas kaimo turizmo sodybose. Taip pat nemaža dalis (31%) norėtų iki 1 savaitės trukmės poilsio kaime.

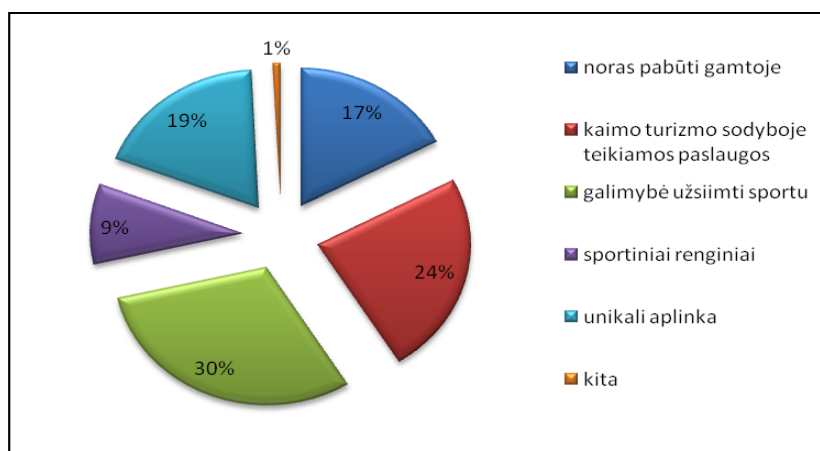


Šaltinis: sudaryta autorės

19 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal amžių ir atostogų trukmę

Respondentų pasiskirstymas pagal amžių ir atostogų trukmę rodo, kad jauni žmonės iki 20 m. ir 21-30 m. amžiaus grupėje dažniausiai rinkęsi atostogas iki 3 dienų. Tarp vyresnio amžiaus respondentų populiaru ir ilgesnė atostogų trukmė - nuo 4 dienų iki savaitės. Pasiteiravus respondentų, kokių sezonu jie labiausiai norėtų atostogauti kaimo turizmo sodybose, paaiškėjo, kad 54 % visų respondentų norėtų atostogauti kaime vasaros sezonu. Taip pat net 23% respondentų įvardijo, kad norėtų poilsiauti kaimo turizmo sodybose žiemą. Pavasarį poilsį kaime rinkęsi 15% respondentų. Nepopuliariausias sezonas atostogoms kaime yra ruduo, jį įvardijo tik 8% visų respondentų.

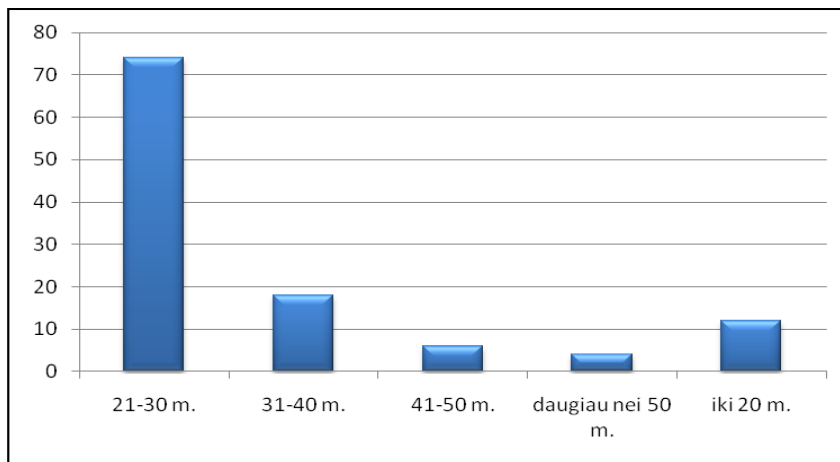
Siekiant išsiaiškinti, kas motyvuoja poilsiautojus atostogauti kaimo turizmo sodybose anketoje buvo pateiktas klausimas, kas juos skatina rinktis poilsį kaimo turizmo sodybose. Apklausos metu gauti duomenys rodo, kad labiausiai poilsiautojus rinktis atostogas kaimo turizmo sodybose skatina galimybė užsiimti sportu. Taip pat nemaža dalis respondentų (24%) rinkęsi poilsį kaime dėl kaimo turizmo sodyboje teikiamų paslaugų. 1% respondentų individualiai įvardijo, kad jie rinkęsi poilsį kaimo turizmo sodybose dėl galimybės pažvejoti ar švęsti šventes.



Šaltinis: sudaryta autorės

20 pav. Respondentų atostogų kaime pasirinkimo motyvatoriai

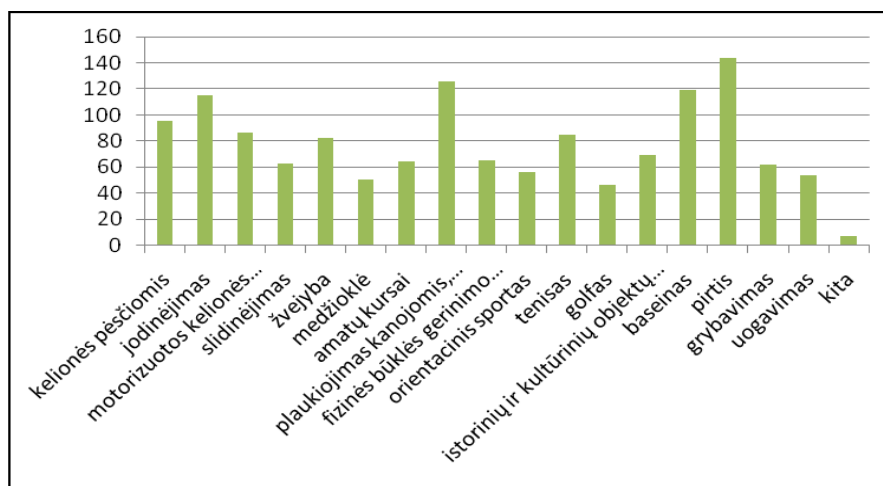
Galimybė užsiimti sportine veikla labiausiai skatina rinktis poilsį kaimo turizmo sodybose 21-30 m. amžiaus respondentus. Mažiausiai sportinė veikla motyvuoja 41 m. ir daugiau amžiaus grupės respondentus.



Šaltinis: sudaryta autorės

21 pav. Galimybės užsiimti sportine veikla motyvacijos pasiskirstymas amžiaus grupėse

Apklausoje buvo siekiama išsiaiškinti, ar respondentams užtenka sportinės veiklos kaime. 38% respondentų įvardijo, kad sportinės veiklos kaime užtenka, tuo tarpu 62% teigia, kad sportinės veiklos kaime trūksta. 22 paveiksle pateikiamos paslaugos, kurios labiausiai patiktų poilsiaujantiems kaimo turizmo sodybose.



Šaltinis: sudaryta autorės

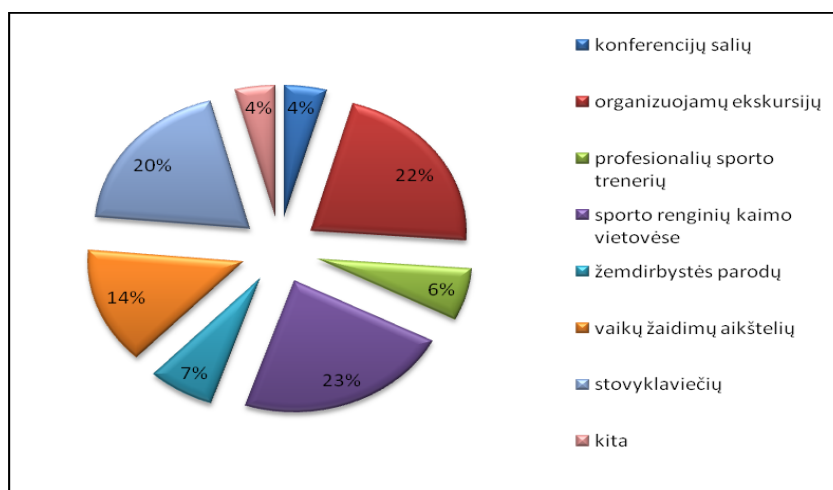
22 pav. Paslaugos, kurios geriausiai tenkintų potencialių klientų poreikius

Kaip matyti iš paveikslo, geriausiai vartotojų poreikius tenkintų vandens pramogos, kurios apima plaukiojimą kanojomis, baidarėmis ar sraunia upe. Vienos iš svarbiausių paslaugų kaimo

turizmo sodyboje – pirtis ir baseinas. Taip pat klientų poreikius tenkintų įvairios sporto paslaugos, jodinėjimas, kelionės pėsčiomis, tenisas, motorizuotos kelionės automobiliais ir keturračiais.

7 respondentai individualiai įvardijo, kad kaimo turizmo sodybose juos domintų galimybė žaisti krepšinį, futbolą, tinklinį, šaudymas iš lanko, arba tiras po atviru dangumi, kalnų slidinėjimas, senovinių lietuviškų valgių gamyba, vyno degustacijos, ūkiniai darbai (malkų skaldymas, maisto ruošimas).

Siekiant išsiaiškinti kaip būtų įmanoma išplėsti kaimo turizmo paslaugų paketą, respondentams buvo užduotas klausimas, kokių paslaugų jiems trūksta kaimo turizmo sodybose. Respondentų pasirinkimas pavaizduotas 23 paveikslėlyje.

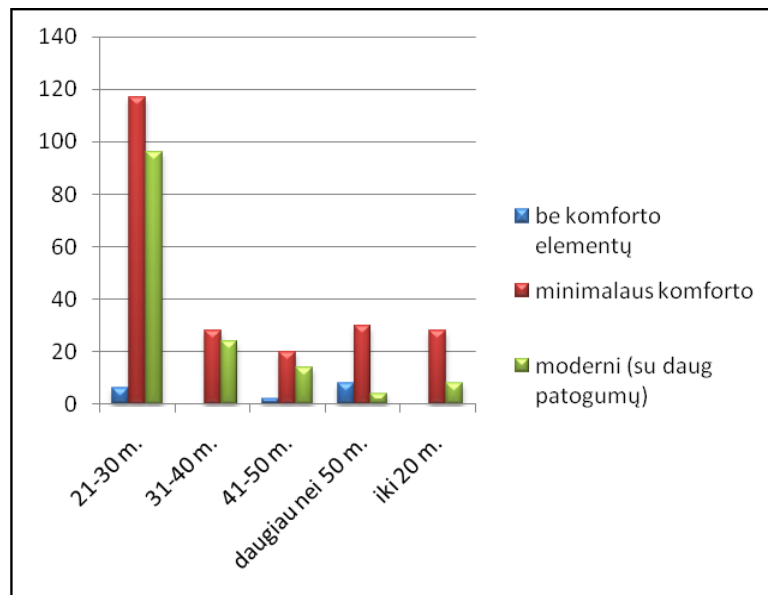


Šaltinis: sudaryta autorės

23 pav. Paslaugos, kurių pasigendama kaimo turizmo sodybose

Daugiausiai respondentų (23%) įvardija, kad kaimo turizmo sodybose labiausiai trūksta sportinių renginių. Taip pat yra pasigendama organizuojamų ekskursijų, bei stovyklaviečių. 4% respondentų įvardijo, kad labiausiai jiems trūksta unikalių pramogų, amatų bei ūkininkų produkcijos kaimo turizmo sodybose.

Pusė tyrime dalyvusių respondentų teigia, kad jų poreikius tenkintų minimalaus komforto sodyba, 40% norėtų atstogauti modernioje kaimo turizmo sodyboje su daug patogumų. 10% respondentų praleistų atstogą kaimo turizmo sodyboje be komforto elementų. Tikslinga išskirti amžiaus grupes, kurios dažniausiai rinktųsi poilsį minimalaus komforto bei modernioje kaimo turizmo sodyboje.



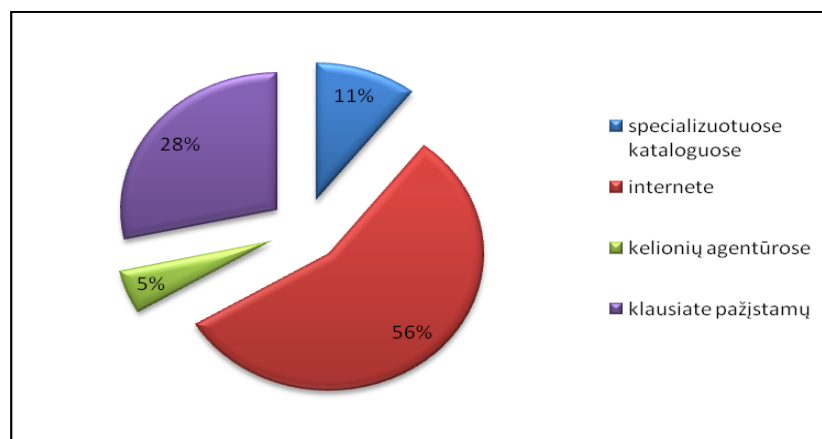
Šaltinis: sudaryta autorės

24 pav. Kaimo turizmo sodybos tipo pasirinkimas pagal amžiaus grupes

Paveikslėlyje pavaizduoti duomenys rodo, kad minimalaus komforto sodybų poreikis vyrauja visose amžiaus grupėse. Vyresnio amžiaus respondentus labiau domintų kaimo turizmo sodybos be komforto elementų, o jaunesni labiau norėtų poilsiauti modernioje kaimo turizmo sodyboje.

Apklausoje buvo siekiama išsiaiškinti, ar potencialiems kaimo turizmo sodybų klientams užtenka informacijos apie kaimo turizmo sodybas. Tyrimo rezultatai rodo, kad 75% respondentų pakanka informacijos apie kaimo turizmo sodybas, tuo tarpu 25% teigia, kad informacijos trūksta.

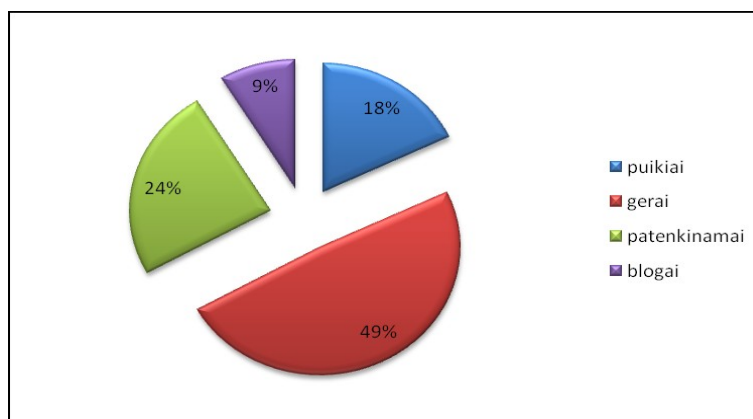
Informacijos apie poilsį kaime respondentai dažniausiai ieško internete bei klausia pažįstamų nuomonės. Maža dalis ieško informacijos specializuotuose kataloguose bei teiraujasi kelionių agentūrose.



Šaltinis: sudaryta autorės

25 pav. Informacijos apie poilsį kaime paieškos šaltiniai

Šiame tyrime buvo svarbu išsiaiškinti, kaip respondentai vertina kaimo turizmo paslaugų kokybę. Kaimo turizmo paslaugų kokybės vertinimas pateikiamas 26 paveikslyje.



Šaltinis: sudaryta autorės

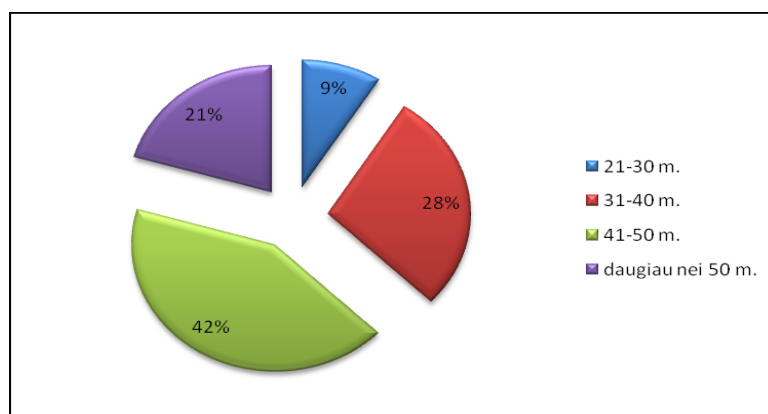
26 pav. Kaimo turizmo paslaugų kokybės vertinimas

Paveiksle matyti, kad beveik pusė respondentų vertina kaimo turizmo paslaugų kokybę gerai. Vertinant apskritai, didžioji dalis respondentų yra patenkinta kaimo turizmo paslaugomis.

3.3 Kaimo turizmo sodybų savininkų apklausos (T3) rezultatai

Šioje dalyje pateikiami kaimo turizmo sodybų savininkų apklausos rezultatai. Apklausa buvo vykdoma telefonu apklausiant kaimo turizmo sodybų savininkus, pateikiant jiems klausimus bei atsakymų variantus. Taip pat buvo suteikiama galimybė pateikti individualų atsakymą. Iš planuotų apklausti 94 kaimo turizmo sodybų pavyko apklausti 78. Dešimties kaimo turizmo sodybų savininkų nepavyko pasiekti telefonu, 6 kaimo turizmo sodybų savininkai atsisakė atsakyti į anketos klausimus bei teikti informaciją.

Visi respondentai buvo sugrupuoti pagal demografinius kriterijus: lytį, amžių bei išsilavinimą. Tyrimo metu buvo apklausta 63% moterų ir 37% vyrų. Dažniausiai vyraujantis kaimo turizmo sodybų savininkų amžius – 41-50 m.

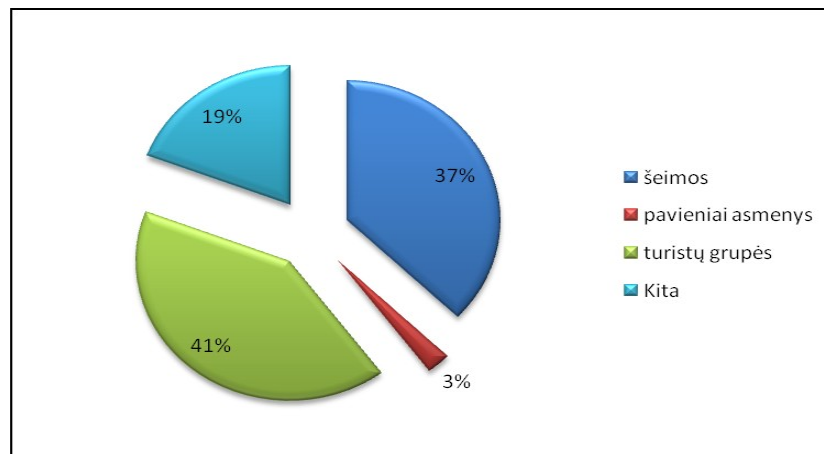


Šaltinis: sudaryta autorės

27 pav. Kaimo turizmo paslaugų teikėjų pasiskirstymas pagal amžių

Kaimo turizmo paslaugų teikėjams buvo užduotas klausimas apie jų išsilavinimą. Surinkti duomenys rodo, kad 38% kaimo turizmo sodybų savininkų turi aukštąjį, 31% aukštesnįjį, 19% profesinį ir 12% vidurinį išsilavinimą.

Norint išsiaiškinti kaimo turizmo sodybų klientų charakteristikas, respondentai turėjo įvardyti kas dažniausiai ilsisi jų kaimo turizmo sodybose. Pasak respondentų, lietuviai sudaro 65% visų kaimo turizmo sodybų klientų, tuo tarpu užsieniečiai sudaro 35%. Vasarą, kaip pagrindinį poilsio sezoną įvardija 91% respondentų.

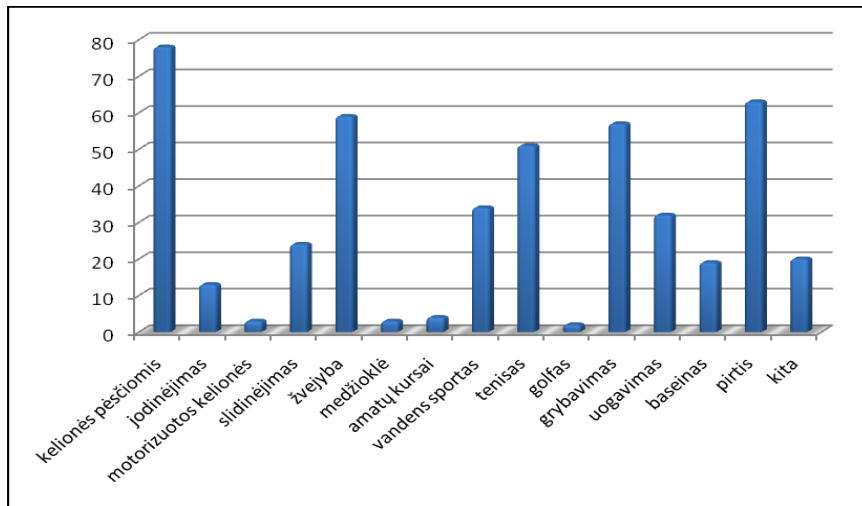


Šaltinis: sudaryta autorės

28 pav. Kaimo turizmo lankytojų pasiskirstymas

Apklausos duomenys rodo, kad dažniausiai kaimo turizmo sodybose poilsiauja turistų grupės, kurias respondentai įvardija kaip draugų kompanijas. Taip pat daug poilsiautojų atvažiuoja į kaimo turizmo sodybas su šeimomis. 19% visų respondentų įvardija, kad dažniausiai jų paslaugomis naudojasi pobūvių rengėjai bei svečiai. 63% respondentų įvardijo, kad jų klientai dažniausiai atvyksta savaitgaliniam poilsiui – nuo 1-3 dienų, tuo tarpu 37% respondentų teigia, kad jų lankytojų poilsis trunka 4-7 dienas.

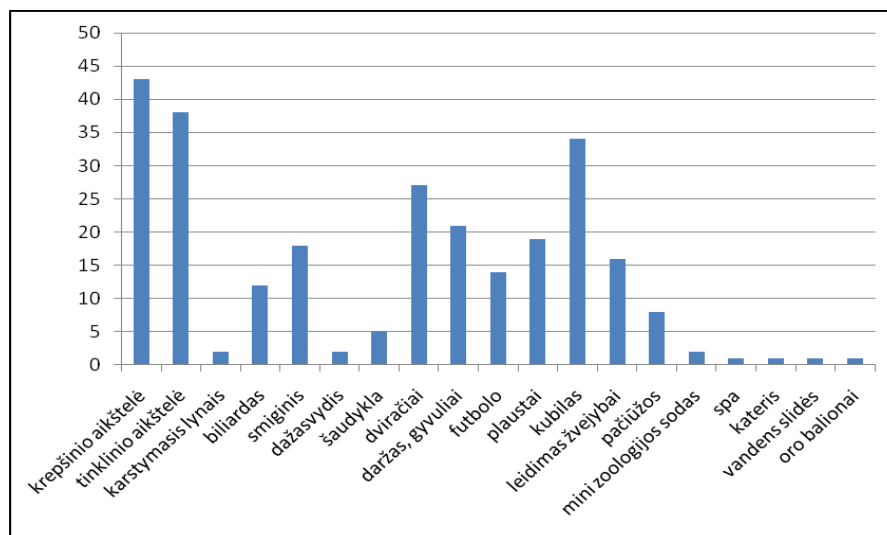
Siekiant išsiaiškinti kaimo ir sporto turizmo paslaugų pasiūlą, respondentai turėjo įvardinti paslaugas, kurias teikia savo kaimo turizmo sodybose. 29 paveikslėlyje matome, kad dažniausiai kaimo turizmo sodybose yra siūlomas pasivaikščiavimas pėsčiomis, pirtis, žvejyba, grybavimas, tenisas, vandens sportas.



Šaltinis: sudaryta autorės

29 pav. Kaimo ir sporto turizmo paslaugų pasiūla

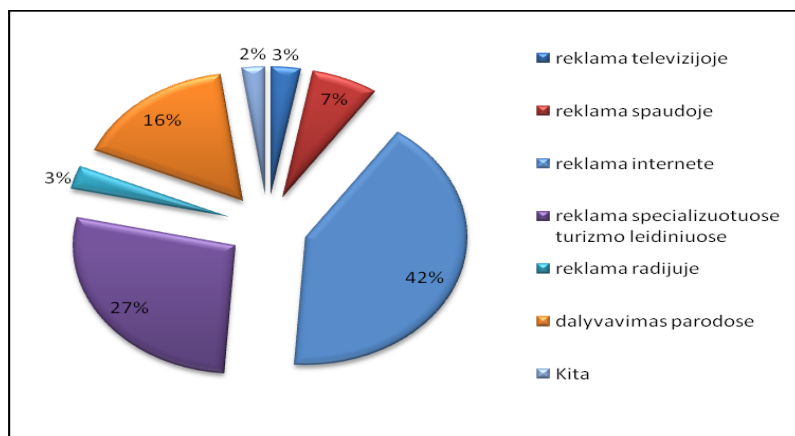
Papildomai kaimo turizmo sodybų šeimininkai įvardijo 30 paveikslėlyje pavaizduotas paslaugas.



Šaltinis: sudaryta autorės

30 pav. Kaimo turizmo sodybose teikiamos papildomos paslaugos

Žemaitijos regiono kaimo turizmo sodybų šeimininkų papildomai įvardytos paslaugos apima aktyvaus poilsio paslaugas – krepšinių, futbolo, tinlinį, važinėjimą dviračiais. Taip pat vandens pramogas – kubilą, vandens slides, paplaukiojimą kateriu ar plauštais. Žemaitijos regiono kaimo turizmo sodybose yra galimybė papramogauti skrendant oro balionu arba pasinaudoti SPA paslaugomis.

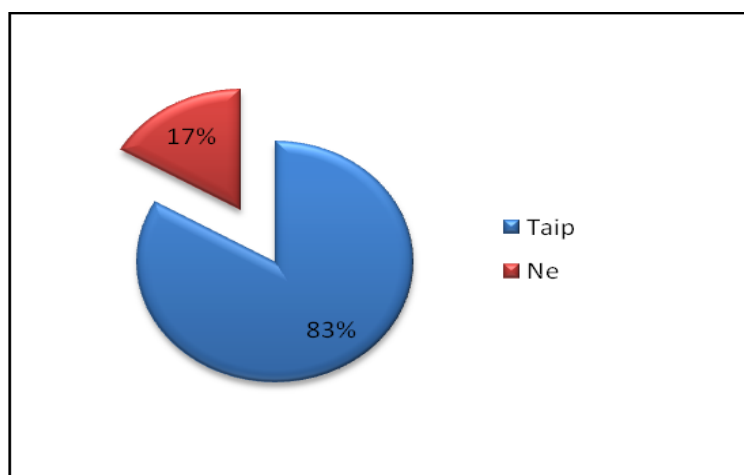


Šaltinis: sudaryta autorės

31 pav. Kaimo turizmo sodybų reklamos priemonės

Dažniausiai kaimo turizmo sodybų šeimininkai reklamuoja savo paslaugas internete (42%) bei specializuotuose turizmo leidiniuose (27%). Taip pat respondentai įvardijo, kad reklamuojasi užsienio kataloguose interneto svetainėse. Vieną iš geriausių reklamos priemonių respondentai įvardija reklamą “iš lūpų į lūpas”. 72% visų respondentų įvardijo, kad taiko nuolaidas savo klientams. Paaikškėjo, kad dažniausi kaimo turizmo klientai yra nuolat sugrįžtantys poilsiautojai, todėl kaina dažnai tampa sutartinė.

Apklauso duomenys rodo, kad didžiajai daliai respondentų (71%) pakanka žinių apie verslo vadybą bei turizmo paslaugų teikimą. Respondentai dažnai įvardindavo, kad kaimo turizmas yra tik antrinė jų veikla, kaimo turizmo sodyba maža su nedaug paslaugų, todėl nereikalauja daug vadybinių žinių.



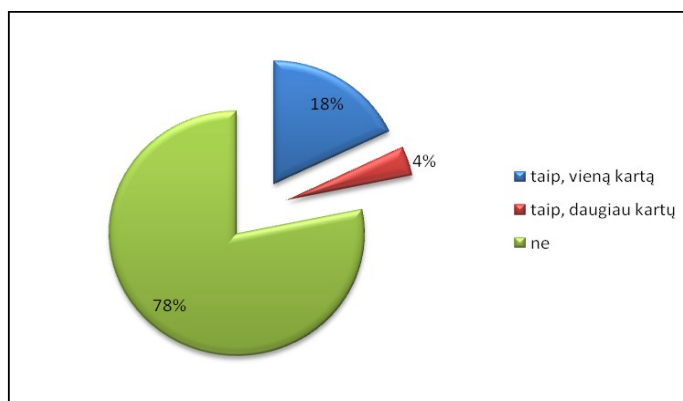
Šaltinis: sudaryta autorės

32 pav. Apklaustų dalyvavimo papildomuose mokymuose pasiskirstymas

Kaip matyti 32 paveikslėlyje, yra didelis susidomėjimas verslo vadybos ir turizmo paslaugų mokymais, net 83% respondentų įvardijo, jog norėtų pasitobulinti nemokamuose kursuose.

Norint išsiaiškinti verslininkų iniciatyvą didinti klientų ratą, buvo pateiktas klausimas, ar jie stengiasi pritraukti daugiau klientų iš užsienio. Apklausos rezultatai parodė, kad 74% nėra suinteresuoti užsieniečių pritraukimu į savo kaimo turizmo sodybas. 26% respondentų įvardijo, kad jie stengiasi pritraukti daugiau turistų iš užsienio. Ši tendencija labiausiai išryškėjo Šilutės, Klaipėdos rajonų kaimo turizmo sodybose. Priemonės, kuriomis kaimo turizmo sodybų šeimininkai stengiasi pritraukti klientus iš užsienio, apima reklamą užsienio kataloguose, reklamą keliomis kalbomis internete, dalyvavimą parodose užsienyje.

Siekiant išsiaiškinti kaimo turizmo sodybų šeimininkų verslo plėtros iniciatyvą, anketoje buvo pateikiamas klausimas, ar jie planuoja plėsti savo kaimo turizmo paslaugų asortimentą. Dauguma respondentų (76%) įvardijo, kad jie artimiausiu metu neketina to daryti. Kaip pagrindinę kliūtį plėtrai respondentai įvardijo lėšų trūkumą. 92% respondentų tai trukdo išnaudoti visus turimus gamtinius išteklius. Esant galimybei gauti lėšų iš Europos Sąjungos, paklausėme kiek respondentų pasinaudojo kaimo turizmo vystymui skiriama parama. Gauti duomenys pavaizduoti 33 paveikslėlyje.

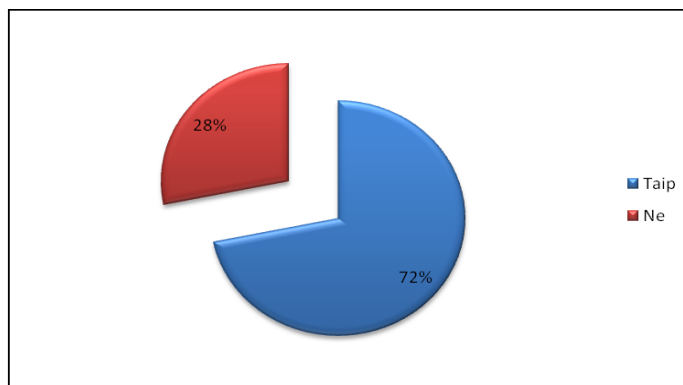


Šaltinis: sudaryta autorės

33 pav. Respondentų ES paramos panaudojimo pasiskirstymas

Kaip matyti iš paveikslėlio, didžioji dauguma kaimo turizmo sodybų nėra naudojusis Europos Sąjungos parama. To priežastis gali būti biurokratiniai sunkumai ir gebėjimų pasinaudoti parama stoka. Tik 18% visų respondentų naudojosi ja vieną kartą ir 4% daugiau nei vieną kartą.

Respondentų buvo klausama, ar jie savo iniciatyva gerina kaimo infrastruktūrą. Remiantis gautais duomenimis, 72% kaimo turizmo sodybų šeimininkų prisideda prie kaimo infrastruktūros gerinimo. Tai daroma įvairiais būdais – yra tiesiami keliukai iki sodybų, statomi ženklai, nuorodos bei sutvarkoma šalia sodybos esanti aplinka, statomos žaidimų aikštelės.



Šaltinis: sudaryta autorės

34 pav. Kaimo turizmo sodybų šeimininkų iniciatyva gerinti kaimo infrastruktūrą

Siekiant palaikyti tvarką, kaimo turizmo sodybų šeimininkai dažnai organizuoja talkas, tvarko upės pakrantes, įrengia maudyklas, prižiūri viešuosius tualetus.

3.4 Empirinių tyrimų rezultatų apibendrinimas ir modelio patikslinimas

Apibendrinus T2 tyrimų rezultatus galime teigti, kad geriausiai kaimo turizmo paslaugų vartotojų poreikius patenkintų minimalaus komforto bei modernios kaimo turizmo sodybos. 2 skyriaus 2.3 dalyje pateiktame X paveikslėlyje pavaizduota, kad daugiausia Žemaitijos regione yra minimalaus komforto kaimo turizmo sodybų. Atsižvelgiant į vartotojų poreikius, Žemaitijos regione atsiranda galimybė įrengti daugiau modernių kaimo turizmo sodybų.

Didžioji dalis apklaustųjų teigia, jog kaimo turizmo sodybose norėtų atostogauti su draugais arba šeima. Jauni žmonės iki 20 m. ir 21-30 m. amžiaus grupėje dažniausiai rinktųsi atostogas iki 3 dienų. Tarp vyresnio amžiaus respondentų populiarī ir ilgesnė atostogų trukmė - nuo 4 dienų iki savaitės. Kaimo ir sporto turizmo paslaugų teikėjai taip pat teigia, kad dažniausia poilsiautojai jų kaimo turizmo sodybose apsistoja savaitgalį, kita dalis poilsiautojų atostogauja 4-7 dienas. Atsižvelgiant į vartotojų poreikius, kaimo turizmo sodybų savivinkamas reiktų orientotis į paslaugų paketo vystymą jaunesnio amžiaus respondentams siekiant pailginti jų atostogų trukmę kaimo turizmo sodybose.

Patraukliausias atostogauti kaimo turizmo sodybose – vasaros sezonas. Tam pritaria ir kaimo turizmo sodybų šeimininkai ir jų potencialūs klientai. Labiausiai poilsiautojus rinktīs atostogas kaimo turizmo sodybose skatina galimybė užsiimti sportu bei teikiamų paslaugų pasirinkimas. Kadangi respondantai įvardija sporto paslaugų kaimo turizmo sodybose stoką, kaimo turizmo sodybų šeimininkams reiktų plėsti paslaugų paketą, kuris geriausiai patenkintų vartotojų poreikius. Remiantis kaimo ir sporto turizmo potencialių klientų pateiktais duomenimis, juos labiausiai tenkintų vandens pramogos, kurios apima plaukiojimą kanojomis, baidarėmis ar sraunia upe. Vienos iš svarbiausių paslaugų kaimo turizmo sodyboje – pirtis ir baseinas. Taip pat klientų

poreikius tenkintų įvairios sporto paslaugos, jodinėjimas, kelionės pėsčiomis, tenisas, motorizuotos kelionės automobiliais ir keturračiais. Be šių paslaugų, vartotojus domintų galimybė žaisti krepšinį, futbolą, tinklinį, šaudymas iš lanko, arba tirus po atviru dangumi, kalnų slidinėjimas, senovinių lietuviškų valgių gamyba, vyno degustacijos, ūkiniai darbai (malkų skaldymas, maisto ruošimas). Taip pat yra pasigendama organizuojamų ekskursijų bei stovyklaviečių, unikalių pramogų, amatų bei ūkininkų produkcijos kaimo turizmo sodybose. Prie aktyvaus poilsio kaimo turizmo sodybose vystymo planuoja prisidėti savivaldybės, kurių plėtros planuose yra akcentuojama kaimo ir sporto paslaugų paketo išplėtimas.

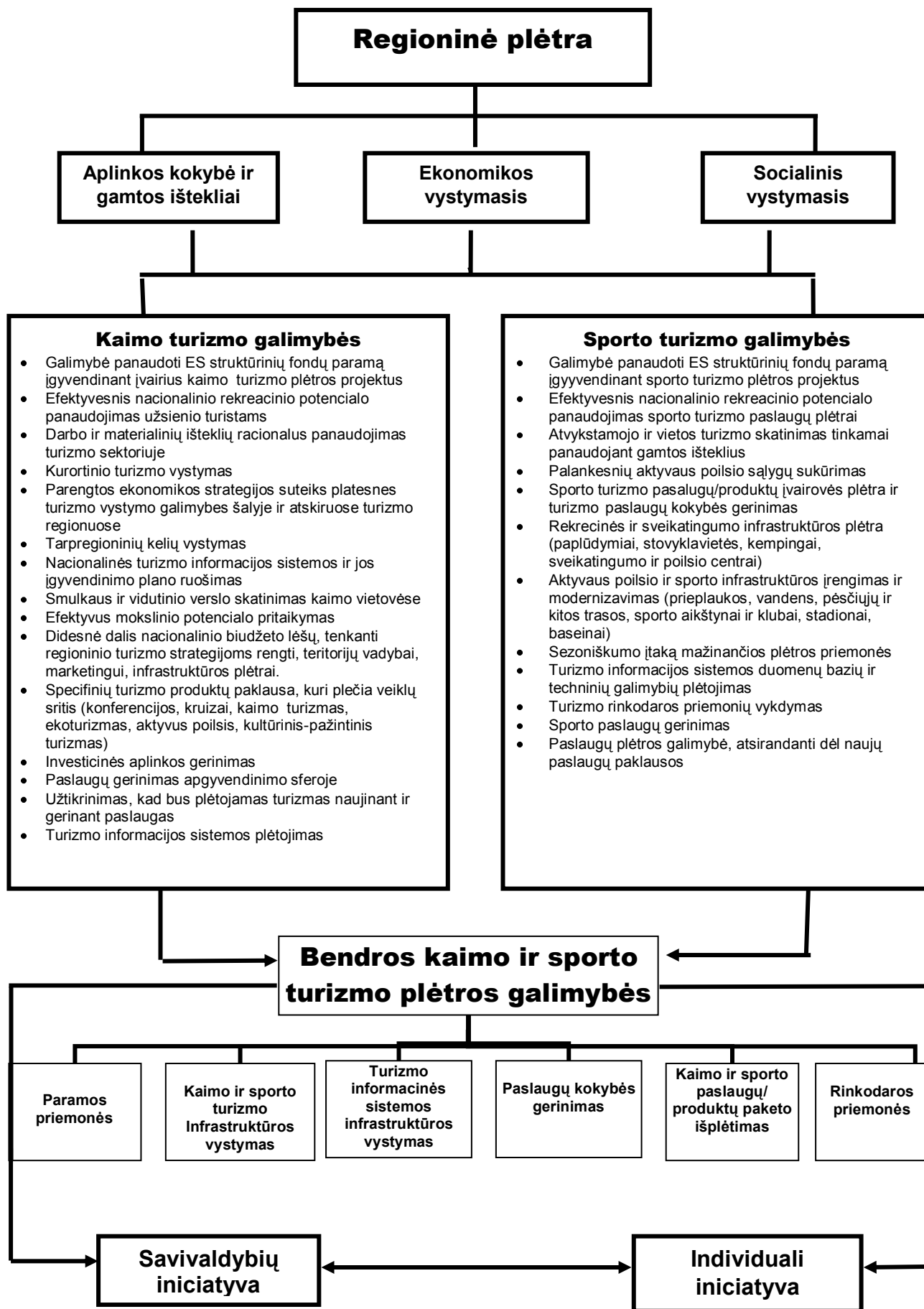
Gana aktyviai kaimo turizmo sodybų šeimininkai prisideda prie kaimo infrastruktūros gerinimo. Tai daroma įvairiais būdais – yra tiesiami keliukai iki sodybų, statomi ženklai, nuorodos bei sutvarkoma šalia sodybos esanti aplinka, statomos žaidimų aikštelės. Savivaldybių plėtros planuose taip pat yra akcentuojama kaimo ir sporto turizmo infrastruktūros plėtra. Šios individualios (oranžinė spalva) ir privačios iniciatyvos (geltona spalva) susistemintos priemonės yra pavaizduotos 4 priede.

Tyrimo rezultatai rodo, kad respondentams pakanka informacijos apie kaimo turizmo sodybas. Informacijos apie poilsį kaime respondentai dažniausiai ieško internete bei klausia pažįstamų nuomonės. Šie rezultatai sutampa su kaimo turizmo sodybų šeimininkų pateiktais duomenimis. Dažniausiai kaimo turizmo sodybos yra reklamuojamos internete bei patikimiausią reklamos šaltinį respondentai laiko informacijos perdavimą „iš lūpų į lūpas“.

Tyrimo **T3** rezultatai leido įvertinti kaimo turizmo sodybų savininkų pasiruošimą valdyti verslą. Nors dauguma respondentų turi aukštąjį ir aukštesnįjį išsilavinimą ir teigia, kad užtenka vadybinių žinių, juos domintų galimybė nemokamai pasitobulinti verslo vadybos, turizmo paslaugų teikimo kursuose, mokymuose. Atliktas Žemaitijos regiono savivaldybių plėtros planų tyrimas rodo, kad kaimo turizmo paslaugų teikėjai turi galimybę tai padaryti savivaldybėse organizuojamuose nemokamuose seminaruose apie verslo vadybą, turizmo paslaugų teikimą

Didžioji dalis kaimo turizmo sodybų šeimininkų artimiausiu metu neplanuoja plėsti verslo, pagrindinė priežastis – lėšų trūkumas. Tik labai maža dalis kaimo turizmo sodybų pasinaudojo Europos Sąjungos parama kaimo turizmo vystyti. To priežastis gali būti biurokratiniai sunkumai ir gebėjimų pasinaudoti parama stoka. Šiai problemai išspręsti gali padėti savivaldybių rengiami seminarai bei gebėjimų didinimas gauti Europos Sąjungos paramą.

Remiantis kaimo ir sporto turizmo vystymo galimybių Žemaitijos regione tyrimais buvo patikslintas 2 skyriuje (8 pav.) sukurtas modelis (35 pav.)



35 pav. Siūlomas kaimo ir sporto turizmo plėtros galimybių modelis

Atlikus tyrimus paaiškėjo, kad efektyvus natūralių išteklių panaudojimas gali būti išskirtas į kaimo ir sporto turizmo infrastruktūros vystymo priemones kaimo ir sporto paslaugų/produktų paketo išplėtimui skirtas priemones. Turizmo informacijos sistemos plėtojimas buvo kategorizuotas, šioje dalyje išskiriamos tik tos priemonės, kurios gerina informacijos infrastruktūrą (pvz. nuorodos, ženklai, rezervavimo sistemų kūrimas). Kitos priemonės, susijusios su kaimo ir sporto turizmo informacija bei reklama priskiriamos rinkodaros priemonių kategorijai. Taip pat modelyje vyriausybinių iniciatyvą pakeitė savivaldybių iniciatyva, nes rajono kaimo ir sporto turizmo vystymo galimybės priklauso būtent nuo šios institucijos.

IŠVADOS

1. Apibendrinus įvairių autorių nuomonę, galime teigti, kad kaimo turizmas – tai turizmo sektorius, apimantis įvairias turizmo rūšis, kurios yra glaudžiai susietos su kaimo aplinka, įskaitant ir techninę bei socialinę infrastruktūrą, bei skirtos patenkinti keliautojų laisvalaikio bei poilsio poreikius. Sporto turizmas – tai kelionės, kurių metu yra išvykstama kuriam laikui iš savo nuolatinės gyvenamosios vietos su tikslu dalyvauti sportinėje veikloje, stebėti sportinius renginius ar tik atsitiktinai užsiimti sportu savo kelionės metu, tokiu kaip teniso žaidimas paplūdimyje savo malonumui.
2. Kaimo ir sporto turizmo sąveikai tarpusavyje daugiausiai įtakos turi tai, kad kaimo vietovių užimtumas yra labai mažas ir apima natūralias lokalias vietas (kalnai, atviros erdvės, vandens šaltiniai), kurias galima išnaudoti sportinėms pramogoms. Antra priežastis yra ta, kad dauguma poilsio veiklų reikalauja natūralių sąlygų (tokių kaip kalnai, vėjas, vandens telkiniai), todėl kaimas tampa patrauklia vietoje pakartotiniam lankymuisi užsiimti sportine veikla.
3. Išsiaiškinus kaimo ir sporto turizmo teorinius aspektus, kaimo ir sporto sąsajas bei plėtros galimybes, taip pat regioninės plėtros teorinius aspektus pateikiamas kaimo ir sporto turizmo vystymo galimybių modelis, kuriame išryškėja regioninės plėtros principai, yra parodomos bendros kaimo ir sporto turizmo plėtros galimybės bei šių galimybių įgyvendinimo priklausomybė nuo vyriausybės ir individualios iniciatyvos.
4. Atliekant empirinius tyrimus buvo naudojami kokybiniai tyrimo metodai – konkrečių atvejų analizė, bei kiekybinis tyrimo metodas — anketinė apklausa ir kiekybinė duomenų analizė (duomenys buvo apdorojami naudojantis Microsoft Office Excel programa), kurie padėjo išsiaiškinti potencialių kaimo ir sporto turizmo vartotojų poreikius, kaimo ir sporto paslaugų pasiūlą bei galimybes vystyti kaimo ir sporto turizmą Žemaitijos regione.
5. Atlikus empirinius tyrimus paaiškėjo, kad didžiausią įtaką kaimo ir sporto turizmo vystymui Žemaitijos regione turi savivaldybės. Šios institucijos labiausiai prisideda prie kaimo ir sporto turizmo infrastruktūros gerinimo, paslaugų paketo išplėtimo, informacinės sistemos infrastruktūros vystymo, marketingo priemonių bei paslaugų kokybės gerinimo. Nors savivaldybės neturi galimybės materialiai remti privataus verslo, tai jos daro organizuodamos įvairius mokymus bei seminarus, kurie padėtų efektyviai pasinaudoti Europos Sąjungos parama.
6. Remiantis atliktais empiriniais tyrimais paaiškėjo, kad didžiausios galimybės vystyti kaimo ir sporto turizmą yra plečiant aktyvių pramogų paslaugų paketą. Taip pat viena iš prioritetinių plėtros sričių būtų senovinių amatų centrų įkūrimas bei kitos su senomis Žemaitijos tradicijomis susijusios priemonės.

JUŠKAITĖ, Neringa. (2011) Development possibilities for rural and sports tourism in Samogitia region. MBA Graduation paper. Kaunas: Faculty of Humanities, Vilnius University. 92 p.

SUMMARY

Recently in active economic and social processes of globalization, tourism is becoming one of the leading industries in many countries. Currently in Lithuania the most rapidly developing branch of tourism - rural tourism, which is an important part of regional economy. This is due to the fact that Lithuania has good regional, economic, demographic, infrastructural and natural conditions to develop rural tourism. Together with the increasing popularity of rural tourism, sports tourism sector is developing, as these two branches are closely linked and complement one another since the vast majority of rural tourism include sports activities as the main attractions for tourists. Samogitia region has a great potential to develop rural tourism business as it has a spectacular landscape of lakes and opportunities associated with this potential for sports tourism. Therefore, the analysis of the rural and sports tourism development possibilities, existing services, and entertainment complex are presented in the paper.

Rural and sports tourism is the **object in this master's final paper**.

The tasks of master's final paper:

1. To study and describe theoretic aspects of traditional rural and sports tourism.
2. To explore the theoretic aspects of regional development system.
3. After evaluation of examined scientific literature, already made researches about rural and sports tourism, to make a structure of development possibilities for rural and sports tourism model.
4. After evaluation of rural and sports tourism model to form the empirical research scripts in order to research the development possibilities of rural and sports tourism in Samogitia region.
5. After analysis of made research, to make the improvements for the theoretic model of development possibilities of rural and sports tourism.

There were used qualitative research forms – case studies, and quantitative research form - questionnaire surveys, which results helped to research the development possibilities of rural and sports tourism development in Samogitia region.

The scope of this work is 92 pages, including 11 tables and 35 pictures.

LITERATŪROS SARAŠAS

Mokslinės literatūros sąrašas:

1. AČAITĖ V. (2005), *Lietuvos regioninės politikos aspektai ES kontekste*, Šiaulių universitetas, [interaktyvus], [žiūrėta 2010 m. birželis 13 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.smf.su.lt/documents/konferencijos/Galvanauskas%202005/2005%20m.%20leidinys/Acaite.pdf>
2. ASTRAUSKAS A. (2004) *Regioninės politikos aspektai Europos kontekste*. [interaktyvus], [žiūrėta 2011 m. balandžio 16 d.]. Prieiga per internetą: http://www.vrm.lt/index.php?id=131&type=98&backPID=129&begin_at=2010&tt_news=336
3. ASTROMSKIENĖ A., SIRUSIENĖ R., (2007), *Kaimo turizmas*, LRŽŪM, p. 148, ISBN 9955 – 638 -74 -5.
4. ASTROMSKIENĖ, A., 2009, *Lietuvos kaimo turizmo verslo pokyčiai ir jų priežastys*, LŽŪU, p. 2-3, ISSN 1822-6760
5. BAGDZEVIČIENĖ R. (2000), *Regioninės politikos vykdymo prielaidos*. Lietuvos regioninių tyrimų institutas. [interaktyvus], [žiūrėta 2010 m. birželis 13 d.]. Prieiga per internetą: http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:ZhI9yV6QXmoJ:www.lrti.lt/veikla/bag_region.doc+bagdzevi%C4%8Dien%C4%97+region%C5%B3+politika&cd=1&hl=lt&ct=clnk&gl=lt&client=firefox-a
6. BIVAINIS E., TAMOŠIŪNAS T., (2007) pagal VAITIEKŪNĄ (2001), *Darnus regionų vystymasis. Teorinis diskursas*. Ekonomika ir vadyba: aktualijos ir perspektyvos. 2007.1 (8). 31, ISSN 1648-9098.
7. CHAMBERS R., (1994), ROBERTS & HALL (2001). citata pagal COSTA C. A., CHALIP L., (2008), *Adventure sport tourism in rural revitalization*, p. 134, [interaktyvus], [žiūrėta 2010 m. sausio 20 d.] Prieiga per internetą: <http://www.informaworld.com/smpp/content~content=a723790209&db=all>
8. COSTA C. A., CHALIP L., (2008), *Adventure sport tourism in rural revitalization*, [interaktyvus], [žiūrėta 2010 m. sausio 20 d.] Prieiga per internetą: <http://www.informaworld.com/smpp/content~content=a723790209&db=all>
9. ČIEGIS R., GAVENAUSKAS A. *Darnus vystymasis – poveikis gyvenimo kokybei*. VUKHF, LŽŪU. Psl. 1. [interaktyvus], [žiūrėta 2010 m. birželis 15 d.]. Prieiga per internetą: http://www.elibrary.lt/resursai/Konferencijos/VLVK_051028/4%20sekcija/IV01_Ciegis.pdf
10. FISHWICK&VINING (1992); BRICKER&KERSTETTER (2000), citata pagal COSTA C. A., CHALIP L., (2008), *Adventure sport tourism in rural revitalization*, p. 134, [interaktyvus], [žiūrėta 2010 m. sausio 20 d.] Prieiga per internetą: <http://www.informaworld.com/smpp/content~content=a723790209&db=all>
11. GAMMON ir GIBSON (1997) pagal, *A Question of Primary and Secondary Motives:Revisiting and Applying the Sport Tourism Framework*. Journal of Sport Tourism, Volume 9, Number 3 (2004), [interaktyvus], [žiūrėta 2010 m. balandžio 3 d.]. Prieiga per internetą: www.professioneelsportmanagement.nl/userimg/pdf/Sport_Tourism
12. GRECEVIČIUS P., ARMAITIENĖ A., JUNEVIČIENĖ O ir kt., (2002) *Turizmas*, Klaipėdos universitetas ir Kauno kolegija, p. 82-95, ISBN 9955-9366-3-0
13. HINCH T., HIGHAM J., (2004), *Sport tourism development*, Britain, Cromwell Press, p. 16 ISBN 1-873150-63-6
14. HUDSON, Simon. (2003) *Sport and adventure tourism*. The Haworth Hospitality Press, p. 21. ISBN 0-7890-1275-8
15. INDUSTRY SCIENCE RESOURCES, 2002, *Sport and tourism division* p. 12 [interaktyvus], [žiūrėta 2010 m. sausis 19 d.]. Prieiga per internetą: <http://fulltext.ausport.gov.au/fulltext/2000/feddep/SportTourismStrategy.pdf>

16. JAVTOKIENĖ A., (2006) *Šiaulių regiono kaimo turizmo plėtros galimybės*. Magistro baigiamasis darbas. Lietuvos kūno kultūros akademija
17. KAPUTINSKIENĖ N. (2009). *Keliautojų sportas*, Vilnius: Vilniaus pedagoginis universitetas, p. 10, ISBN 978-9955-20-419-0
18. LANE (1994) pagal ROBERTS L. ir HALL D. (2001) *Rural tourism and recreation; principles to practice*, CAB International, Wallingford, p. 2. ISBN 0 85199 540 3
19. Lietuvos kaimo turizmo plėtros 2007-2013 metų programa (2007). [interaktyvus], [žiūrėta 2011 m. gegužės 3 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.nma.lt/index.php?1720944800>
20. *Lietuvos regioninė politika*, [interaktyvus], [žiūrėta 2010 m. birželio 13 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.vrm.lt/nrp/index.php>
21. MASLOW, A.H. (1970). *Personality and motivation*. New York: Harper and Row. p. 154. ISBN 0 0604 1987 3
22. McINTOSH, R. W.; GOELDNER, C. R. (1986). *Tourism Principles, Practices, Philosophies* (5th edition). Columbus, OH: Grid Publishing.
23. NOVELLI, Marina. (2005) *Niche tourism contemporary: issues, trends and cases*. Elsevier. p. 158-159. ISBN 075066133X
24. PAGE J., GETZ D. (1997) *The business of Rural Tourism: International Perspectives*, International Thomson Business Press, p. 192., ISBN 0-415-13511-7
25. RAMANAUSKIENĖ J., GARGASAS A., RAMANAUSKAS J., (2006), *Marketing solutions in rural tourism development in Lithuania*. Ekonomika 2006 74, ISSN 1392 – 1258. Psl. 46-47. [interaktyvus], [žiūrėta 2010 m. birželio 14 d.]. Prieiga per internetą: http://www.leidykla.eu/fileadmin/Ekonomika/74/Jadvyga_Ramanauskiene.pdf
26. SIMANAVIČIENĖ Ž., KILIJONIENĖ A. (2005) pagal TODARO M. P. (1997), *The Evaluation of Implementation of Regional Policy*. Engineering economics. The economic conditions of enterprise functioning. ISSN 1392-2785. Psl. 38. [interaktyvus], [žiūrėta 2010 m. birželio 13 d.]. Prieiga per internetą: <http://internet.ktu.lt/lt/mokslas/zurnalai/inzeko/44/1392-2758-2005-4-44-37.pdf>
27. SIRUSIENĖ R., (2008), *Savita sodyba ir jos aplinka – pageidaujama prekė*, [interaktyvus], [žiūrėta 2010 m. sausis 20 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.zur.lt/index.php?-1573365189>
28. SIRUSIENĖ R., (2009), *Siūlymai specialioms sodyboms*, LKTA Tarybos posdis, [interaktyvus], [žiūrėta 2010 m. sausis 20 d.], Prieiga per internetą: <http://www.atostogoskaime.lt/articles/view/526/>
29. STANDEVEN J., KNOP P. (1999). *Sport tourism*. Human Kinetics, p.13, ISBN 0-87322-853-7
30. VAINIENĖ I. ir kt (2001). *Kaimo turizmo organizavimas*. Vilnius: Eugrimas, 2001. p. 411. ISBN 9986-752-99-X
31. VIDICKIENĖ D., MELNIKIENĖ R., (2007), Rinkotyra. Žemės ūkio produktai. Nr. 3 (37), ISSN 1392-6101. [interaktyvus], [žiūrėta 2010 m. sausis 20 d.]. Prieiga per internetą: http://vddb.library.lt/fedora/get/LT-eLABa-0001:J.04~2007~ISSN_1392-6101.N_3_37.PG_110-116/DS.002.0.01.ARTIC
32. WEED M., (2008), *Sport&Tourism*, Routledge, p. 138, ISBN 0-203-93768-6.
33. WEED, Mike; BULL, Chris. (2004). *Sport tourism*. Elsevier Butterworth-Heinemann p. 42. ISBN 0 7506 5276 4
34. ŽALIENĖ I., ŽALYS, L. (2002). *Kaimo turizmo plėtros prielaidos Dzūkijos regione*. Tiltai, Nr. 1. p. 37 – 45.
35. ŽALYS L., ŽALIENĖ I., IŠDONAITĖ I. (2006). *Lietuvos kaimo turizmo charakteristika ir plėtros politika*, Ekonomika ir vadyba: aktualijos ir perspektyvos, 2006. 2 (7), p.180-189. [interaktyvus], [žiūrėta 2010 m. sausio 20 d.], ISSN 1648-9098. Prieiga per internetą: http://www.smf.su.lt/documents/konferencijos/Galvanauskas/2006/Leidiny%20%287%29/Zalys_Zaliene_Izdonaite.pdf
36. ŽILINSKAS V., MAKSIMENKO M., *Kaimo turizmo darnios plėtros perspektyvos*, p. 220

Informacijos šaltinių sąrašas:

37. Akmenės rajono savivaldybės 2010-2015 m. strateginis plėtros planas (2009), [interaktyvus], [žiūrėta 2011 m. gegužės 3 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.akmene.lt/get.php?f.8453>
38. AMBROZAITIENĖ D. (2011) *Kaimo turizmas 2010 m.* Pranešimas spaudai. Statistikos departamentas. [interaktyvus], [žiūrėta 2011 m. gegužės 7 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.stat.gov.lt/lt/news/view/?id=9218>
39. Apie LKTA, [interaktyvus], [žiūrėta 2011 m. gegužės 1 d.]. Prieiga per internetą: http://www.atostogoskaime.lt/pages/view/18/apie_lkta
40. Jurbarko rajono 2011 – 2015 metų strateginis plėtros planas (2010), [interaktyvus], [žiūrėta 2011 m. gegužės 3 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.jurbarkas.lt/index.php?-212283491>
41. Kaimo turizmo sąvokos, [interaktyvus], [žiūrėta 2010 m. sausis 20 d.], Prieiga per internetą <http://www.atostogoskaime.lt/userfiles/file/savokos.pdf>
42. Klaipėdos rajono savivaldybės teritorijos bendrasis planas, (2011). [interaktyvus], [žiūrėta 2011 m. gegužės 5 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.klaipedos-r.lt/?lt=1252479830>
43. Kretingos rajono savivaldybės bendrasis plėtros planas, [interaktyvus], [žiūrėta 2011 m. gegužės 3 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.kretinga.lt/?q=node/318>
44. Mažeikių rajono strateginis plėtros planas 2008-2014 metams (2007), [interaktyvus], [žiūrėta 2011 m. gegužės 3 d.]. Prieiga per internetą: http://www.mazeikiai.lt/go.php/lit/MAZEIKIU_RAJONO_2008_2013_M_STRATEGIN/189
45. *Nacionalinė darnaus vystymosi strategija*, (2006). Psl. 4-6. [interaktyvus], [žiūrėta 2010 m. birželis 15 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.am.lt/VI/files/0.063911001049192382.pdf>
46. *Nacionalinė turizmo plėtros 2007-2010 m. programa*, (2006), Vilnius, [interaktyvus], [žiūrėta 2010 m. sausio 20 d.]. Prieiga per internetą: http://www.tourism.lt/lt/dokumentai/ntpp/NTPP%20studija%20ir%20tyrimas.htm#_Toc163534664
47. Nacionalinė turizmo plėtros 2010 – 2013 metų programa, (2010), [interaktyvus], [žiūrėta 2010 m. gegužės 1 d.]. Prieiga per internetą: http://www3.lrs.lt/pls/inter3/dokpaieska.showdoc_l?p_id=378544&p_query=&p_tr2
48. Palangos miesto strateginis plėtros planas, (2010). [interaktyvus], [žiūrėta 2011 m. gegužės 2 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.palanga.lt>
49. Plungės strateginis plėtros planas, (2011), [interaktyvus], [žiūrėta 2011 m. gegužės 3 d.]. Prieiga per internetą: http://www.plunge.lt/EasyAdmin/sys/files/Strateginis_pletros_planas_2010_2017.pdf
50. Raseinių rajono savivaldybės plėtros iki 2020 m. strateginis planas (2008), [interaktyvus], [žiūrėta 2010 m. gegužės 3 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.raseiniai.lt/index.php?3542622430>
51. *Regioninės plėtros įstatymas* (2000). [interaktyvus], [žiūrėta 2010 m. birželio 13 d.]. Prieiga per internetą: http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:v_mYc8IIMJ:www3.lrs.lt/docs2/LLOTNOIX.DOC+regionin%C4%97s+pl%C4%97tros+%C4%AFstatymas+regionas&cd=3&hl=lt&ct=clnk&gl=lt&client=firefox-a
52. Rietavo savivaldybės bendrasis teritorijos planas, (2007), [interaktyvus], [žiūrėta 2011 m. gegužės 3 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.rietavas.lt/index.php?113113998>
53. Skuodo rajono strateginis plėtros planas iki 2013 metų (2008), [interaktyvus], [žiūrėta 2011 m. gegužės 3 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.skuodas.lt/index.php?par=25&g=100&iras=67>
54. Statistikos departamentas, (2009), *2008 m. kaimo turizmo sodybose išsėjosi 9,6 procento daugiau poilsiautojų*, [interaktyvus], [žiūrėta 2010 m. sausis 20 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.stat.gov.lt/lt/news/view/?id=6869>

55. Šiaulių rajono savivaldybės strateginis plėtros planas 2011-2017 m., (2011). [interaktyvus], [žiūrėta 2011 m. gegužės 5 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.siauliai-r.sav.lt/index.php?486893431>
56. Šilalės rajono savivaldybės teritorijos bendrasis planas iki 2016 m., [interaktyvus], [žiūrėta 2011 m. gegužės 3 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.silale.lt/index.php?1111679129>
57. Šilutės rajono strateginis plėtros planas 2005-2014 metams (2004), [interaktyvus], [žiūrėta 2011 m. gegužės 3 d.]. Prieiga per internetą: <http://silute.kryptis.lt/main.php?parent=254&module=532&id=828>
58. Tauragės rajono strateginis plėtros planas (2011), [interaktyvus], [žiūrėta 2011 m. gegužės 3 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.taurage.lt/index.php?-947140453>
59. Tauragės turizmo informacijos centras, [interaktyvus], [žiūrėta 2011 m. gegužės 1 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.taurage.lt/index.php?1376206461>
60. Telšių turizmo informacijos centras, [interaktyvus], [žiūrėta 2011 m. gegužės 1 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.telsiaitic.lt/1408/kaimo-turizmo-sodybos.html>
61. Žemaitijos geografija, [interaktyvus], [žiūrėta 2011 m. gegužės 7 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.zemaitijosgidas.lt/index.php?cid=66>
62. Žemės ūkio ministerija, *Kaimo turizmas- viena populiariausių alternatyvių veiklų kaime*, [interaktyvus], [žiūrėta 2010 m. sausis 20 d.], Prieiga per internetą: <http://www.zum.lt/documents/BZUP/68%20kaimo%20turizmas.pdf>

ANKETINĖS APKLAUSOS KLAUSIMYNAS ŽEMAITIJOS REGIONO GYVENTOJAMS

Esu Vilniaus Universiteto KHF II magistro kurso marketingo ir prekybos vadybos mokslų studentė. Rašau baigiamąjį magistro darbą, kuriame nagrinėju kaimo ir sporto turizmo vystymo galimybes. Prašau Jūsų užpildyti šią anketą, kurios pagrindinis tikslas yra išsiaiškinti potencialių kaimo bei sporto turizmo paslaugų vartotojų poreikius.

Apklausa yra anoniminė ir konfidenciali. Gauti rezultatai bus panaudoti tik mokslo tikslams. Dėkoju už atsakymus.

1. Jūsų lytis?

- Vyras
- Moteris

2. Jūsų amžius?

- a) iki 20 m.
- b) 21 - 30 m
- c) 31 - 40 m.
- d) 41 - 50 m.
- e) Daugiau nei 50 m.

3. Jūsų mėnesinės pajamos sudaro:

- a) iki 800 Lt
- b) 801 Lt - 1000 Lt
- c) 1001 Lt – 1500 Lt
- d) 1501 – 2000 Lt
- e) 2001 Lt ir daugiau

4. Ar Jums patinka keliauti?

- a) Taip
- b) Ne

5. Ar esate naudojęsi kaimo turizmo sodybų paslaugomis?

- a) taip, vieną kartą
- b) kelis kartus
- c) dažnai naudojuosi
- d) niekada

6. Su kuo norėtumėte poilsiauti kaimo turizmo sodyboje?

- a) su šeima
- b) su draugais
- c) vienas
- d) su darbo kolektyvu
- e) kita

7. Kokios trukmės atostogas rinktumėtės kaimo turizmo sodyboje?
- a) 1-3 dienas
 - b) 4-7 dienas
 - c) 7-14 dienų
 - d) daugiau nei 14 dienų
8. Koku metų laiku norėtumėte atostogauti kaimo turizmo sodyboje?
- a) pavasarį
 - b) vasarą
 - c) rudenį
 - d) žiemą
9. Kas jus paskatintų rinktis poilsį kaimo turizmo sodyboje?
- a) noras pabūti gamtoje
 - b) kaimo turizmo sodyboje teikiamos paslaugos
 - c) galimybė užsiimti sportu
 - d) sportiniai renginiai
 - e) unikali kaimo aplinka
 - f) kita
10. Kaip manote, ar trūksta sportinės veiklos kaimo turizmo sodybose?
- a) Taip
 - b) Ne
11. Kokios paslaugos Jums patiktų ilsintis kaimo turizmo sodybose?
- a) kelionės pėsčiomis
 - b) jodinėjimas
 - c) motorizuotos kelionės (automobiliu, keturračiu ir pan.)
 - d) slidinėjimas
 - e) žvejyba
 - f) medžioklė
 - g) amatų kursai
 - h) plaukiojimas kanojomis, baidarėmis ar sraunia upe
 - i) fizinės būklės gerinimo treniruotės
 - j) orientacinis sportas
 - k) tenisas
 - l) golfas
 - m) istorinių ir kultūrinių objektų lankymas
 - n) baseinas
 - o) pirtis
 - p) grybavimas
 - q) uogavimas
 - r) kita
12. Kaip manote, kokių paslaugų trūksta kaimo turizmo sodybose?
- a) konferencijų salių
 - b) organizuojamų ekskursijų
 - c) profesionalių sporto trenerių
 - d) sporto renginių kaimo vietovėse
 - e) žemdirbystės parodų
 - f) vaikų žaidimų aikštelių
 - g) kita

1 PRIEDAS (TĘSINYS)

13. Kokio tipo sodyba geriausiai tenkintų Jūsų poreikius poilsiaujant kaime?
- a) moderni (su daug patogumų)
 - b) minimalaus komforto
 - c) be komforto elementų
 - d) kita
14. Ar pakanka informacijos apie kaimo turizmo sodybas ir jose teikiamas paslaugas?
- a) Taip
 - b) Ne
15. Dažniausiai informacijos apie poilsį kaime ieškote:
- a) specializuotuose kataloguose
 - b) internete
 - c) kelionių agentūrose
 - d) klausiate pažįstamų
 - e) kita
16. Kaip vertintumėte kaimo turizmo sodybų teikiamas paslaugas?
- a) puikiai
 - b) gerai
 - c) patenkinamai
 - d) blogai

2 PRIEDAS

**ANKETINĖS APKLAUSOS KLAUSIMYNAS KAIMO TURIZMO SODYBŲ
SAVININKAMS**

Esu Vilniaus Universiteto KHF II magistro kurso marketingo ir prekybos vadybos mokslų studentė. Rašau baigiamąjį magistro darbą, kuriame nagrinėju kaimo ir sporto turizmo vystymo galimybes. Prašau atsakyti į anketos klausimus, kurios pagrindinis tikslas yra išsiaiškinti kaimo ir sporto turizmo vystymo galimybes Žemaitijos regione.

Apklausa yra anoniminė ir konfidenciali. Gauti rezultatai bus panaudoti tik mokslo tikslams.

Dėkoju už atsakymus.

1. Jūsų lytis?
 - a) Vyras
 - b) Moteris

2. Jūsų amžius?
 - a) 21 - 30 m
 - b) 31 - 40 m.
 - c) 41 - 50 m.
 - d) Daugiau nei 50 m.

3. Jūsų išsilavinimas?
 - a) pagrindinis
 - b) vidurinis
 - c) profesinis
 - d) aukštesnysis
 - e) aukštasis

4. Kokie turistai dažniausiai naudojasi Jūsų teikiamomis paslaugomis?
 - a) lietuviai
 - b) užsieniečiai

5. Kuriuo metų laiku sulaukiate daugiausiai poilsiautojų?
 - a) pavasarį
 - b) vasarą
 - c) rudenį
 - d) žiemą

6. Jūsų teikiamos paslaugomis dažniausiai naudojasi:
 - a) šeimos
 - b) pavieniai asmenys
 - c) turistų grupės
 - d) darbo kolektyvai
 - e) kita

2 PRIEDAS (TĘSINYS)

7. Kokios trukmės atostogas poilsiautojai dažniausiai renkasi Jūsų kaimo turizmo sodyboje?
- 1-3 dienas
 - 4-7 dienas
 - 7-14 dienų
 - daugiau nei 14 dienų
8. Kokias paslaugas Jūs teikiate poilsiautojams?
- kelionės pėsčiomis
 - jodinėjimas
 - motorizuotos kelionės (automobiliu, keturračiu ir pan.)
 - slidinėjimas
 - žvejyba
 - medžioklė
 - amatų kursai
 - plaukiojimas kanojomis, baidarėmis ar sraunia upe
 - fizinės būklės gerinimo treniruotės
 - orientacinis sportas
 - tenisas
 - golfas
 - istorinių ir kultūrinių objektų lankymas
 - muziejai
 - grybavimas
 - uogavimas
 - baseinas
 - pirtis
 - kita
9. Kokiomis priemonėmis reklamuojate savo paslaugas?
- reklama televizijoje
 - reklama spaudoje
 - reklama internete
 - reklama specializuotuose turizmo leidiniuose
 - reklama radijuje
 - dalyvavimas parodose
 - kita
10. Ar vykdate lojalumo programas savo klientams?
- Taip
 - Ne
11. Ar užtenka žinių apie verslo vadybą bei turizmo paslaugų teikimą?
- užtenka
 - neužtenka
12. Ar norėtumėte pasitobulinti specializuotuose kursuose kaimo turizmo sodybų savininkams?
- Taip
 - Ne

2 PRIEDAS (TĚSINYS)

13. Ar stengiatės pritraukti daugiau turistų iš užsienio? Jei taip, kokiais būdais?
a) Taip,.....(įrašyti)
b) Ne
14. Ar planuojate plėsti savo paslaugų asortimentą?
a) Taip
b) Ne
15. Ar prisidedate prie kaimo infrastruktūros gerinimo? Jei taip, kokiais būdais?
a) Taip,(įrašyti)
b) Ne
16. Ar pakanka lėšų išnaudoti visus turimus gamtinius išteklius paslaugų asortimentui plėsti?
a) Taip
b) Ne
17. Ar teko naudotis savivaldybės, Europos fondų parama?
a) taip, vieną kartą
b) taip, daugiau nei vieną kartą
c) ne

3 PRIEDAS

SAVIVALDYBIŲ PLĖTROS PLANŲ ANALIZĖS REZULTATAI

	Paramos priemonės	Kaimo bei sporto turizmo infrastruktūros plėtra	Turizmo informacijos sistemos plėtojimas	Paslaugų/produktų paketo išplėtimas	Kita
Plungės savivaldybė	<ul style="list-style-type: none"> * Seminarų organizavimas apie verslo kūrimą ir naujoves 	<ul style="list-style-type: none"> *Masinio ir profesionalaus sporto infrastruktūros plėtojimas * Kelių tiesimas kaimo vietovėse *Stovyklaviečių tinklo vystymas * Pažintinių takų įrengimas * Infrastruktūros įrengimas miškuose * Vandens turizmo trasų paruošimas * Poilsio, apžvalgų, dviračių aikštelių, prieplaukų įrengimas * Stovyklų modernizavimas * Prieplaukų rekonstrukcija * Dviračių tako įrengimas * Sporto aikštelių kaimo seniūnijose įrengimas/atnaujinimas * Turizmo trasų įrengimas * Apžvalgos bokšto statyba 	<ul style="list-style-type: none"> * Rajone veikiančių kaimo turizmo sodybų elektroninės rezervavimo sistemos įdiegimas * Informacinių, vaizdinių priemonių tinklo įrengimas (rodyklės, žemėlapiai, standai). 	<ul style="list-style-type: none"> * Maitinimo paslaugų, atspindinčių Žemaitijos regiono kultūrinius savitumus steigimas *Tradicinių amatų centro įkūrimas * Turistinio inventoriaus nuomos punkto įrengimas * Sporto ir rekreacijos centro įsteigimas seniūnijoje * Etnografinių sodybų renovavimas ir pritaikymas turizmo paslaugų teikimui 	<ul style="list-style-type: none"> * Užsienio ir šalies žurnalistų rašančių apie rajoną vizitų skatinimas *Platelių miestelio, kaip vandens paslaugų centro įvaizdžio formavimas * Vieningos turizmo rinkodaros strategijos kūrimas * Dalyvavimas tarptautinėse turizmo parodose, mugėse * Kaimo turizmo puslapių internete paruošimas, katalogo su kaimo turizmo sodybomis išleidimas

3PRIEDAS (TĘSINYS)

	Paramos priemonės	Kaimo bei sporto turizmo infrastruktūros plėtra	Turizmo informacijos sistemos plėtojimas	Paslaugų kokybės gerinimas	Paslaugų/produktų paketo išplėtimas	Kita
Šilutės savivaldybė	* Turizmo verslo atstovų dalyvavimo verslo parodose ir misijose rėmimas	* Prieplaukų rekonstrukcija * Parengti specializuotus turistinius maršrutus ir juos įrengti. * Apžvalgos aikštelių statymas * Auto turizmo trasų įrengimas * Dviračių takų, sporto aikštynų, golfo laukų, žirginio sporto trasų, čiuožyklų įrengimas * Sveikuolių maudyklos įrengimas * Purvo trasų įrengimas automašinių varžybų organizavimui	* Rajone vyksiančių kultūros ir sporto renginių planų su preliminariomis jų programomis rengimas ir publikavimas turizmo ir verslo informacijos centro interneto svetainėje * Vietinių vandens kelių navigacinių ženklų įrengimas * Informacinių ženklų sistemos įdiegimas saugomose teritorijose ir gamtiniuose objektuose * Informacinių stendų statymas	* Turizmo darbuotojų profesinių gebėjimų tyrimų atlikimas, diskusijų organizavimas, siekiant pagerinti turizmo sektoriaus paslaugų kokybę.	* Senųjų amatininkų verslo pritaikymas turizmui * Senojo žuvies sandėlio atkūrimas Minijos kaime ir jo pritaikymas turizmo poreikiams (privati iniciatyva).	* Organizuoti ir populiarinti parodomuosius renginius, susijusius su stintų ir kitų žuvų žvejyba. * Reprezentuoti rajono turizmo išteklius lietuvių ir užsienio kalbomis tinklapyje * Organizuoti užsienio žurnalistų, rašančių apie rajoną, vizitus. * Respublikinių renginių, varžybų inicijavimas * „Žvejų turgaus“ renginio organizavimas * Įvairių renginių populiarinimas * Informacinių leidinių leidyba
Akmenės savivaldybė	* Dalyvavimo Lietuvos bei tarptautinėse parodose rėmimas * Seminarų, mokymų organizavimas	* Kelių tiesimas kaimo vietovėse * Aviacijos sporto infrastruktūros vystymas * Automobilių sporto infrastruktūros vystymas * Vandens turizmo trasų formavimas			* Tradicinių amatų centrų organizavimas ir plėtra	

3PRIEDAS (TĘSINYS)

	Paramos priemonės	Kaimo bei sporto turizmo infrastruktūros plėtra	Turizmo informacijos sistemos plėtojimas	Paslaugų/produktų paketo išplėtimas	Kita
Šiaulių rajono savivaldybė	<ul style="list-style-type: none"> * Smulkaus ir vidutinio verslo atstovų konsultavimas verslo plėtros klausimais * Individualių ir smulkaus verslo įmonių savininkų gebėjimų projektų rengimo, valdymo, ES paramos panaudojimo srityse, didinimas 	<ul style="list-style-type: none"> * Turizmo trasų bei jų schemų parengimas * Paviršinio vandens telkinių aplinkos, maudyklų, paplūdimių sutvarkymas ir pritaikymas turizmui ir poilsiui, pažintinių takų įrengimas * Upių pakrančių tvarkymas, pritaikant jas poilsiui 	<ul style="list-style-type: none"> * Informacinių technologijų steigimas turizmo informacinei sklaidai * Informacinių rodyklių ir kelio ženklų, žyminčių dvarų sodybas, archeologines vietas, neveikiančias kapines ir kitus nekilnojamojo kultūros paveldo objektus, įrengimas * Labiausiai lankomose rajono vietose įrengti turizmo informacinius stendus, kelio ženklus, nuorodas bei kitą susijusią turizmo infrastruktūrą 		<ul style="list-style-type: none"> * Dalyvavimas tarptautinėse turizmo ir verslo parodose Lietuvoje ir užsienio šalyse * Periodiškai atnaujinti ir rengti naujus turistams skirtus informacinius leidinius (lankstinukus, bukletus, reklaminius leidinius)
Pagėgių rajono savivaldybė	<ul style="list-style-type: none"> * Konsultacinės paslaugos naujai besikuriančioms įmonėms * Mokymų organizavimas apie ES kokybės standartus 	<ul style="list-style-type: none"> * Upių krantinių rekonstrukcijos * Poilsio ir pasilinksminimo aikščių kaimuose įrengimas * Dviračių, pėsčiųjų takų įrengimas * Sveikatingumo tako įrengimas * Prieplaukų statyba * Rajoninių kelių asfaltavimas 		<ul style="list-style-type: none"> * Sporto švenčių, sąskrydžių organizavimas * Gamtinių išteklių pritaikymas etnoringiniams 	<ul style="list-style-type: none"> * Turizmo paslaugų įvaizdžio formavimas * Informacinių leidinių platinimas ir leidyba
Tauragės savivaldybė	<ul style="list-style-type: none"> * Konsultacijos dėl ES paramos gavimo 	<ul style="list-style-type: none"> * Pėsčiųjų tilto per upę nutiesimas * Vandenviečių rekonstrukcija * Poilsio zonų įrengimas * Parkų, poilsiaviečių, paplūdimių rekonstrukcija * Pėsčiųjų ir dviračių trasos nutiesimas 	<ul style="list-style-type: none"> * Infoterminalų įrengimas * Vandens turizmo trasos ženklinimas 		<ul style="list-style-type: none"> * Dalyvavimas turizmo parodose * Infoturų organizavimas * Specializuotų turizmo leidinių leidyba

3PRIEDAS (TĘSINYS)

	Paramos priemonės	Kaimo bei sporto turizmo infrastruktūros plėtra	Turizmo informacijos sistemos plėtojimas	Paslaugų kokybės gerinimas	Paslaugų/produktų paketo išplėtimas	Kita
Mažeikių savivaldybė	* Seminarų, konferencijų, mokymų organizavimas	* Pažintinių pėsčiųjų ir dviračių takų įrengimas * Vandens turizmo infrastruktūros gerinimas			* Oro turizmo skatinimas (sudominti aplinkinių regionų gyventojus šuoliais parašytu, sklandymo sklandytuvais galimybėmis, pritraukti sportiniu ir pramoginiu skraidymu besidominčius pilotus, organizuoti skraidymo, sklandymo, šuolio parašytu kursus, varžybas, sveiką gyvenimą skatinančias akcijas ir šventes.	* Informacinių ir reklaminių leidinių platinimas ir leidimas
Klaipėdos savivaldybė		* Numatytų dviračių turizmo trasų sistemos ir jų infrastruktūros formavimas * Esamo Pajūrio regioninio parko bei kraštovaizdžio draustinių pažintinio turizmo infrastruktūros kūrimas			* Režantacinių rajoninės svarbos sportinės-pramoginės arba pažintinės-pramoginės rekreacinės infrastruktūros kompleksų (parkų, golfo laukų) kūrimo inicijavimas. * Etnoarchitektūrinių sodybų pritaikymas turizmui	
Kretingos savivaldybė		* Pėsčiųjų ir dviračių takų įrengimas * Vandens turizmo maršrutų formavimas * Autoturizmo infrastruktūros plėtojimas			* Etnografinių tradicijų puoselėjimas ir etnoarchitektūrinių sodybų pritaikymas kaimo turizmui * Sportinių renginių organizavimas upių pakrantėse	* Turizmo maršrutų parengimas, informacinių bukletų apie lankytinus objektus leidyba.
Raseinių savivaldybė		* Vandens trasų įrengimas * Kultūros paveldo objektų pritaikymas turizmo poreikiams * Bėgimo, slidinėjimo trasos įrengimas	* Informaciniai stendai, ženklų statymas	* Seminarai, mokantys verslininkus teikti kokybiškas paslaugas * Gerosios patirties mainų vizitų organizavimas	* Sportinių renginių organizavimas	* Kaimo turizmo internetinės svetainės sukūrimas

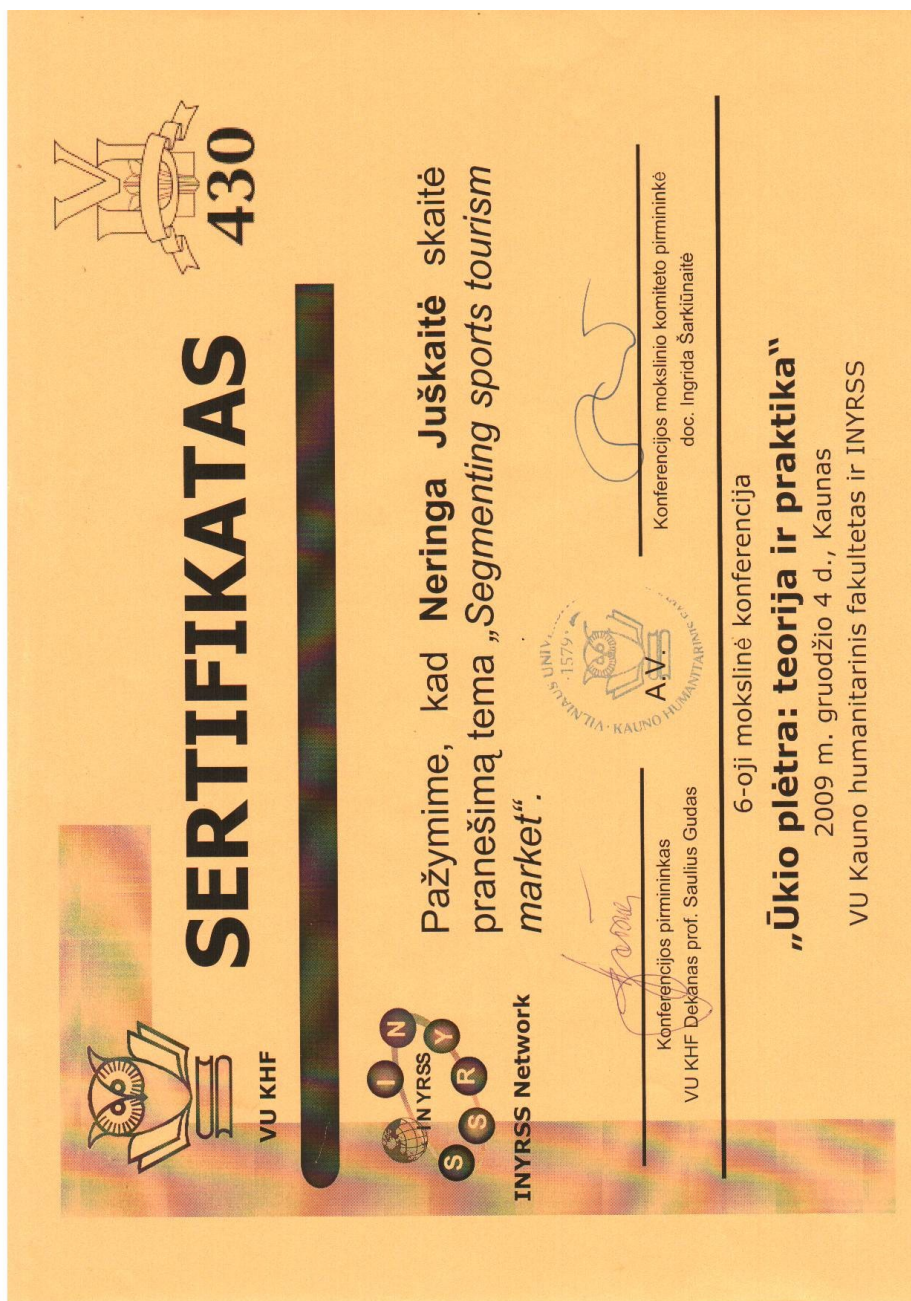
3PRIEDAS (TĘSINYS)

	Paramos priemonės	Kaimo bei sporto turizmo infrastruktūros plėtra	Paslaugų/produktų paketo išplėtimas	Kita
Telšių savivaldybė		* Sporto aikštynų seniūnijoje rekonstrukcija * Muziejų infrastruktūros gerinimas	* Piliakalnių išsaugojimas ir pritaikymas lankymui	
Skuodo savivaldybė		* Kelių infrastruktūros gerinimas		* Informacinių turizmo leidinių leidimas
Palangos miesto savivaldybė	* Skatinami viešos ir privačios partnerystės projektai	* Dviračių turizmo plėtra * Naujų gatvių tiesimas		
Šilalės savivaldybė		* Kelių tiesimas kaimo vietovėse * Dviračių trasų tiesimas * Pažintinių takų tiesimas	* Dviračių nuomos punktų bei taisyklos įrengimas	
Jurbarko savivaldybė	* Turizmo paslaugų teikėjų dalyvavimo verslo parodose ir mugėse rėmimas	* Vandens telkinių būklės gerinimas * Dviračių ir slidžių trasų tiesimas		* Turizmo informacinių leidinių leidyba

4 PRIEDAS KAIMO IR SPORTO TURIZMO VYSTYMO PRIEMONĖS

Paramos priemonės	Kaimo bei sporto turizmo infrastruktūros plėtros priemonės	Turizmo informacijos infrastruktūros plėtros priemonės	Pašalaujų kokybės gerinimo priemonės	Pašalaujų/produktų paketo išplėtimas	Rinkodaros priemonės
Seminarų apie turizmo verslo vadybą bei naujoves organizavimas	Kelių tiesimas kaimo vietovėse	Rajono veikiančių kaimo turizmo sodybų elektroninės rezervavimo sistemos įdiegimas	Turizmo darbuotojų profesinių gebėjimų tyrimų atlikimas, diskusijos, mokymai siekiant pagerinti pašalaujų teikimo kokybę	Maitinimo pašalaujų, atspindinčių Žemaitijos regiono savitumus steigimas	Užsienio ir šalies žurnalistų, rašančių apie rajoną vizitų skatinimas
Turizmo atstovų dalyvavimo verslo, turizmo parodose rėmimas	Stovyklaviečių tinklo vystymas ir modernizavimas	Informacinių, vaizdinių priemonių tinklo įrengimas (rodyklės, žemėlapiai, standai)	Gerosios patirties mainų vizitų organizavimas	Tradicinių amatų centrų kūrimas	Miestelių, kaimų įvaizdžio formavimas
Gebėjimų projektų rengimo, valdymo ir ES paramos panaudojimo didinimas	Pažintinių pėsčiųjų takų įrengimas	Vandens kelių navigacinis ženklavimas		Turistinio inventoriaus nuomos punkto įrengimas	Dalyvavimas tarptautinėse turizmo parodose, mugėse
Viešos ir privačios partnerystės skatinimas	Poilsio, dviračių takų, apžvalgos aikštelių, prieplaukų įrengimas	Ženklu, nuorodų į kaimo turizmo sodybas įrengimas		Sporto ir rekreacijos centro įrengimas seniūnijoje	Parodomųjų renginių susijusių su stintomis ir kitomis žuvimis, organizavimas ir populiarinimas
	Aviacijos sporto infrastruktūros vystymas			Etnografinių sodybų renovavimas ir pritaikymas turizmo pašalaujų teikimui	Respublikinių renginių, varžybų organizavimas
	Apžvalgos bokštų statyba			Sporto švenčių, sąskrydžių organizavimas	Informacinių turizmo leidinių, bukletų, katalogų leidyba
	Bėgimo, slidinėjimo trasų įrengimas			Oro turizmo skatinimas (šviliai parašutu, sklandymo galimybės, kursai, varžybos, šventės)	Infoturų organizavimas
	Sveikatingumo takų įrengimas			Sportinės-pramoginės rekreacinės infrastruktūros kompleksų kūrimas	Kaimo turizmo puslapių keliomis kalbomis internete paruošimas
	Sveikuolių maudyklos įrengimas			Sportinių renginių organizavimas upių pakrantėse	Turizmo pašalaujų įvaizdžio formavimas
	Golfo laukų, žirginio sporto trasų, čiuožyklų įrengimas			Dviračių nuomos punkto bei taisyklos įrengimas	
	Sporto aikštelių kaimo seniūnijose įrengimas				
	Vandens turizmo trasų paruošimas				
	Purvo trasų įrengimas autoturizmo varžyboms				
	Kaimo aplinkos tvarkymas organizuojant talkas				
	Žaidimų aikštelių įrengimas				
	Upių pakrančių tvarkymas, maudyklų įrengimas				
				Senojo žuvies sandėlio restauracija bei pritaikymas	

6-OSIOS MOKSLINĖS KONFERENCIJOS „ŪKIO PLĖTRA IR PRAKTIKA“
SERTIFIKATAS



6-OSIOS MOKSLINĖS KONFERENCIJOS „ŪKIO PLĖTRA IR PRAKTIKA“
STRAIPSNIŲ SANTRAUKŲ KNYGELĖS MEDŽIAGA

 <p>Vilniaus universitetas LIETUVA www.vu.lt</p>	 <p>Vilniaus universiteto Kauno humanitarinis fakultetas (VU KHf) LIETUVA www.vukhf.lt</p>	 <p>International Network of Young Researchers in Social Sciences, IN YRSS www.inyrss.vukhf.lt</p>
--	---	--

6-oji mokslinė konferencija
ŪKIO PLĖTRA: TEORIJA IR PRAKTIKA

KONFERENCIJOS STRAIPSNIŲ SANTRAUKOS

2009 m. guodžio 4 d.
Kaunas, Lietuva





6^o Mokslinio konferencija
„Didiojo pabrėžimo: teorija ir praktika“
Gruodžio 4-11, 2009, VU Kauno humanitarinis fakultetas,
Kaunas, Lietuva



TURINYS

PLENARINIS STRAIPSNIS

Dainora Grundey
Ekonominės krizės semiotika: simbolinių interpretacijų mokslinių knygų viršėtuose.....10

SEKCIJA A EKONOMIKA

Zydrė Ardaravičiūtė	12
Socialinės atsakomybės standartas SA 8000.....	
Paulius Boveitis	13
Saulės energijos panaudojimo Lietuvoje problemos.....	
Vaidėla Balkavičiūtė, Stasys Giridžiūnas	14
Lisbono strategija: inovacijos, užsienio investicijos ir rinkos plėtra.....	
Vaidotas Paukštė	15
The Effect of FDI to Sustainable Development	
Jurgita Plytnikaitė	16
Subjektyvios gyvenimo kokybės ir socialinės-ekonomines gerovės santykis: teoriniai aspektai.....	
Rotundas Redikienė	17
Profesionalumo pėrenonimų taikymo podariniai šalies ekonomikai recessijos metu.....	
Miglė Sarvutytė, Dalia Streimikienė	18
Darbo jėgos migracija lyčių aspektu: moterų migracija.....	
Indrė Šikšnytė	19
Elektrios energijos rinkos atvėrimo teorinis pagrindimas.....	
Rydis Jankauskas, Remigijus Čiegis	20
Lietuvos pramonės vystymosi poveikis aplinkai.....	
Mingaitė Kalnietė	21
Lietuvos aktyvaus poilsio infrastruktūrų veiklos raida, pamaudojant ES šalių patirtį.....	
Ilona Klaušienė	22
Moterių studijos problemos Lietuvoje.....	
Almantė Klipkaitė, Eduardas Freitakas	23
Buso kredito rinkos ypatybės Baltijos šalyse.....	
Viktorija Konecė, Miglė Sarvutytė	24
ES regioninė politika: Kauno regiono įmonių klastertizacijos galimybės.....	
Jolita Krumplytė	25
Sėkmingos ekonomikos priežastis ir veiksniai tyrimas ekspertinio vertinimo metodu: Lietuvos atvejis.....	
Birutė Kulvelytė	26
Mokėlo ir technologijų įtaka Lietuvos konkurencingumui.....	
Rasa Staudaitytė, Dalia Streimikienė	27
ES prekybos šilumai efekta sukėliančių dujų emisijomis Lietuvoje.....	

SEKCIJA B FINANSAI

Reina Jasūnaitė	29
Production cost price calculation in manufacturing companies.....	
Lina Matusevičienė, Gailitė Gipiienė	30
Reikolavimui balanso sudarymui ir ataskaitos tobulinimo galimybės.....	
Asta Moekavičiūtė	31
Pelno valdymo teoriniai aspektai.....	



Vilniaus universiteto
Kauno humanitarinis fakultetas
Muitinės g. 8, LT-44280
Kaunas, Lietuva





Tel. (+370 37) 42 23 44
Faks. (+370 37) 42 32 22
El. paštas verslas@vukhf.lt
Adresas <http://vukhf.lt>

© Vilniaus universiteto leidykla, 2009

© Kauno humanitarinis fakultetas, Vilniaus universitetas, 2009

ISBN 978-9955-33-507-8

 6 ^o Mokslinė konferencija „Didi plėtra: teorija ir praktika“ Gruodžio 4 d., 2009, VU Kauno humanitarinis fakultetas, Kaunas, Lietuva		 6 ^o Mokslinė konferencija „Didi plėtra: teorija ir praktika“ Gruodžio 4 d., 2009, VU Kauno humanitarinis fakultetas, Kaunas, Lietuva																																																																																																																																																																																																																																																																																															
<table border="0"> <tr><td>Rita Martinkaitė</td><td>.....</td><td>32</td></tr> <tr><td>Turto apibėzimo įtaka turto pripažinimui finansiniėje apskaitoje</td><td>.....</td><td>32</td></tr> <tr><td>Simona Stokskutė</td><td>.....</td><td>33</td></tr> <tr><td>Apokrestiniojo pelno apskaičiavimo ypatumai</td><td>.....</td><td>33</td></tr> <tr><td>Ema Vaišnoraitė, Irma Gudulevičiūtė, Karolis Zaveckas</td><td>.....</td><td>34</td></tr> <tr><td>Teoriniai priekaijų skolų valdymo sprendimai</td><td>.....</td><td>34</td></tr> <tr><td>Giedrė Lazauskienė</td><td>.....</td><td>35</td></tr> <tr><td>Grynosios galimo realizavimo vertės nustatymo problemos</td><td>.....</td><td>35</td></tr> <tr><td>Inga Mockaitė</td><td>.....</td><td>36</td></tr> <tr><td>Foecign direct investments comparative analysis in Baltic state</td><td>.....</td><td>36</td></tr> <tr><td>Paulius Paškevičius, Deimantė Teresienė</td><td>.....</td><td>37</td></tr> <tr><td>Didžiųjų pasaulio akcijų įtaką Baltijos šalių vertybinių popierių rinkos indeksams</td><td>.....</td><td>37</td></tr> <tr><td>Evaldas Račickas</td><td>.....</td><td>38</td></tr> <tr><td>Passalines finansų krizė ir jos poveikis Lietuvos ekonomikai</td><td>.....</td><td>38</td></tr> <tr><td>Mantas Valukonis, Deimantė Teresienė</td><td>.....</td><td>39</td></tr> <tr><td>Portfelio sudaryto ir ETF fondų pelningumo ir rizikos vertinimas</td><td>.....</td><td>39</td></tr> <tr><td>Greta Vetrėkaitė</td><td>.....</td><td>40</td></tr> <tr><td>JAV ir ES apskaitos harmonizacijos įvertinimas</td><td>.....</td><td>40</td></tr> </table>	Rita Martinkaitė	32	Turto apibėzimo įtaka turto pripažinimui finansiniėje apskaitoje	32	Simona Stokskutė	33	Apokrestiniojo pelno apskaičiavimo ypatumai	33	Ema Vaišnoraitė, Irma Gudulevičiūtė, Karolis Zaveckas	34	Teoriniai priekaijų skolų valdymo sprendimai	34	Giedrė Lazauskienė	35	Grynosios galimo realizavimo vertės nustatymo problemos	35	Inga Mockaitė	36	Foecign direct investments comparative analysis in Baltic state	36	Paulius Paškevičius, Deimantė Teresienė	37	Didžiųjų pasaulio akcijų įtaką Baltijos šalių vertybinių popierių rinkos indeksams	37	Evaldas Račickas	38	Passalines finansų krizė ir jos poveikis Lietuvos ekonomikai	38	Mantas Valukonis, Deimantė Teresienė	39	Portfelio sudaryto ir ETF fondų pelningumo ir rizikos vertinimas	39	Greta Vetrėkaitė	40	JAV ir ES apskaitos harmonizacijos įvertinimas	40	<table border="0"> <tr><td colspan="2">SEKCIJA C VADYBA</td></tr> <tr><td>Rasa Karšlienė</td><td>.....</td><td>42</td></tr> <tr><td>Theoretical aspects of authentic leadership</td><td>.....</td><td>42</td></tr> <tr><td>Lina Normantienė, Mantas Normantis</td><td>.....</td><td>43</td></tr> <tr><td>The flexible organization development according to leadership ontopsychology model</td><td>.....</td><td>43</td></tr> <tr><td>Kristina Okaneva</td><td>.....</td><td>44</td></tr> <tr><td>Vadovo kompetencijos ugdymo modelio kūrimas ir taikymas organizacijose</td><td>.....</td><td>44</td></tr> <tr><td>Lina Plytnikaitė</td><td>.....</td><td>45</td></tr> <tr><td>Karjeros valdymo įtaka darbuotojų lojalumui</td><td>.....</td><td>45</td></tr> <tr><td>Vilma Tamulienė, Mindaugas Urbas</td><td>.....</td><td>46</td></tr> <tr><td>Santykių su klientais kūrimo, vystymo ir valdymo optimizavimas programine įranga</td><td>.....</td><td>46</td></tr> <tr><td>Dainora Grundey, Rodica Milena Zaharia, Răzvan Zaharia</td><td>.....</td><td>47</td></tr> <tr><td>Vidiniai ir išoriniai karjeros valdymo veiksniai</td><td>.....</td><td>47</td></tr> <tr><td>Robertas Šickaitis, Lina Zalpytė</td><td>.....</td><td>48</td></tr> <tr><td>The investigation of qualified specialist's secondment possibilities in Lithuania</td><td>.....</td><td>48</td></tr> <tr><td>Robertas Šickaitis, Lina Zalpytė</td><td>.....</td><td>49</td></tr> <tr><td>The comparing analysis of declared personnel policies</td><td>.....</td><td>49</td></tr> <tr><td>Diana Urbonaitė</td><td>.....</td><td>50</td></tr> <tr><td>Jaunimo integracijos ir adaptacijos proceso analizė Kauno turizmo organizacijose</td><td>.....</td><td>50</td></tr> <tr><td>Raimonda Zakaravičiūtė, Dainora Grundey</td><td>.....</td><td>51</td></tr> <tr><td>Specifics of creative workers' motivation: the case of a Lithuanian publisher</td><td>.....</td><td>51</td></tr> </table>	SEKCIJA C VADYBA		Rasa Karšlienė	42	Theoretical aspects of authentic leadership	42	Lina Normantienė, Mantas Normantis	43	The flexible organization development according to leadership ontopsychology model	43	Kristina Okaneva	44	Vadovo kompetencijos ugdymo modelio kūrimas ir taikymas organizacijose	44	Lina Plytnikaitė	45	Karjeros valdymo įtaka darbuotojų lojalumui	45	Vilma Tamulienė, Mindaugas Urbas	46	Santykių su klientais kūrimo, vystymo ir valdymo optimizavimas programine įranga	46	Dainora Grundey, Rodica Milena Zaharia, Răzvan Zaharia	47	Vidiniai ir išoriniai karjeros valdymo veiksniai	47	Robertas Šickaitis, Lina Zalpytė	48	The investigation of qualified specialist's secondment possibilities in Lithuania	48	Robertas Šickaitis, Lina Zalpytė	49	The comparing analysis of declared personnel policies	49	Diana Urbonaitė	50	Jaunimo integracijos ir adaptacijos proceso analizė Kauno turizmo organizacijose	50	Raimonda Zakaravičiūtė, Dainora Grundey	51	Specifics of creative workers' motivation: the case of a Lithuanian publisher	51	<table border="0"> <tr><td colspan="2">SEKCIJA D KOMERCIJA</td></tr> <tr><td>Dovilė Adamonytė</td><td>.....</td><td>53</td></tr> <tr><td>Vartotojų impulsyvūs pirkimo ypatumai</td><td>.....</td><td>53</td></tr> <tr><td>Simona Bakutytė, Dainora Grundey</td><td>.....</td><td>54</td></tr> <tr><td>Value-based marketing: assessing shareholders' value</td><td>.....</td><td>54</td></tr> <tr><td>Vita Butkutė, Dainora Grundey</td><td>.....</td><td>55</td></tr> <tr><td>The influencers of buyers' behaviour and purchasing decisions</td><td>.....</td><td>55</td></tr> </table>	SEKCIJA D KOMERCIJA		Dovilė Adamonytė	53	Vartotojų impulsyvūs pirkimo ypatumai	53	Simona Bakutytė, Dainora Grundey	54	Value-based marketing: assessing shareholders' value	54	Vita Butkutė, Dainora Grundey	55	The influencers of buyers' behaviour and purchasing decisions	55	<table border="0"> <tr><td colspan="2">6^o Mokslinė konferencija</td></tr> <tr><td colspan="2">„Didi plėtra: teorija ir praktika“</td></tr> <tr><td colspan="2">Gruodžio 4 d., 2009, VU Kauno humanitarinis fakultetas,</td></tr> <tr><td colspan="2">Kaunas, Lietuva</td></tr> </table>	6^o Mokslinė konferencija		„Didi plėtra: teorija ir praktika“		Gruodžio 4 d., 2009, VU Kauno humanitarinis fakultetas,		Kaunas, Lietuva		<table border="0"> <tr><td>Kristina Beasviečienė, Dainora Grundey</td><td>.....</td><td>56</td></tr> <tr><td>E-consumers' behaviour: differences with offline consumers</td><td>.....</td><td>56</td></tr> <tr><td>Laura Gajauskaitė, Aurelija Ganusauskaitė</td><td>.....</td><td>57</td></tr> <tr><td>Sensory marketing concept and matter</td><td>.....</td><td>57</td></tr> <tr><td>Milda Jočiūtė, Dainius Zvirzdanskas</td><td>.....</td><td>58</td></tr> <tr><td>Political advertisements and their impact on citizens</td><td>.....</td><td>58</td></tr> <tr><td>Agnė Naurackienė, Dainora Grundey</td><td>.....</td><td>59</td></tr> <tr><td>Importance of branding during economic downturn</td><td>.....</td><td>59</td></tr> <tr><td>Sandra Martiškaitė, Gabrielė Vilutytė, Dainora Grundey</td><td>.....</td><td>61</td></tr> <tr><td>Satisfaction factor in customer loyalty development: aspect of brand „Error! Bookmark not defined.</td><td>.....</td><td>61</td></tr> <tr><td>Pauktė Valdoras</td><td>.....</td><td>62</td></tr> <tr><td>Jolanta Pilyhaitytė, Regina Virvilaitė</td><td>.....</td><td>63</td></tr> <tr><td>Asmenybės prekės ženklų firmavimas</td><td>.....</td><td>63</td></tr> <tr><td>Bernardas Toluba</td><td>.....</td><td>64</td></tr> <tr><td>Valstybės prekės ženklų kūrimo ypatumai</td><td>.....</td><td>64</td></tr> <tr><td>Bernardas Toluba, Indrė Šikšniūtė</td><td>.....</td><td>65</td></tr> <tr><td>Klientų patenkintimo valdymo teorinis pagrindimas</td><td>.....</td><td>65</td></tr> <tr><td>Bernardas Toluba, Indrė Šikšniūtė</td><td>.....</td><td>66</td></tr> <tr><td>Įamiez įvaizdžio formavimo konceptualūs pagrindai</td><td>.....</td><td>66</td></tr> <tr><td>Indrė Zabaliūnaitė, Rita Kuvykaitė</td><td>.....</td><td>67</td></tr> <tr><td>Virsinio marketingo galimybes didinant prekės ženklų vertę</td><td>.....</td><td>67</td></tr> <tr><td>Ilona Bartkevičiūtė, Dainora Grundey</td><td>.....</td><td>68</td></tr> <tr><td>Travel decision-making: information search and processing</td><td>.....</td><td>68</td></tr> <tr><td>Inga Bajoraitė, Dainora Grundey</td><td>.....</td><td>69</td></tr> <tr><td>Organizacijos kaip prekės ženklų įvaizdžio kūrimas</td><td>.....</td><td>69</td></tr> <tr><td>Renata Dubnikovičienė, Dainora Grundey</td><td>.....</td><td>70</td></tr> <tr><td>Prekės ženklų kūrimo internete modelavimas</td><td>.....</td><td>70</td></tr> <tr><td>Nerlaga Juškaitė, Dainora Grundey</td><td>.....</td><td>71</td></tr> <tr><td>Segmenting sports tourism market</td><td>.....</td><td>71</td></tr> <tr><td>Raimonda Laužytė, Dainora Grundey</td><td>.....</td><td>72</td></tr> <tr><td>Zinotinis grįsto marketingo taikymas leidyboje</td><td>.....</td><td>72</td></tr> <tr><td>Aušra Nedzinskienė, Rita Kuvykaitė</td><td>.....</td><td>73</td></tr> <tr><td>Sėkmingo mėsos prekės ženklų kūrimo prielaidos</td><td>.....</td><td>73</td></tr> <tr><td>Neringa Radživienė, Dainora Grundey</td><td>.....</td><td>74</td></tr> <tr><td>Viešųjų ryšių kampanija universitete: traukimo-sūtinimo strategijų įvertinimas</td><td>.....</td><td>74</td></tr> <tr><td>Vilija Surblytė, Dainora Grundey</td><td>.....</td><td>75</td></tr> <tr><td>Sipruso prekės ženklų įvaizdžio kūrimas</td><td>.....</td><td>75</td></tr> <tr><td>Dovilė Alutytė, Marina Basanogova, Daiva Laurinaitytė, Neringa Ramoškaitė</td><td>.....</td><td>76</td></tr> <tr><td>Socialinės atsakomybės nauda Lietuvos įmonėms</td><td>.....</td><td>76</td></tr> <tr><td>Edita Korsakienė, Dainora Grundey</td><td>.....</td><td>77</td></tr> <tr><td>Motyvacinio pereinamųjų vertinimas Lietuvos bankininkystės sektoriuje</td><td>.....</td><td>77</td></tr> <tr><td>Rosita Basevičienė, Kristina Petrukevičiūtė, Regina Virvilaitė, Vilma Tamulienė</td><td>.....</td><td>78</td></tr> <tr><td>Naugos vakcinus idėgimas rinkai – poreikis ar būtinybė</td><td>.....</td><td>78</td></tr> <tr><td>Ieva Svilkaitė, Rita Urbanavičiūtė</td><td>.....</td><td>79</td></tr> <tr><td>Socialinės reklamos niška Lietuvos rinkoje</td><td>.....</td><td>79</td></tr> <tr><td>Indrė Vanagaitė, Dainora Grundey</td><td>.....</td><td>79</td></tr> <tr><td>Genetikai modifikuoti produktai Lietuvos rinkoje</td><td>.....</td><td>79</td></tr> </table>	Kristina Beasviečienė, Dainora Grundey	56	E-consumers' behaviour: differences with offline consumers	56	Laura Gajauskaitė, Aurelija Ganusauskaitė	57	Sensory marketing concept and matter	57	Milda Jočiūtė, Dainius Zvirzdanskas	58	Political advertisements and their impact on citizens	58	Agnė Naurackienė, Dainora Grundey	59	Importance of branding during economic downturn	59	Sandra Martiškaitė, Gabrielė Vilutytė, Dainora Grundey	61	Satisfaction factor in customer loyalty development: aspect of brand „Error! Bookmark not defined.	61	Pauktė Valdoras	62	Jolanta Pilyhaitytė, Regina Virvilaitė	63	Asmenybės prekės ženklų firmavimas	63	Bernardas Toluba	64	Valstybės prekės ženklų kūrimo ypatumai	64	Bernardas Toluba, Indrė Šikšniūtė	65	Klientų patenkintimo valdymo teorinis pagrindimas	65	Bernardas Toluba, Indrė Šikšniūtė	66	Įamiez įvaizdžio formavimo konceptualūs pagrindai	66	Indrė Zabaliūnaitė, Rita Kuvykaitė	67	Virsinio marketingo galimybes didinant prekės ženklų vertę	67	Ilona Bartkevičiūtė, Dainora Grundey	68	Travel decision-making: information search and processing	68	Inga Bajoraitė, Dainora Grundey	69	Organizacijos kaip prekės ženklų įvaizdžio kūrimas	69	Renata Dubnikovičienė, Dainora Grundey	70	Prekės ženklų kūrimo internete modelavimas	70	Nerlaga Juškaitė, Dainora Grundey	71	Segmenting sports tourism market	71	Raimonda Laužytė, Dainora Grundey	72	Zinotinis grįsto marketingo taikymas leidyboje	72	Aušra Nedzinskienė, Rita Kuvykaitė	73	Sėkmingo mėsos prekės ženklų kūrimo prielaidos	73	Neringa Radživienė, Dainora Grundey	74	Viešųjų ryšių kampanija universitete: traukimo-sūtinimo strategijų įvertinimas	74	Vilija Surblytė, Dainora Grundey	75	Sipruso prekės ženklų įvaizdžio kūrimas	75	Dovilė Alutytė, Marina Basanogova, Daiva Laurinaitytė, Neringa Ramoškaitė	76	Socialinės atsakomybės nauda Lietuvos įmonėms	76	Edita Korsakienė, Dainora Grundey	77	Motyvacinio pereinamųjų vertinimas Lietuvos bankininkystės sektoriuje	77	Rosita Basevičienė, Kristina Petrukevičiūtė, Regina Virvilaitė, Vilma Tamulienė	78	Naugos vakcinus idėgimas rinkai – poreikis ar būtinybė	78	Ieva Svilkaitė, Rita Urbanavičiūtė	79	Socialinės reklamos niška Lietuvos rinkoje	79	Indrė Vanagaitė, Dainora Grundey	79	Genetikai modifikuoti produktai Lietuvos rinkoje	79
Rita Martinkaitė	32																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Turto apibėzimo įtaka turto pripažinimui finansiniėje apskaitoje	32																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Simona Stokskutė	33																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Apokrestiniojo pelno apskaičiavimo ypatumai	33																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Ema Vaišnoraitė, Irma Gudulevičiūtė, Karolis Zaveckas	34																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Teoriniai priekaijų skolų valdymo sprendimai	34																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Giedrė Lazauskienė	35																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Grynosios galimo realizavimo vertės nustatymo problemos	35																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Inga Mockaitė	36																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Foecign direct investments comparative analysis in Baltic state	36																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Paulius Paškevičius, Deimantė Teresienė	37																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Didžiųjų pasaulio akcijų įtaką Baltijos šalių vertybinių popierių rinkos indeksams	37																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Evaldas Račickas	38																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Passalines finansų krizė ir jos poveikis Lietuvos ekonomikai	38																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Mantas Valukonis, Deimantė Teresienė	39																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Portfelio sudaryto ir ETF fondų pelningumo ir rizikos vertinimas	39																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Greta Vetrėkaitė	40																																																																																																																																																																																																																																																																																															
JAV ir ES apskaitos harmonizacijos įvertinimas	40																																																																																																																																																																																																																																																																																															
SEKCIJA C VADYBA																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
Rasa Karšlienė	42																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Theoretical aspects of authentic leadership	42																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Lina Normantienė, Mantas Normantis	43																																																																																																																																																																																																																																																																																															
The flexible organization development according to leadership ontopsychology model	43																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Kristina Okaneva	44																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Vadovo kompetencijos ugdymo modelio kūrimas ir taikymas organizacijose	44																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Lina Plytnikaitė	45																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Karjeros valdymo įtaka darbuotojų lojalumui	45																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Vilma Tamulienė, Mindaugas Urbas	46																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Santykių su klientais kūrimo, vystymo ir valdymo optimizavimas programine įranga	46																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Dainora Grundey, Rodica Milena Zaharia, Răzvan Zaharia	47																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Vidiniai ir išoriniai karjeros valdymo veiksniai	47																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Robertas Šickaitis, Lina Zalpytė	48																																																																																																																																																																																																																																																																																															
The investigation of qualified specialist's secondment possibilities in Lithuania	48																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Robertas Šickaitis, Lina Zalpytė	49																																																																																																																																																																																																																																																																																															
The comparing analysis of declared personnel policies	49																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Diana Urbonaitė	50																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Jaunimo integracijos ir adaptacijos proceso analizė Kauno turizmo organizacijose	50																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Raimonda Zakaravičiūtė, Dainora Grundey	51																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Specifics of creative workers' motivation: the case of a Lithuanian publisher	51																																																																																																																																																																																																																																																																																															
SEKCIJA D KOMERCIJA																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
Dovilė Adamonytė	53																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Vartotojų impulsyvūs pirkimo ypatumai	53																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Simona Bakutytė, Dainora Grundey	54																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Value-based marketing: assessing shareholders' value	54																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Vita Butkutė, Dainora Grundey	55																																																																																																																																																																																																																																																																																															
The influencers of buyers' behaviour and purchasing decisions	55																																																																																																																																																																																																																																																																																															
6^o Mokslinė konferencija																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
„Didi plėtra: teorija ir praktika“																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
Gruodžio 4 d., 2009, VU Kauno humanitarinis fakultetas,																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
Kaunas, Lietuva																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
Kristina Beasviečienė, Dainora Grundey	56																																																																																																																																																																																																																																																																																															
E-consumers' behaviour: differences with offline consumers	56																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Laura Gajauskaitė, Aurelija Ganusauskaitė	57																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Sensory marketing concept and matter	57																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Milda Jočiūtė, Dainius Zvirzdanskas	58																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Political advertisements and their impact on citizens	58																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Agnė Naurackienė, Dainora Grundey	59																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Importance of branding during economic downturn	59																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Sandra Martiškaitė, Gabrielė Vilutytė, Dainora Grundey	61																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Satisfaction factor in customer loyalty development: aspect of brand „Error! Bookmark not defined.	61																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Pauktė Valdoras	62																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Jolanta Pilyhaitytė, Regina Virvilaitė	63																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Asmenybės prekės ženklų firmavimas	63																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Bernardas Toluba	64																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Valstybės prekės ženklų kūrimo ypatumai	64																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Bernardas Toluba, Indrė Šikšniūtė	65																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Klientų patenkintimo valdymo teorinis pagrindimas	65																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Bernardas Toluba, Indrė Šikšniūtė	66																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Įamiez įvaizdžio formavimo konceptualūs pagrindai	66																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Indrė Zabaliūnaitė, Rita Kuvykaitė	67																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Virsinio marketingo galimybes didinant prekės ženklų vertę	67																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Ilona Bartkevičiūtė, Dainora Grundey	68																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Travel decision-making: information search and processing	68																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Inga Bajoraitė, Dainora Grundey	69																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Organizacijos kaip prekės ženklų įvaizdžio kūrimas	69																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Renata Dubnikovičienė, Dainora Grundey	70																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Prekės ženklų kūrimo internete modelavimas	70																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Nerlaga Juškaitė, Dainora Grundey	71																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Segmenting sports tourism market	71																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Raimonda Laužytė, Dainora Grundey	72																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Zinotinis grįsto marketingo taikymas leidyboje	72																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Aušra Nedzinskienė, Rita Kuvykaitė	73																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Sėkmingo mėsos prekės ženklų kūrimo prielaidos	73																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Neringa Radživienė, Dainora Grundey	74																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Viešųjų ryšių kampanija universitete: traukimo-sūtinimo strategijų įvertinimas	74																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Vilija Surblytė, Dainora Grundey	75																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Sipruso prekės ženklų įvaizdžio kūrimas	75																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Dovilė Alutytė, Marina Basanogova, Daiva Laurinaitytė, Neringa Ramoškaitė	76																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Socialinės atsakomybės nauda Lietuvos įmonėms	76																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Edita Korsakienė, Dainora Grundey	77																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Motyvacinio pereinamųjų vertinimas Lietuvos bankininkystės sektoriuje	77																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Rosita Basevičienė, Kristina Petrukevičiūtė, Regina Virvilaitė, Vilma Tamulienė	78																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Naugos vakcinus idėgimas rinkai – poreikis ar būtinybė	78																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Ieva Svilkaitė, Rita Urbanavičiūtė	79																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Socialinės reklamos niška Lietuvos rinkoje	79																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Indrė Vanagaitė, Dainora Grundey	79																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Genetikai modifikuoti produktai Lietuvos rinkoje	79																																																																																																																																																																																																																																																																																															

 <p>6^o Mokslinė konferencija „Okio plėtra: teorija ir praktika“ Gruodžio 4 d., 2009, VU Kauno humanitarinis fakultetas, Kaunas, Lietuva</p> 	<p>PRATARMĖ</p> <p>Vilniaus universiteto Kauno humanitarinis fakultetas tešąjį kartą rengia mokslinę konferenciją „OKIO PLĖTRA: TEORIJĄ IR PRAKTIKĄ“, kuri skiria Vilniaus universiteto Kauno humanitarinio fakulteto 45-erių metų jubiliejui paminėti.</p> <p>Konferencijos tikslas yra prisidėti prie patikimos, saugios, efektyvios ir darnios ūkio, ekonomikos bei verslo plėtros Centrinės ir Rytų Europos šalyse.</p> <p>Ivairių gyvenimo sferų intelektualizacija, naujos mokslinės žinios, inovacijų verslas, informatizacija, informacijos išteklių įsisavinimo lygis tampa būtina sąlyga efektyvumo ir konkurencingos ekonomikos gyvavimo pagrindu. Šiuolaikinės visuomenės dinamiški vystymosi procesai ir greitas technologinės bazės atnaujinimas sąlygoja visapusiškus kokybinius visuomenės pasikeitimus. Visa tai keičia žmogaus vaidmenį ir vietą ekonominiuose bei socialiniuose procesuose.</p> <p>Okio plėtros veiksniai tampa ilgalaikiu reikiniu vertu studijų bei mokslinių įvairių ir rekomendacijų įmonių vadovams pasirenkant inovacijų diegimo kelių vystant organizacijas kaip subalansuotas ekosistemas sugebancias adaptuotis ir būnant efektyvomis besikeičiančioje konkurencinėje verslo aplinkoje</p> <p>Konferencija suteiks galimybę atvirai diskutuoti tarp jaunųjų mokslininkų, peraktųjų pranešimų, aptarti naujausias mokslo tendencijas, pasiekimus bei trūkumus, taip pat atnaujinti arba užmegzti naujas asmenines pažintis ir bendradarbiavimą.</p> <p style="text-align: right;"><i>Konferencijos mokslo komiteto vardu</i> <i>doc. Ingrida Šarkšteinaitė</i></p>
 <p>6^o Mokslinė konferencija „Okio plėtra: teorija ir praktika“ Gruodžio 4 d., 2009, VU Kauno humanitarinis fakultetas, Kaunas, Lietuva</p> 	<p>Ieva Vilkevičė, Dainora Grundey Marketingo iššūkiai ekologiniame gyvenime 80</p> <p>Lina Verbauskienė Svetimamo verslo situacijos Lietuvoje analizė 81</p> <p>Lina Verbauskienė Lietuvos turizmo vartotojų elgsena 82</p> <p>Ingrida Daugėlaitė Verslo partnerystės vystymasis vidaus marketingo pagrindu: UAB „Bioprojektas“ pavyzdys 83</p> <p>Monika Lukoškinaitė Strateginio marketingo plėšavimo vertinimas Kauno sveikatingumo centruose 84</p>



6^{oji} Mokslinė konferencija
„Ūkio plėtra: teorija ir praktika“
Gruodžio 4 d., 2009, VU Kauno humanitarinis fakultetas,
Kaunas, Lietuva



SEGMENTING SPORTS TOURISM MARKET

Neringa Juškaitė, MBA student
Vilnius University
Kaunas Faculty of Humanities
Muitinės g. 8, LT-44280
Kaunas, Lithuania

Prof. dr. Dainora Grundey
Kaunas Faculty of Humanities
Vilnius University
Muitinės g. 8, LT-44280 Kaunas, Lithuania
Tel. +370 37 42 23 76
E-mail dainoragrundey@yahoo.co.uk

Keywords: sports tourism, market segmentation, segmentation basis, tourist, traveller.

Travelling to participate and watch sports events dates back to the ancient Olympic Games and the practice of combining tourism with sports existed for over a century. Rapid growth of sport tourism in last decades helped to realize the meaningful potential of this market. It includes families, teams and individuals who are on the move. However, the motives of these sport tourism participants differ: a) for some it is the competition, b) the others seek interaction with like-minded travellers; c) the other part is more excited as spectators.

Therefore, *segmentation, targeting and evaluation* of target customers' needs and requirements, which is **the research object** of this paper, become very important. Tourists who engage in sports at a destination do so with varying degrees of commitment, competitiveness and active or passive engagement. For this reason sport tourism market can be segmented on these sources into small markets or "demand groups".

This article outlines the different authors' approaches to the segmentation of the sport tourism market and its main categories. Even though the paper obtains a theoretical character, the input into levels and criteria basis for segmenting procedure, the outcome will be applied to practical environment, when identifying sports tourism market segments in the Lithuanian market.

6-OSIOS MOKSLINĖS KONFERENCIJOS „ŪKIO PLĖTRA IR PRAKTIKA“
STRAIPSNIŲ RINKINIO CD MEDŽIAGA



ŪKIO PLĖTRA: TEORIJA IR PRAKTIKA



6 –oji MOKSLINĖ KONFERENCIJA
ISBN 978-9955-33-503-0

2009 m. gruodžio mėn. 4d.
Kaunas, Lietuva

TURINYS

PLENARINIS PRANEŠIMAS

Prof. dr. (HP) Dainora GRUNDEY	<i>Ekonominės krizės semiotika: simbolių interpretacija mokslinių knygų viršeliuose</i>	1
--------------------------------	---	---

A SEKCIJA: EKONOMIKA

ARDARAVIČIŪTĖ Živilė	<i>Socialinės atsakomybės standartas SA 8000</i>	11
BOVEINIS Paulius	<i>Saulės energijos panaudojimo Lietuvoje problemos</i>	16
ŠTREIMIKIENĖ Daiva		
BULKEVIČIŪTĖ Vaida	<i>Lisabonos strategija: inovacijos, užsienio investicijos ir rinkos plėtra</i>	21
PAUKŠTĖ Vaidotas	<i>The Effect of FDI to Sustainable Development in Developing Countries</i>	28
REDIKIENĖ Rolanda	<i>Protekcioniško priemonių taikymo padariniai šalies ekonomikai recesijos metu</i>	34
ŠIKŠNELYTĖ Indrė	<i>Elektros energijos rinkos atvėrimo teorinis pagrindimas</i>	39
JANKAUSKAS Rytis	<i>Lietuvos pramonės įstajamosi poveikis aplinkai</i>	53
KALNIETĖ Mingailė	<i>Lietuvos aktyvaus poilsio instruktorių veiklos raiška, panaudojanti ES šalių patirtį</i>	66
KIAUŠIENĖ Ilona	<i>Moteryų skurdo problemos Lietuvoje</i>	73
KLUPŠAITĖ Almantė	<i>Būsto kreditų rinkos ypatybės Baltijos šalyse</i>	74
KUNCYTĖ Viktorija	<i>ES regioninė politika: Kauno regiono įmonių klasterizacijos galimybės</i>	82
SARVUTYTĖ Miglė		
KULVELYTĖ Birutė	<i>Mokslo ir technologijų įtaka Lietuvos konkurencingumui</i>	97
STASIULAITYTĖ Rasa	<i>ES prelyba šiltnamio efektą sukeliančių dujų emisijomis Lietuvoje</i>	108

B SEKCIJA: FINANSAI

GASIŪNAITĖ Reda	<i>Produkcijos savikainos kalkuliavimas gamybinėse įmonėse</i>	116
MATUSEVIČIENĖ Lina	<i>Reikalavimai banko sudarymui ir ataskaitos tobulinimo galimybės</i>	118
MOCKEVIČIŪTĖ Asta	<i>Pelno valdymo prielaidos ir tyrimo metodai</i>	119
KARPAVIČIENĖ Egija	<i>Įmonės vertę lemiantys veiksniai</i>	121
STOŠKUTĖ Simona	<i>Apmokestinamojo pelno apskaičiavimo ypatumai</i>	129
VAIŠNORAITĖ Ema	<i>Teoriniai pirkėjų skolų valdymo sprendimai</i>	130
GUDELEVIČIŪTĖ Irma		
ZAVECKAS Karolis		
TREIGYTĖ Živilė	<i>Klientų rizikingumo vertinimas</i>	137
LAJAUSKIENĖ Giedrė	<i>Grynosios galimo realizavimo vertės nustatymo problemos</i>	147
MOCKUTĖ Inga	<i>Tiesioginių užsienio investicijų patyginamoji analizė Baltijos šalyse</i>	153
PAŠKEVIČIUS Paulius	<i>Didžiųjų pasaudio akcijų rinkų įtaka Baltijos šalių vertybinių popierių rinkos indeksams</i>	154
TERESIENĖ Deimantė		
RAČICKAS Evaldas	<i>Pasaulinė finansų krizė ir jos poveikis Lietuvos ekonomikai</i>	156
VALUKONIS Mantas	<i>Portfelio sudaryto iš ETF fondų pelningumo ir rizikos vertinimas</i>	167
TERESIENĖ Deimantė		
VETRIAKAITĖ Greta	<i>JAV ir ES apskaitos harmonizacijos įvertinimas</i>	168

ŪKIO PLĖTRA: TEORIJA IR PRAKTIKA



6 –oji MOKSLINĖ KONFERENCIJA
ISBN 978-9955-33-503-0

2009 m. gruodžio mėn. 4d.
Kaunas, Lietuva

C SEKCIJA: VADYBA

KATILIENĖ Rasa	<i>Autentiškos lyderystės teoriniai aspektai</i>	169
NORMANTIENĖ Lina	<i>Lanksčios organizacijos kūrimas remiantis lyderio ontopsichologiniu modeliu</i>	179
NORMANTAS Mantas		
PLYTNIKAITĖ Lina	<i>Karjeros valdymo įtaka darbuotojų lojalumui</i>	188
TAMULIENĖ Vilma	<i>Santykių su klientais kūrimo, vystymo ir valdymo optimizavimas</i>	197
URBAS Mindaugas	<i>programine įranga</i>	
GRUNDEY Dainora	<i>Vidiniai ir išoriniai karjeros valdymo veiksniai</i>	205
ZAHARIA Rodica Milena		
ZAHARIA Rázvan		
ŠLEKAITYTĖ Roberta	<i>Deklaruojamų personalo valdymo politikų palyginamoji analizė</i>	217
ŽALPYTĖ Lina		
URBONAITĖ Diana	<i>Jaunimo integracijos ir adaptacijos proceso analizė Kauno turizmo organizacijose</i>	218
ZAKAREVIČIŪTĖ Raimonda	<i>Kūrybinių darbuotojų motyvavimo ypatybės: Lietuvos leidybos įmonės atvejis</i>	227

D SEKCIJA: KOMERCIJA

ADAMONYTĖ Dovilė	<i>Vartotojų impulsyvaus pirkimo ypatumai</i>	242
BAKUTYTĖ Simona	<i>Value-based marketing: assessing shareholders' value</i>	244
BUTKUTĖ Vita	<i>The Influencers of buyers' behaviour and purchasing decisions</i>	246
BENESEVIČIENĖ Kristina	<i>E-consumers' behaviour: differences with offline consumers</i>	247
GAJAUSKAITĖ Laura	<i>Jutiminio marketingo samprata ir esmė</i>	249
GANUSAUSKAITĖ Aurelija		
NAURECKIENĖ Agnė	<i>Importance of branding during economic downturn</i>	256
MARTIŠIŪTĖ Sandra	<i>Satisfaction factor in customer loyalty development: aspect of brand</i>	258
VILUTYTĖ Gabrielė		
PAUKŠTĖ Vaidotas	<i>Developing Countries The Effect of Metaphor to Brand Perception</i>	259
PILYBAITYTĖ Jolanta	<i>Asmenybės prekės ženklo formavimas</i>	267
TOLUBA Bernardas	<i>Valstybės prekės ženklo kūrimo ypatumai</i>	277
TOLUBA Bernardas	<i>Klientų pasitenkinimo valdymo teorinis pagrindimas</i>	278
ŠIKŠNELYTĖ Indrė		
TOLUBA Bernardas	<i>Įmonės įvaizdžio formavimo konceptualūs pagrindai</i>	293
ŠIKŠNELYTĖ Indrė		
ŽABALIŪNAITĖ Indrė	<i>Virusinio marketingo galimybės didinant prekės ženklo vertę</i>	307
BARTKEVIČIŪTĖ Ilona	<i>Travel decision-making: information search and processing</i>	316
BAJORAITĖ Inga	<i>Organizacijos kaip prekės ženklo įvaizdžio kūrimas</i>	318
DUBNIKOVIENĖ Renata	<i>Prekės ženklo kūrimo internete modeliavimas</i>	324
JUŠKAITĖ Neringa	<i>Segmenting sports tourism market</i>	326
LUOŽYTĖ Raimonda	<i>Žiniomis grįsto marketingo taikymas leidyboje</i>	327
NEDZINSKIENĖ Aušra	<i>Sėkmingo miesto prekės ženklo kūrimo prielaidos</i>	328
RADŽIUVIENĖ Neringa	<i>Viešųjų ryšių kampanija universitete: traukimo-stūmimo strategijų įvertinimas</i>	337
SURBLYTĖ Vilija	<i>Stipraus prekės ženklo įvaizdžio kūrimas</i>	345

ŪKIO PLĖTRA: TEORIJA IR PRAKTIKA



6 –oji MOKSLINĖ KONFERENCIJA
ISBN 978-9955-33-503-0

2009 m. gruodžio mėn. 4d.
Kaunas, Lietuva

ATUTYTĖ Dovilė	<i>Socialinės atsakomybės nauda Lietuvos įmonėms</i>	352
BASANGOVA Marina		
LAURINAITYTĖ Daiva		
RAMOŠKAITĖ Neringa		
KORSAKIENĖ Edita	<i>Motyvacijos priemonių vertinimas Lietuvos bankininkystės sektoriuje</i>	362
PETRUŠKEVIČIŪTĖ Kristina	<i>Naujos vakcinos įdiegimas į rinką – poreikis ar būtinybė</i>	364
BASEVIČIENĖ Rosita		
SVIKLAITĖ Ieva	<i>Socialinės reklamos raiška Lietuvos rinkoje</i>	371
VANAGAITĖ Indrė	<i>Genetiškai modifikuoti produktai Lietuvos rinkoje</i>	382
VILKELYTĖ Ieva	<i>Marketingo iššūkiai ekologiniame gyvenime</i>	389
VERBAUSKIENĖ Lina	<i>Svetingumo verslo Situacijos Lietuvoje analizė</i>	397
VERBAUSKIENĖ Lina	<i>Lietuvos turizmo vartotojų elgsena</i>	398
DAUGĖLAITĖ Ingrida	<i>Verslo partnerystės vystymas vidaus marketingo pagrindu: UAB „Bioprojektas“ pavyzdys</i>	400
LUKAŠENKINAITĖ Monika	<i>Strateginio marketingo planavimo vertinimas Kauno sveikatingumo centruose</i>	402





SEGMENTING THE SPORTS TOURISM MARKET*

Neringa Juškaitė

Vilniaus universiteto Kauno humanitarinis fakultetas
Muitinės g. 8, Kaunas LT 44280

Abstract. Travelling to participate and watch sports events dates back to the ancient Olympic Games and the practice of combining tourism with sports existed for over a century. Rapid growth of sport tourism in last decades helped to realize the meaningful potential of this market. It includes families, teams and individuals who are on the move. However, the motives of these sport tourism participants differ: a) for some it is the competition, b) the others seek interaction with like-minded travellers, c) the other part is more excited as spectators.

Therefore, *segmentation, targeting and evaluation* of target customers' needs and requirements, which is the research object of this paper, become very important. Tourists who engage in sports at a destination do so with varying degrees of commitment, competitiveness and active or passive engagement. For this reason sports tourism market can be segmented on these sources into small markets or "demand groups".

This article outlines the different authors' approaches to the segmentation of the sport tourism market and its main categories. Even though the paper obtains a theoretical character, the input into levels and criteria basis for segmenting procedure, the outcome will be applied to practical environment, when identifying sports tourism market segments in the Lithuanian market. The analysis of UK sports tourism market as a case study is presented in this article.

Keywords: sports tourism, market segmentation, segmentation basis, tourist, traveller.

Introduction

Travelling to participate and watch sports events dates back to the ancient Olympic Games and the practice of combining tourism with sports existed for over a century. Sport tourism has been one of the fastest developing segments of a growing tourism industry, with sporting events comprising an important part of this growth. Sport tourism can be described as a tourism activity where tourists participate in a sporting activity, sporting event or competition, go to tour of a sporting facility or training camp. Participation might involve being a competitor/participant or spectator. It can include families, teams and individuals who are on the move. However, the motives of these sport tourism participants differ: a) for some it is the competition, b) the others seek interaction with like-minded travellers; c) the other part is more excited as spectators.

Therefore, *segmentation, targeting and evaluation* of target customers' needs and requirements, which is the research object of this paper, become very important. Tourists who engage in sports at a destination do so with varying degrees of commitment, competitiveness and active or passive engagement. For this reason sports tourism market can be segmented on these sources into small markets or "demand groups".

The problem of the research: It is vivid, that for a successful product existence in the market it is necessary to target the right group of customers for whom the product would be the most attractive. Grouping the customers with similar needs, wants and characteristics is the point of segmentation. *The article analyzes the main theories of sports tourism market segmentation.*

The object of the research: sport tourism market segmentation.

Purpose of the research: to systemize and thoroughly describe the knowledge and information (found in a large number of sources) about the segmenting the sports tourism market. Coherently describe the sport tourism market segmentation process and the practical implementation in Lithuania's market. The research has been done on the UK sports tourism market as a case study method.

Research methods used: Conducting theoretical studies of market segmentation in sports tourism, the method of comparative analysis and systematization of scientific literature were used.

* Šis straipsnis mokslinės konferencijos „Ūkio plėtra: teorija ir praktika“ (2009) mokslinio ir recenzijų komitetas atrinko publikuoti tarptautiniame periodiniame recenzuojamame mokslo leidinyje *LJORTISS* 2009-2010 metais.

 <p>http://inyrss.vukhf.lt</p>	<p>Online ISSN 1822-3532</p> <p>International Journal of Research Trends in Social Sciences</p>  <p>http://ijortiss.vukhf.lt</p>	<p>IJORTISS is an official reviewed (refereed) online full-text publication of International Network of Young Researchers in Social Sciences (INRYS)</p>
--	--	--

CERTIFICATE OF ACCEPTANCE

REF.: 2010-8

05th December, 2009

This is to certify that **Neringa JUSKAITE** (Kaunas Faculty of Humanities, Vilnius University, Lithuania) has submitted the paper to IJORTISS as a part of 6th International Scientific Conference "The Development of Economy: Theory and Practice" (4th December, 2009, Kaunas, Lithuania). The preliminary title of the paper is "**SEGMENTING THE SPORTS TOURISM MARKET**".

After the first reviewing, it has been outlined that the paper needs improvements to be performed, after which it will be due for publishing in Winter 2010 (Vol. 5).

Note that the Editorial Board retains the right of shifting the paper to another IJORTISS volume or issue. The Editorial Board also retains the right to reject the paper in the case of copyright violation.



Prof. Dr. (HP) Dainora Grundey
Editor-in-Chief of IJORTISS

Editorial correspondence:

International Journal of Research Trends in Social Sciences (IJORTISS)

Multines g. 8,
LT-44820, Kaunas
Lithuania

Fax: (+370) 37 423 222
Phone: (+370) 422 376
E-mail: dainoragrundey@yahoo.co.uk
Web: <http://ijortiss.vukhf.lt>