

**VILNIAUS UNIVERSITETAS
KAUNO HUMANITARINIS FAKULTETAS**

VERSLO EKONOMIKOS IR VADYBOS KATEDRA

Tarptautinio verslo studijų programa
Kodas 62103S130

RASA URBANAVIČIŪTĖ

MAGISTRO BAIGIAMASIS DARBAS

DARNAUS TURIZMO PLĖTROS GALIMYBĖS LIETUVOJE

Kaunas 2007

**VILNIAUS UNIVERSITETAS
KAUNO HUMANITARINIS FAKULTETAS**

VERSLO EKONOMIKOS IR VADYBOS KATEDRA

RASA URBANAVIČIŪTĖ

MAGISTRO BAIGIAMASIS DARBAS

DARNAUS TURIZMO PLĖTROS GALIMYBĖS LIETUVOJE

Darbo vadovas _____
(parašas)

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

Magistrantas _____
(parašas)

Darbo įteikimo data _____

Registracijos Nr. _____

Kaunas 2007

TURINYS

SANTRUMPŲ SĄRAŠAS	4
LENTELIŲ IR PAVEIKSLŲ SĄRAŠAS	5
ĮVADAS.....	6
1. DARNUS TURIZMAS	8
1.1. Turizmo samprata ir rūšys.....	8
1.2. Darnaus turizmo skatinimas	15
1.3. Darnaus turizmo skatinimas ES	15
1.4. Darnus turizmas Baltijos jūros šalyse	16
2. DARNAUS TURIZMO SITUACIJOS ANALIZĖ LIETUVOJE IR ES.....	19
2.1. Kaimo turizmo sodybos Lietuvoje ir Suomijoje	19
2.2. Ekologinių ženklų taikymas ES	21
2.3. Turizmo paslaugų ekologinis ženklavimas	23
2.4. Ekologinis ženklavimas Lietuvoje.....	30
3. ANKETINIS TYRIMAS.....	35
3.1. Tyrimo charakteristika	35
3.2. Anketų apibūdinimai	36
3.3. Apklauso rezultatai	36
3.3.1. Gyventojų apklausa	36
3.3.2. Įmonių apklausa	42
IŠVADOS.....	50
PASIŪLYMAI	51
SANTRAUKA.....	52
LITERATŪRA.....	53
PRIEDAI	56

SANTRUMPŲ SĄRAŠAS

WTO – pasaulinė turizmo organizacija

DTG – darnaus turizmo grupė

MVĮ – mažos ir vidutinės įmonės

ES – Europos Sąjunga

SEA – strategic Environmental Assessment (strateginio poveikio aplinkai vertinimas)

EMAS – ES vadybos ir audito sistema

NVO – nevyriausybinė visuomeninė organizacija

FEE – foundation for Environmental Education (fondas aplinkosauginiam švietimui)

ANGŽ – aplinkai nepavojingo gaminio ženklas

IFOAM – tarptautinė ekologinio žemės ūkio federacija

LENTELIŲ SĄRAŠAS

1 lentelė. Turizmo rūšys.....	13
2 lentelė. Lietuvos ir Suomijos kaimo turizmo sodybų skaičiaus palyginimas.....	21

PAVEIKSLŲ SĄRAŠAS

1 pav. Poilsiautojų skaičius kaimo turizmo sodybose.....	19
2 pav. Ekologinės gamybos ūkių skaičius ir plotas.....	20
3 pav. Lietuvos ir Europos populiariausi eko ženklais.....	33
4 pav. Vyrų ir moterų pasiskirstymas pagal pomėgį atostogauti.....	37
5 pav. Pinigų įtaka poilsiui ekologiškoje sodyboje.....	38
6 pav. Ekologiško maisto svarba.....	39
7 pav. Valstybės dėmesys darnaus turizmo plėtrai.....	40
8 pav. Priežastys trukdančios darnaus turizmo plėtrai.....	41
9 pav. Gyventojai pagal veiklą.....	41
10 pav. Gyventojų pasiskirstymas pagal gyvenamąją vietą.....	42
11 pav. Įmonės pagal kategorijas.....	43
12 pav. Kaip įmonės prisideda prie darnaus turizmo vystymo.....	43
13 pav. Projektai kuriuose dalyvauja įmonės.....	44
14 pav. Priežastys dėl kurių įmonės nevysto darnaus turizmo.....	45
15 pav. Mokesčių įtaka darnaus turizmo vystymuisi.....	45
16 pav. Įmonės gaminančios ekologišką produkciją.....	46
17 pav. Įmonės turinčios ekologinį ženklą.....	47
18 pav. Apklaustų įmonių pasiūlymai.....	48
19 pav. Įmonės pagal vietas.....	48

ĮVADAS

Turizmo svarba ekonomikoje vis labiau didėja ir įtakoja ekonomikos augimą šalyje. Turizmo sektorius vaidina ekonominę rolę, užtikrinant darnų šalių vystymąsi, nes turi didelę įtaką aplinkai bei šalies gamtinių išteklių naudojimui bei išsaugojimui. Taip pat sukurdamas didelį skaičių darbo vietų, ženkliai įtakoja užimtumo situaciją šalyje, o kartu užtikrina šalies gyventojų poreikius sveikam ir turiningam poilsiui.

Nuo 1995 m. šalys aplink Baltijos jūrą rengia darnaus turizmo strategiją, gerindamos turizmo paslaugų kokybę, bei didindamos darnaus turizmo poreikius. Siekiant surasti rinką darniam turizmui, daugelyje šalių buvo pasirinktas specialus sertifikavimo – etiketės principas: Danijoje – „Paskirtis 21“, Vokietijoje – „Viabono“, Lietuvoje – „Žalioji sertifikatas“, Švedijoje – „Gamtos geriausias“. Latvija taip pat planuoja įvesti „Žaliąjį sertifikatą“.

Siekiant palengvinti supratimą, ką reiškia darnus turizmas, visose šalyse buvo ieškoma deramų pavyzdžių, kurie galėtų tapti vystymosi modeliais, kurie sėkmingai parodytų priemones, suderinančias ekonominį augimą, gamtinių išteklių išnaudojimą bei vietinių žmonių poreikius. Identifikavimo procese, deramas turizmo apibrėžimas yra reikalingas, panaudojant statistikos kintamuosius dydžius.

Vokietija išvystė darnaus turizmo vystymosi rodiklius. Platesne prasme, pirmą kartą darnaus vystymosi rodiklių visuma buvo nustatyta pakrančių zonai, artimai bendradarbiaujant atitinkamų šalių ekspertams. Būtina atlikti rodiklių monitoringo testą pasirinktose šalyse, kad įvertintume rodiklių tinkamumą kontroliuoti aplinkos pablogėjimo ar pagerėjimo tendencijas.

Baltijos valstybėse buvo suorganizuotos konferencijos ir seminarai dėl darnaus turizmo vystymosi, kaimo turizmo bei ekoturizmo projektų. Savo pirmininkavimo Baltijos jūros valstybių taryboje Suomija ir Vokietija suorganizavo turizmo sektoriaus seminarus, skirtus turizmo koordinavimo strategijų klausimu. Buvo padarytos išvados, kad Baltijos 21 turizmo sektorius yra vienas iš labiausiai tinkamų formų, sukuriant bei aptarnaujant tinklą tarp narių bei įgyvendinant darnaus turizmo projektus regione.

Tyrimo objektas ir imtis – įmonės vykdančios darnųjį turizmą Lietuvoje.

Tyrimo tikslas – įvertinti darnaus turizmo vystymosi perspektyvas Lietuvoje.

Tyrimo uždaviniai:

Darnaus turizmo sampratos pagrindimas;

Duomenų apie darnaus turizmo plėtrą ir skatinimą Lietuvoje bei kitose ES šalyse rinkimas ir analizė;

Lietuvos darnaus turizmo situacijos analizė ir palyginimas su užsienio šalių padėtimi;

Lietuvos įmonių požiūrio į darnųjį turizmą ir jo plėtros perspektyvas Lietuvoje empirinis tyrimas, taikant anketinę turizmo paslaugas teikiančių įmonių apklausą.

Gyventojų požiūrio į darnųjį turizmą ir lūkesčių tyrimas, taikant anketinę gyventojų apklausą.

Tyrimo metodika. Mokslinės literatūros analizė. Tyrimas bus atliekamas vykdant anketinę įmonių, teikiančių turizmo paslaugas ir gyventojų apklausą. Vykdant apklausą bus siekiama išsiaiškinti turizmo paslaugas teikiančių įmonių požiūrį į darnųjį turizmą bei jo vystymosi perspektyvas Lietuvoje, tokiu būdu nustatant darnaus turizmo pasiūlą šiandien ir ateityje. Apklausiant gyventojus, bus įvertintas darnaus turizmo poreikis Lietuvoje.

Tyrimo organizavimas – tyrimas bus vykdomas anketine apklausa. Anketos bus siunčiamos įmonėms bei apklausiami gyventojai.

1. DARNUS TURIZMAS

1.1. Turizmo samprata ir rūšys

Žodis “turizmas” (prancūziškai *Tourisme*) reiškia keliavimą iš vienos vietovės į kitą, sugrįžtant į pirmąją. Šio žodžio atsiradimas sietinas su rekreacinių poreikių tenkinimu ir noru pažinti aplinką. Turizmas, tai procesas kuriam būdinga: kelionės - kurių metu patiriamas malonumas matant naujus, įdomius, gražius vaizdus, susipažįstama su kitų šalių ir vietovių žmonių kultūra, gyvenimu, istorija, tradicijomis; nuotykių - kai patiriamos teigiamos emocijos, patikrinamos žmogaus galimybės ekstremaliomis sąlygomis, siejami nepasiekiami objektai ir viršūnės; daugeliui pasaulio žmonių tai verslas, darbo ir pajamų šaltinis, o valstybėms - biudžeto papildymas ar krašto ekonominės gerovės kėlimas; tai galimybė įrengti parkus, sutvarkyti kelius, mažinti bedarbystę; ūkinė veiklos sritis, apimanti pramonę, žemės ūkį, transportą, energetiką, pramogų verslą, maitinimą, tarpininkavimą ir kt.; rekreacinės veiklos - keliaujant atgaunamos jėgos, sportuojama, bendraujama, gydomasi, pramogaujama (Žalienė, I. 2002).

Skirtingiems subjektams turizmas turi skirtingą reikšmę. Turistui jis yra įvairių paslaugų kompleksas, sudarantis turizmo paslaugos materialinį pagrindą. Jį lemia vartotojų poreikiai. Valstybei ar verslo įmonei turizmas duoda pelną ir užtikrina jų vystymosi šaltinį. Ekonomistui tai ekonominė veikla, teikianti specifines ir įprastas paslaugas bei prekes keliautojams. Galbūt dėl tokio skirtingo vertinimo, turizmo sąvoka, kitusi per šimtmečius, neturi vieningai pripažintos išraiškos.

Dar 1954 m. Jungtinių Tautų Organizacijos (JTO) priimtas nutarimas, kuriame turizmas apibūdinamas kaip “aktyvus poilsis už savo nuolatinės gyvenamosios vietos ribų, padedantis gerinti sveikatą, fiziškai lavinti žmogų”.

1980 m. Maniloje priimta pasaulio turizmo deklaracija skelbia: “Turizmas suprantamas kaip veikla, turinti svarbią reikšmę tautų gyvenimui, nes tiesiogiai lemia socialinę, kultūrinę, švietimo bei ekonominę šalių gyvenimo sferas ir jų tarptautinius santykius”.

1981 m. Madride vykusioje Pasaulinėje turizmo organizacijos (PTO) Pasaulinėje turizmo konferencijoje pateikta turizmo sąvoka: “Turizmas - tai viena iš aktyvaus poilsio rūšių, kelionės, siekiant susipažinti su vienais ar kitais rajonais, šalimis; kelionės dažnai derinamos su sportu”.

1989 m. Hagos turizmo deklaracijoje turizmas įvardijamas kaip “Laisvas žmonių judėjimas už jų nuolatinės gyvenamosios ir darbo vietos, taip pat paslaugų sfera, sukurta tenkinti poreikius, iškilusius šio judėjimo metu”.

1993 m. JTO Statistikos komisija priėmė tokį turizmo apibūdinimą: “turizmas - tai veikla asmenų, kurie keliauja po vietas, esančias už jiems įprastos aplinkos ribų, ne ilgiau vienerių metų poilsio, verslo ir kitais tikslais” (Žalienė, I. 2002).

Mokslinėje literatūroje pateikiama daug įvairių turizmo apibrėžimų, tačiau šiuo metu vartojamas PTO apibrėžimas: “Turizmas - visos kelionių, ekskursijų rūšys, kai asmuo palieka savo darbo ir gyvenimo vietą ilgiau nei vieną parą ir trumpiau nei 12 mėnesių, ir kai išvykos tikslas nėra samdoma, apmokama veikla”.

Turizmas yra tarptautinis bei nacionalinis reiškinys ir gali būti nagrinėjamas socialiniu, ekonominiu, ekologiniu, politiniu bei technologiniu požiūriu. Vyraujant socialiniam ir ekonominiam aspektui, turizmas apibūdinamas kaip kelionės, kurių metu aplankomos šalys, įdomios vietovės, bei kaip aktyvus poilsis arba sporto šaka, antra vertus, ir kaip verslas arba užsiėmimas, aprūpinantis turistus įvairiomis paslaugomis bei prekėmis.

Turizmas turi ir kultūrinę reikšmę, nes keliaudami žmonės susipažįsta su kitų tautų kultūra, tradicijomis, papročiais, gyvenimo būdu ir lygiu.

Negalima nepaminėti turizmo ir kaip geografinio reiškinio, nes žmonės keliauja iš savo gyvenamosios vietos po šalį arba į užsienį. Lankomos vietos pasižymi gražiais unikaliais peizažais, istoriniais ir kultūriniais paminklais bei savita tautos kultūra. Tačiau turizmo plėtotei reikalingi įvairūs geografiniai tyrimai - reljefo sandaros įvertinimas, jo panaudojimo turizmui galimybės. Su geografinių išteklių plėtimu susijęs kelionių prognozavimas. Plečiantis turizmui, turi būti didinami ištekliai, atrandamos ir parengiamos naujos lankomos vietos.

Iš turistinės veiklos gaunamos pajamos, kurių didelė dalis skiriama keliautojų lankomai vietai tvarkyti, gamtovaizdžiams išsaugoti, komunikacijų tinklui plėsti ir regiono ekonominiam vystymui užtikrinti. Į lankomas vietas plūstantys turistai niokoja gamtą, daro žalą aplinkai. Todėl plėtojant kelionių industriją būtina įvertinti ekonominę naudą, kurią teikia kraštui turizmas ir žalą bei nuostolius, kuriuos patiria vietovė. Čia verslo pajamos turi būti derinamos su krašto interesais. Todėl daugelyje šalių turizmas yra kontroliuojamas valstybės. Taigi greta teikiamos naudos, kitiems ir pragyvenimo šaltinio, turizmas daro žalą gamtai, aplinkai, sukelia ekologijos problemų.

Į turizmą investuoti pinigai apyvartą daro greičiau negu pramonės šakose. Be to, susidaro multiplikatoriaus efektas, skatinantis vystytis kitas, susijusias su kelionių aptarnavimu šakas. Tačiau turizmas labai neapsaugotas nuo tokių išorinių veiksnių, kaip politinis nestabilumas, terorizmas užsienio šalyse, stichinės nelaimės, epidemijos, meteorologijos sąlygos ir kt. Dėl šių veiksnių sumažėja keliautojų srautai į pavojingas zonas ir staiga padaugėja turistų į alternatyvias vietas. Turizmas yra rizikinga veiklos sfera, galinti duoti tiek pelną, tiek nuostolius (Vainienė I., 2001).

Turizmas klasifikuojamas pagal įvairius kriterijus. Jis skirstomas į vidaus ir užsienio, individualų ir grupinį, organizuotą ir neorganizuotą, taip pat pagal jo tikslą: rekreacinį, gydomą,

sportinį, pažintinį, mokslinį, religinį ir kt.; pagal naudojamą transporto priemonę: auto turizmą, oro, vandens, pėsčiųjų, jojimo arkliais turizmą.

Toks turizmas, kokį matome dabar, susiformavo neseniai. Turizmo užuomazgos glūdi tuose laikuose, kai žmonės pradėję gyventi sėsliai, iškeliavo į pirmąją kelionę mainams, atnašauti dievams ar gauti žiniuonio, atsiskyrelio patarimą. Pirmąją žmonių kelionę laikoma Ievos ir Adomo išvartymas iš rojus.

Turizmo raida skirstoma į keturis periodus:

- Senovės periodas (arba turizmo priešistorė) iki 19 a.;
- Industrinis periodas (arba elitinis turizmas) 19 a. pradžia- 20 a. Pradžia;
- Turizmo vadybos sisteminimo stadija 1918- 1990m. (arba socialinis turizmas 20 a. pradžia iki antrojo pasaulinio karo);
- Centralizuotos turizmo valdymo sistemos iširimo stadija- nuo 1990 m. iki dabar (arba masinis turizmas - po antro pasaulinio karo iki dabar) (Žalienė I., 2002) .

Devyniolikto amžiaus antroje pusėje atsiranda pirmieji kelionių biurai, kurie organizavo keliones ir “pardavinėjo” jas klientams. Daugelis turizmo tyrinėtojų mini pirmąsias, chrestomatinėmis tapusias, paketo tipo keliones, organizuotas T.Kuko Anglijoje. Tai buvo dvidešimties mylių kelionė traukiniu. Jos metu keliautojus linksmino pučiamųjų orkestras, keliautojai buvo vaišinami. Kelionėje, kuri kainavo vieną šilingą, galėjo dalyvauti 570 žmonių.

1862 metais pasirodė pirmieji turistiniai katalogai, reklamavę keliones ir informavę apie jas.

Trečiasis etapas - masinio turizmo pradžios laikotarpis. Tai itin sunkus periodas turizmo vystymosi istorijoje. Jo metu praėjo Pirmasis ir Antrasis pasauliniai karai, Didžioji ekonomikos krizė. Šie įvykiai neigiamai paveikė turizmo vystymąsi, tačiau kaip tik šiuo periodu, turizmas labai išsiplėtė. Žemos kainos lėmė pavydėtina kelionių skaičiaus augimą - nuo 1934 metų iki 1938 metų kelionių padaugėjo penkis kartus, t.y. nuo 2 milijonų iki 10.

Ketvirtasis etapas - masinio turizmo plėtros etapas. Šiuo laikotarpiu formuojasi tikrasis turizmo verslas, neatsilieikantis nuo kitų industrijos šakų savo apimtimi, įstaigų ir organizacijų tinklu, produktų įvairove, organizacijos ir valdymo metodų ypatumais. Penktasis ir šeštasis dešimtmečiai tai viešbučių statybos, turizmo firmų kūrimosi, pramogų verslo vystymosi laikotarpis Europoje.

Septintasis dešimtmetis - išvykstamojo turizmo laikotarpis Europoje. Europos šalių gyventojai, atsigavę po karo padarinių, pradeda masiškai keliauti po svečias šalis.

Aštuntame dešimtmetyje, masinio turizmo pasiūla įgyja diferencijuotą pobūdį ir iš masinės, konvejerio tipo pasiūlos tampa masiškai diferencijuota. Apibūdinant konvejerio tipo principą turizme turimas omenyje turistų poreikių ir motyvų vienas kitam, tuo tarpu

diferenciacija reiškia poreikių įvairovę. Šiuo laikotarpiu ekonomikos sociologijoje konstatuojamas faktas, kad gamintojų rinka tampa vartotojų rinka.

Dabartiniu laikotarpiu turizmo įmonės plečia savo veiklą, siūlydamos naujų paslaugų, gerindamos jų kokybę. Vis labiau plėtojamas kaimo turizmas, labiau pradėta rūpintis gamtiniais ištekliais.

Labiausiai turizmas paplitęs išsivysčiusiose šalyse, ekonomiškai atsilikusios daugiau priima turistų, negu savų išleidžia į užsienį. Taigi pasaulyje turizmas yra pinigų perskirstymo į besivystančias šalis būdas, taip pat ir ekonomikos stiprinimo šaltinis. Tarptautinis turizmas besivystančioms šalims yra užsienio valiutos įplaukų ir darbo vietų šaltinis.

Lietuvos turizmo istorija praėjo tuos pačius vystymosi etapus, kaip ir kitos Europos šalys, tik periodų trukmė ir pradžios laikas buvo skirtingas. Lietuvos turizmo istorijoje yra vienas esminis periodas, išsiskiriantis iš kitų šalių, tai paskutinis praėjusio šimtmečio dešimtmetis. Šiuo laikotarpiu - po Nepriklausomybės atkūrimo, vyko kitokie turizmo veiklos procesai nei visoje Vakarų Europoje, tame pačiame dešimtmetyje. Šis turizmo vystymosi etapas greičiau jau buvo panašus į Rytų Europos šalių turizmo vystymąsi paskutiniu dvidešimto amžiaus dešimtmečiu.

Per pastarąjį dešimtmetį Lietuvos turizmo sferoje įvyko dideli kiekybiniai bei kokybiniai pokyčiai. Stipriai pasikeitė turizmo paslaugų kokybės samprata. Palaiapsniui buvo privatizuotos turizmo paslaugų įmonės, sukurta turizmo teisinio reguliavimo sistema. Buvo parengta Nacionalinė turizmo plėtros programa, kurioje pirmą kartą buvo nustatytos Lietuvos turizmo plėtros politikos gairės ir jos įgyvendinimo prioritetai bei priemonės. Šiuo laikotarpiu keitėsi turistų rinkos ir srautai, paslaugų struktūra, jų kokybė ir kainos, suintensyvėjo tarptautinis bei vietinis turizmas. Turizmo sektoriuje susiformavo organizacinės struktūros, apimančios visas turizmo veiklos sritis: valdymą, verslą, priežiūrą ir vartotojų interesų gynimą. Lietuvoje turizmo politikos įgyvendinimą vykdo ir koordinuoja Valstybinis turizmo departamentas (Vainienė I., 2001).

Svarbu pažymėti, kad turizmo plėtrai Lietuvoje dideles reikšmės turėjo ES pagalba. Prieš dešimtį metų užsienio rinkose Lietuva buvo daug kam nežinoma šalis. Norint pritraukti užsienio turistus, reikėjo aktyviai propaguoti šalies turizmo galimybes, tačiau varganas valstybės biudžetas ir patirties stoka neleido vykdyti aktyvios turizmo veiklos. Svarbią reikšmę turėjo PHARE Turizmo plėtros programa, kuri buvo vykdoma 1993-1998m. visose trijose Baltijos valstybėse. Pagal šią programą buvo koordinuojami ir didžiąja dalimi finansuojami rinkodaros projektai šiose šalyse.

1997m. buvo pasirašytas Susitarimas tarp Lietuvos, Latvijos ir Estijos nacionalinių turizmo administracijų dėl bendradarbiavimo turizmo verslo srityje: tai dalyvavimas bendruose stenduose, kai kuriose tarptautinėse turizmo parodose, bendrų turizmo informacijos centrų steigimas užsienyje, kitų turizmo rinkodaros projektų koordinavimas. Deja, pasibaigus PHARE techninei pagalbai, dėl lėšų stokos teko uždaryti bendrus Baltijos turizmo informacijos centrus

Husume (Vokietija) ir Heksinkyje (Suoimija) bei ieškoti kitų finansavimo šaltinių įvairių projektų įgyvendinimui.

Per tą laikotarpį sustiprėjo turizmo įmonės, buvo įgyta daug naudingos patirties, pasikeitė požiūris į turizmo priemonių svarbą turizmo verslo plėtrai.

Nuo 2000m. Valstybinis turizmo departamentas rengia metinius Lietuvos turizmo

Per pastarąjį dešimtmetį Lietuva dalyvavo eilėje tarptautinių ir regioninių projektų, kurie didžiąja dalimi finansuojami iš ES įvairių programų lėšų.

Šiuo metu turizmas Lietuvoje vykdomas šiomis kryptimis:

dalyvavimas tarptautinėse turizmo parodose;

reklaminių - informacinių brošiūrų leidyba; leidžiama vis daugiau specializuotų, atskiras turizmo rūšis propaguojančių leidinių.

Pasaulio turizmo organizacijos specialistai prognozuoja, kad ateityje bus kuriama vis daugiau naujų ir plėtojama esamų turizmo paslaugų ir rinkų, remiantis esamais gamtiniais ištekliais, kultūriniais, istoriniais ir socialiniais turistus priimančios šalies ištekliais. Vis daugiau vietos bendruomenių ir savivaldybių įsitrauks į turizmo planavimo ir vystymo veiklą. Didinant investicijas į kapitalą vis daugiau dėmesio bus skiriama gamtosaugai; turizmo darbuotojų profesionalumas kils.

Turizmo formos ir rūšys

Turizmas prasideda nuo žmonių, norinčių kur nors nukeliauti. Į keliones žmonės leidžiasi norėdami pakeisti gyvenamąją aplinką, patirti naujų emocijų, aplankyti draugus ir gimines, išspręsti darbinės problemas. Pagal tai kelionės skirstomos į *laisvalaikio* (atostogų, malonumo) ir *profesines* (verslo).

Tam tikros šalies atžvilgiu skiriamos trys turizmo formos : vietinis turizmas - kai šalies gyventojai keliauja po savo šalį; atvykstamasis turizmas - kai kitos šalies gyventojai keliauja priimančiojoje šalyje; išvykstamasis turizmas - kai šalies gyventojai keliauja kitoje šalyje.

Derinant šias formas, apibrėžiamos trys turizmo kategorijos: vidaus turizmas - vietinis ir atvykstamasis; nacionalinis turizmas - vietinis ir išvykstamasis; tarptautinis turizmas - nuolatinis atvykstamasis ir išvykstamasis. Turizmas skirstomas į rūšis pagal šiuos kriterijus:

- *kelionės tikslą* - kultūrinis pažintinis, sanatorinis, verslinis, kaimo, profesinis, etninis, sportinis, religinis, nuotykių, poilsio;
- *turistų skaičių*, - masinis, grupinis, individualus;
- *kelionės trukmę* - trumpalaikis, vidutinės trukmės ir ilgalaikis;
- *metų laiką* - vasaros, žiemos;
- *keliavimo būdą* - dviračių, pėsčiųjų, vandens (Žalienė I., 2002).

Kriterijų gali būti labai daug, ir kiekvienas iš jų turi organizavimo, aplinkos ar veiklos skirtumą.

Žinios apie turizmo rūšis yra svarbios planuojant verslą, tiriant rinką, renkant statistinius duomenis, vykdant rinkodaros planus (Damulienė A., 1996).

Turizmo rūšis autoriai išskiria skirtingai. Lentelėje palyginama kaip autoriai skirtingai suskirsto turizmo rūšis.

1 lentelė

Turizmo rūšys

Lietuvos autoriai: Butavičienė, R.; Čėsnaite, I. Ir kt. (2001)	N.I. Kabuškinas (1999)
<ul style="list-style-type: none"> • Gydomasis; • Poilsio; • Pažintinis; • Profesinis, dalykinis; • Etninis; • Nuotykių; • Sportinis; • Religinis. 	<ul style="list-style-type: none"> • Turizmas poilsio tikslais; • Kultūrinis; • Ekonominis; • Politinis; • Visuomeninis; • Sportinis.

Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis Vainienė I., (2001) p. 17; Kabuškinas N. I., (1999) šaltiniais.

Kultūrinis pažintinis turizmas - kai keliaujama pažinimo tikslu, norint susipažinti su kultūrinėmis, istorinėmis savo ar kitos šalies vertybėmis. Prieš dešimtmetį Lietuvoje tai buvo labiausiai paplitusi turizmo rūšis, kuriai talkininkavo daugybė institucijų ir renginių - muziejai, bibliotekos, muzikos, dramos ir šokio spektakliai, parodos, konferencijos ir seminarai, radijo ir televizijos programos, ekspedicijos ir t.t.

Sanatorinis turizmas - kai keliaujama norint sustiprinti sveikatą ir pasigydyti. Tam pirmiausia tinka Lietuvos kurortai. Sanatorinio turizmo pagrindas yra ne pasyvus poilsis, bet kokia nors aktyvi fizinė veikla: vaikščiojimas, maudymasis ir plaukiojimas, mankšta ir pan. Kurortai pasirenkami pagal juose dominuojančias veiklos rūšis (vandens ar jūrų veikla, kalnų slidinėjimas, gydymasis ir pan.), klimatą, atstumą. Yra vasaros, žiemos, pajūrio, balneologiniai kurortai ir t.t.

Verslinis turizmas - tai verslo kelionės. Vakarų Europos šalyse ši turizmo rūšis dėl didelės rinkos vadinama turizmo „duona ir druska“. Verslininkai, nepriklausomai nuo sezono, yra pasiruošę mokėti pinigus už brangias aukštos kokybės paslaugas.

Profesinis turizmas - tai kelionės profesiniais interesais. Verslo ir profesinis turizmas dažnai sujungiami į vieną rūšį, nors verslininkų ir kitų grupių atstovų brangių paslaugų pirkimo galimybės ir bendra perkamoji galia skiriasi.

Etninis turizmas - tai giminių, gimtojo krašto lankymas, susipažinimas su tėvų žeme. Dažniausiai keliautojai apsistoja pas gimines, todėl specialių apgyvendinimo paslaugų jiems nereikia. Lietuvoje - tai gana populiaris vidaus turizmo rūšis. Tarptautinis etnis turizmas Lietuvoje dažniausias Klaipėdos ir Vilniaus regionuose.

Sportinis turizmas - tai kelionės dalyvauti sporto varžybose. Šiuo tikslu keliauja sporto komandos, „sirgalių“ klubai, pavieniai asmenys. Sportinio turizmo paslaugų - pradėdant nuo informacijos ir baigiant su renginiu susijusiomis sporto prekėmis - teikimu rūpinasi ir tos šalies sporto renginių organizatoriai.

Religinis turizmas - tai kelionės, susijusios su įvairiomis religinėmis procedūromis, misijomis, šventų vietų tvarkymu, dalyvavimu atlyduose ir pan.

Nuotykių turizmas - kai keliaujama, norint patirti nuotykių, fizines iškrovas, pajusti įtampą, išbandyti save. Šiai turizmo rūšiai priklauso kelionės į kalnus, į olas, srauniomis upėmis ir pan. Vienas iš pagrindinių reikalavimų - turistų fizinis pasiruošimas. Kai kuriais atvejais kelionei vadovauja specialiai paruoštas patyręs instruktorius. Nuotykių turizmas nėra susijęs su profesionaliu sportu.

Poilsio turizmas - tai poilsinės kelionės, kurių metu vengiama sudėtingos ar intensyvios veiklos, siekiama pailsėti, atsipalaiduoti, sumažinti įtampą, pakeisti aplinką.

Kaimo turizmas - tai kelionė į kaimo vietovę, norint pailsėti gamtoje, maitintis natūraliu, šviežiu maistu bei užsiimti tai aplinkai būdinga veikla. Nuo kitų turizmo rūšių jis skiriasi aplinka ir tuo, kad stengiamasi išvengti daugelio miesto gyvenimui būdingų nepatogumų - žmonių minios, triukšmo, užteršto oro, skubos, konservuoto ir apdoroto maisto, hipodinamijos (per mažo judėjimo). Pagrindinis šio turizmo bruožas, kad miesto aplinka su jai būdingu gyvenimo būdu pakeičiama į kitokią - kaimo aplinką.

Vis didėjant ekonominės veiklos mastams, auga ir ūkinės veiklos poveikis aplinkai – vien per devintąjį dešimtmetį bendras pasaulinis produktas padidėjo 4,5 trilijono JAV dolerių. Akivaizdu, kad jeigu aplinkos teršimas ir degradavimas augs tokiu pat dydžiu kaip ir ekonomika (ūkis), viso to rezultatas bus baisus aplinkos užterštumas ir žala. Todėl kaip viso to alternatyva yra ekologiškai subalansuota plėtra (Čiegis, 2004, p. 41).

Subalansuota plėtra – tai tokia plėtra, kuri patenkina dabartinio laikmečio poreikius, nesudarydama pavojaus būsimoms kartoms patenkinti savuosius. Subalansuotos plėtros koncepcija numano ribas – ne absoliučius limitus, bet ribojimus, uždedamus esamos technologijų bei socialinio organizavimo būklės aplinkos ištekliams ir galimybės absorbuoti žmonių veiklos efektus (Čiegis, 2004, p. 81).

Viena iš darnios plėtros sudedamųjų dalių yra darnus turizmas. Darnaus turizmo vystymosi prielaidos yra, kad kultūros paveldas bei gamtos turtai turi būti globojami. Darnus turizmas gali pateikti paskatinimus, bei priemones aplinkosaugai stiprinti, gali pagerinti infrastruktūrą bei skatinti ekonominę veiklą, nurodydamas kelią kitoms pramonės sritims.

Darnus turizmas – gerina vietos gyventojų gyvenimą, saugo jų aplinką ir sveikatą ir remia vietos ekonomiką, vietoje perkant maistą ir kitus išteklius (Pasaulinis turizmo departamentas, 2006).

1.2. Darnaus turizmo skatinimas

Artimiausias siektinas tikslas – ekonomikos augimas ir darbo vietų kūrimas – nė kiek neprieštarauja bendresnių socialinių ir aplinkos tikslų siekimui. Atnaujinta Lisabonos strategija sutartyje numatomas bendro tikslo siekimas - darnus vystymasis, t. y. tvariu būdu gerinti socialinės gerovės ir gyvenimo sąlygas dabarties ir ateities kartoms. 13 Komisija jau buvo pabrėžusi, kad būtina užtikrinti darnų Europos turizmo vystymą ekonominiu, socialiniu ir aplinkos požiūriu, nes tai prisidės prie Europos ir viso pasaulio darnaus vystymosi ir taip pat prie šio ekonomikai svarbaus sektoriaus gyvybingumo, ilgalaikio augimo, konkurencingumo ir komercinės sėkmės. Todėl komunikate buvo paskelbta, kad pradedama rengti turizmui skirta Europos Darbotvarkė 21 (Bendrasis programavimo dokumentas, turizmas, 2006).

2004 m. Komisija įkūrė Darnaus turizmo grupę (DTG), kad ji skatintų suinteresuotųjų šalių sinergiją ir teiktų medžiagą Darbotvarkės 21 procesui, skirtam darniam Europos turizmo vystymuisi. DTG yra sudaryta iš tolygiai pasiskirsčiusių pramonės asociacijų atstovų, turistinių vietų atstovų ir profesinių sąjungų ir (arba) visuomenės atstovų. Taip pat atstovaujamos valstybių narių administracijos ir tarptautinės organizacijos, pavyzdžiui, Pasaulio turizmo organizacija. DTG skiria ypatingą dėmesį su aplinka susijusiems klausimams. DTG savo darbą baigė ir pateikė ataskaitą 2006 m. Remdamasi DTG nuveiktu darbu, Komisija pradės rengti tolesnę veiklą ir tikisi, pasinaudodama ataskaitos medžiaga, iki 2007 m. pateikti turizmui skirtos Europos Darbotvarkės 21 pasiūlymą (Bendrasis programavimo dokumentas, turizmas, 2006).

1.3. Darnaus turizmo skatinimas ES

Turizmui skirtos Europos Darbotvarkės 21 kūrimas ir įgyvendinimas yra ilgas procesas. Greta šio darbo Komisija planuoja vykdyti konkrečius veiksmus, skatinančius Europos turizmo darnų vystymą ekonominiu ir socialiniu požiūriu, pavyzdžiui: nustatyti, kokios nacionalinės ir tarptautinės priemonės gali padėti su turizmu susijusioms MVĮ ir sukurti keitimosi gera patirtimi procesą. Įvertinti, kokį ekonominį poveikį makroekonomikos augimui ir užimtumo kūrimui, MVĮ verslo galimybėms, paslaugų kokybei ir konkurencingumui daro lengvesnė prieiga turizmo

sektoriuje. Sudaryti sąlygas keistis „turizmas visiems“ gerą patirtimi. Išleisti vadovą „Kaip steigti mokymosi vietas turizmo sektoriuje“, siekiant padėti tobulinti turizmo sektoriaus dirbančiųjų įgūdžius, į procesą įtraukdama visas suinteresuotąsias šalis. Analizuoti užimtumo tendencijas pakrančių ir su jūra susijusio turizmo sektoriuose. Rinkti oficialią statistiką ir užsakyti *e-BusinessW@tch* e.verslo tyrimus, siekdama įvertinti, kaip ateityje e.verslas paveiks turizmo pramonę. Tęsti savo iniciatyvas ir bendradarbiavimą su valstybėmis narėmis, pramonės atstovais ir Pasaulio turizmo organizacija (Bendrasis programavimo dokumentas, turizmas, 2006).

1.4. Darnus turizmas Baltijos jūros šalyse

Bendradarbiavimas turizmo srityje Baltijos jūros regione prasidėjo dar ankstyvajame XX a. 9-ajame dešimtmetyje, o aplinkos apsaugos svarba buvo aptarta keliose Baltijos jūros turizmo konferencijose. Bendrus principus visos Baltijos jūros valstybės įvedė tik XX a. 10-ojo dešimtmečio viduryje. Toks bendradarbiavimas leido sukurti naujas strategijas, kaip pritraukti turistus į Baltijos jūros regioną 1994 m., kaip nurodyta Baltijos jūros regiono vizijoje ir strategijose 2010 m. (VASAB2010). Vizija ir strategijos buvo atnaujintos 2002 m. ir pavadintos VASAB2010 Plus, siekiant parodyti 8 metų bendradarbiavimo patirtį.

Baltijos jūros salos ir pakrantės zonos

Baltijos jūros regiono vizija ir strategijos VASAB2010 Plus pristato šiuos tikslus, susijusius su salomis:

- Salos Baltijos jūros regione veiks kaip turizmo pagrindas.
- Pakrančių zonos bus suplanuotos ir išplėtos, išlaikant balansą tarp plėtros ir apsaugos.
- Baltijos gamtos teritorijų tinklas yra nustatytas ir saugomas.

Be to, VASAB sudarė šias turizmo rekomendacijas dėl vadovavimo teritorinio planavimo ir valdymo procesui pakrantės zonoje:

- Naujos veiklos, susijusios su miesto plėtra, statybomis, infrastruktūra, atostogų centrais ir laisvalaikio zonomis pakrantės teritorijoje už esančių miesto tipo gyvenviečių, planavimas turi būti paremtas pakrantės teritorijos planavimo arba funkcinio pagrindimu.

- Atostogų centrų ir laisvalaikio zonų vieta turi atitikti vietinius žemėtvarkos planus ir susijusius svarstymus, kylančius iš nacionalinės arba regioninės turizmo politikos, atsižvelgiant į landšafto, gamtos, kultūrinio paveldo ir landšafto talpumo išsaugojimą.

VASAB2010 Plus pripažįsta, kad turizmui labai svarbu, jog plėtra ir apsauga būtų glaudžiai susietos. Pakrančių zonos atlieka svarbų vaidmenį Baltijos jūros regione, kur yra susitelkusi žmonių

veikla – miestai, uostai, pramonė, žemės ūkis, turizmas – ir jautri gamta – pelkės, eroziniai krantai, archipelagai. Pajūrio kurortų veikla turi įtakos pakrančių zonoms, įskaitant laivybą, kasybą, maudynes, žvejybą ir karinį panaudojimą.

Tačiau integruotos šių skirtingų poreikių plėtros labai trūksta dėl sektorinio mąstymo ir nepakankamo administracinių sienų koordinavimo (Jūrinių tyrimų centras).

Darnus Baltijos pajūrio turizmas abipus sienos

Pajūrio turizmas, kurio svarbiausi gamtiniai išteklių – smėlis, jūra ir saulė, įvardijamas kaip viena iš labiausiai besiplėtojančių šiuolaikinio turizmo sričių. Norint sukurti saugią, stabilią ir patrauklią krantų aplinką, bei išsaugoti švarų vandenį ir nesunaikintas kranto augalų ir gyvūnų buveinių, būtina plėtoti darnų pajūrio turizmą. Jį lemia šios esminės prielaidos: a) kompleksinis kranto zonos tvarkymas; b) švarus vanduo, oras ir natūralios kranto ekosistemos; c) nepavojinga ir saugi rekreacinė aplinka, kurią užtikrina pavojingų gamtinių reiškinių (krantų ardos ir štorminės patvankos) neigiamo poveikio paplūdimiams sumažinimas; d) tausojanti krantotvarka, išsauganti rekreacinę kranto zonos vertę ir estetinį patrauklumą; e) teisiškai pagrįsta laukinės gamtos buveinių išsaugojimo politika. Taip pat viena iš būtinų darnaus pajūrio turizmo sąlygų – garantuoti deramas saugumo priemones besimaudantiems, plaukiojantiems valtimis bei užsiimantiems kitokia rekreacine veikla poilsiautojams pakrantėje ir priekrantėje (Barauskienė J., Darnus Baltijos pajūrio turizmas abipus sienos, 2006).

2003 metais Lietuvos Vyriausybė patvirtino Nacionalinę darnaus vystymosi strategiją. Buvo nustatyta visa eilė Lietuvos darnaus vystymosi prioritetų. Iš jų svarbiausi šie: a) socialinių ir ekonominių skirtumų tarp regionų ir regionų viduje mažinimas išsaugant jų savitumą; b) pagrindinių ūkio šakų (transporto, pramonės, energetikos, žemės ūkio, būsto, turizmo) poveikio aplinkai mažinimas; c) efektyvesnis gamtos išteklių naudojimas ir atliekų tvarkymas; d) geresnė biologinės įvairovės apsauga; e) geresnė kraštovaizdžio apsauga ir racionalus tvarkymas; f) Lietuvos kultūrinio savitumo išsaugojimas.

Kaip viena iš reikšmingų praktinių priemonių šiems prioritetams įgyvendinti, Strategijoje numatyta sukurti regioninius turizmo informacijos centrus, teikiančius išsamesnę informaciją apie Lietuvos istoriją, gamtos ir kultūros vertybes. Vienas iš tokių centrų numatytas įkurti ir prioritetiniame Lietuvos turizmui Baltijos pajūrio regione. Įkurti tokį centrą iniciatyvos ėmėsi Klaipėdos Universiteto Rekreacijos ir turizmo katedra.

Šią veiklą remia PHARE 2003 Bendradarbiavimo abipus sienos programa, kuri iš dalies finansuoja vidutinės apimties projektą „Baltijos jūros regiono darnaus turizmo informacinis centras“. Projekto tikslas – sukurti prielaidas plėtoti darnaus turizmo abipus sienos informacinę

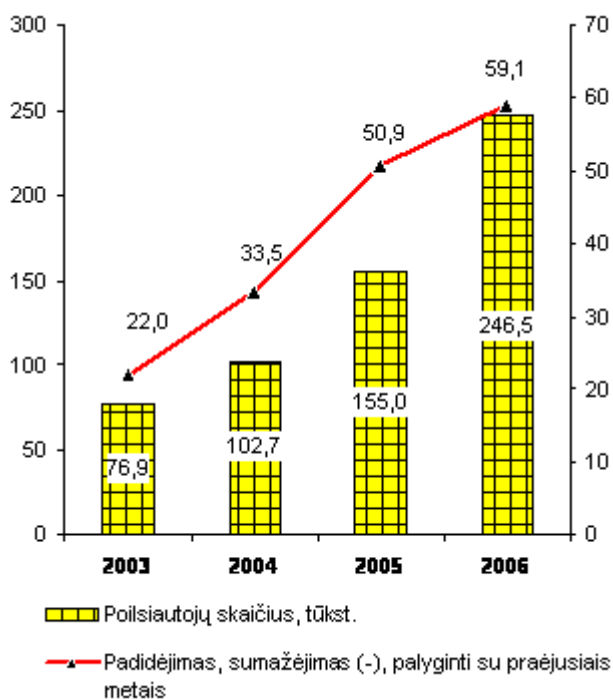
sistemą, įsteigiant Baltijos jūros regiono darnaus turizmo informacinį centrą prie Klaipėdos Universiteto, parengiant jo veiklos planą bei bendradarbiavimo abipus sienos strategiją su Liepojoje veikiančiu Žemutinio Kuršo regioniniu turizmo informacijos centru. Projektą įgyvendina Klaipėdos Universiteto Rekreacijos ir turizmo katedra kartu su Palangos bei Liepojos miestų savivaldybių administracijomis. Bendradarbiaujama ir su kitais socialiniais partneriais – Klaipėdos miesto savivaldybės administracija, Lietuvos ir vakarų Latvijos pajūrio savivaldybių informaciniais centrais, saugomų teritorijų direktijomis, privačiais pajūrio turizmo paslaugų teikėjais, nevyriausybėmis organizacijomis, Lietuvos ir Latvijos valstybiniais turizmo departamentais (Barauskienė J., Darnus Baltijos pajūrio turizmas abipus sienos, 2006).

2. DARNAUS TURIZMO SITUACIJOS ANALIZĖ LIETUVOJE IR ES

2.1. Kaimo turizmo sodybos Lietuvoje ir Suomijoje

Lietuva

2006 m. tyrimo duomenimis, kaimo turizmo sodybose ilsėjosi 246,5 tūkst. poilsiautojų, iš jų 25,8 tūkst. užsieniečių (2005 m. apgyvendinta 155 tūkst. poilsiautojų, iš jų 17,9 tūkst. užsieniečių). Užsieniečiai sudarė 10 procentų visų poilsiautojų, daugiausia jų atvyko iš Vokietijos (6,9 tūkst.), Latvijos (3,9 tūkst.), Lenkijos (3,5 tūkst.), Rusijos (1,9 tūkst.). Vidutinė poilsiautojų buvimo trukmė – 1,9 nakvynės (2005 m. – 2,8 nakvynės). Apgyvandinimo paslaugas teikė 531 kaimo turizmo sodyba. Sodybų skaičius, palyginti su 2005 m., padidėjo 33 procentais. Daugiausia kaimo turizmo sodybų yra Utenos apskrityje. Šioje apskrityje apsistojo penktadalis visų poilsiautojų (Statistikos departamentas, 2007).



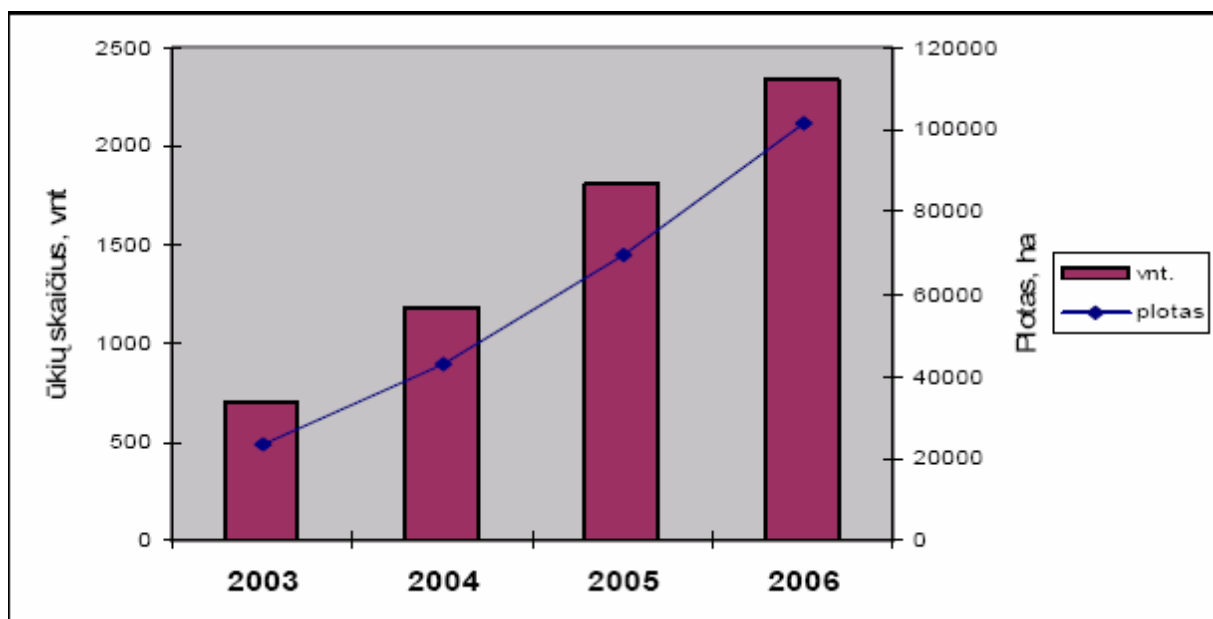
Šaltinis: Lietuvos statistikos departamentas

1 pav. Poilsiautojų skaičius kaimo turizmo sodybose

Ekologiniai ūkiai Lietuvoje

Ekologinių ūkių skaičius nuolat didėja. VšĮ „Ekoagros“ kolektyvas, siekdamas nuolat gerinti teikiamų paslaugų kokybę bei efektyvumą, 2006 m. pavasarį įsteigė padalinius Telšių ir Utenos apskrityse. Šiomet Telšių filialui priklausančiuose rajonuose sertifikuota 418, o Utenos regione – 614 ūkių. 2006 m. sertifikuoti 2348 ūkiai (iš jų -15 žuvininkystės ūkių), 19 ekologiškų produktų

tvarkymo įmonių, 11 pagalbinių medžiagų tvarkymo ir prekybos įmonių. Dėl Europos Sąjungos Tarybos reglamento (EEB) Nr. 2092/91 ir Ekologinio žemės ūkio taisyklių nesilaikymo ar koregavimo veiksnių nevykdymo nesertifikuoti 7 ūkiai (Ekoagros, 2007).



Saltinis: www.ekoagros.lt

2 pav. Ekologinės gamybos ūkių skaičius ir plotas

2006 m. sertifikuotas ekologinės gamybos plotas sudaro 102120 ha - maždaug 3,97 % deklaruotų tiesioginėms išmokoms žemės ūkio naudmenų ploto. Lyginant su 2005 m., sertifikuotas plotas padidėjo 68 %. Vidutinis ekologinės gamybos ūkis siekia 41 ha (2005 m. – 38 ha).

Suomija

Didžiąją dalį Suomijos teritorijos sudaro miškai – 65% ir vanduo – 10%. Čia yra daugiau nei 187880 ežerų ir 179580 salų.

Tokioje negausiai apgyvendintoje šalyje kaimo turizmas yra neišvengiamai pagrįstas ramybe ir erdve, nesugadinta gamta, kaimo kultūra ir galimybėmis, kurias suteikia keturi skirtingi metų laikai.

Įvairios organizacijos Suomijoje nuomoja maždaug 6000 kotedžų ir vasarnamių. Kiti 6000 yra nuomjami tiesiogiai pačių šeiminių. Šie 12000 kotedžų sudaro apie 3% iš visų 360000 atostogoms skirtų vietų Suomijoje. Tradiciniai kotedžų elementai yra kotedžas+pirtis+ežero pakrantė+valtis. Poilsiautojai maistu ir kitais būtiniais dalykais turi apsirūpinti patys. 33% kotedžų yra šiaurinėje Suomijoje, 30% – rytuose, 21% – Aland salose ir 16% – vakarinėje šalies dalyje.

Maždaug 2000 ūkių iš 170000 teikia poilsiautojams apgyvendinimą pačiame ūkio name, kotedže arba įrengtuose ūkiniuose pastatuose. Poilsiautojai gali pasirinkti pilną maitinimą arba tik pusryčius (vakarienę).

Suomių kaimo turizmo paslaugos yra paremtos sena valstiečių kultūra ir šiuolaikišku kaimo gyvenimu. Poilsiautojams skirtos veiklos įtraukia: žvejybą, uogavimą ir grybavimą, audimo pamokėles ir tradicines šventes. Poilsiautojai taip pat gali praleisti Kalėdas, padėti su miško darbais, leisti į žygius su žirgais, keliones valtėmis ir lankytis kaimo festivaliuose (Wikipedija laisvoji enciklopedija, 2006).

Be paslaugų teikėjų sąjungų, didelį poveikį kaimo turizmui daro politinė, ekonominė šalies padėtis ir valdymo institucijų požiūris į kaimo turizmą. Valdžios institucijos įdiegia kaimo turizmo plėtrą skatinančius projektus. Šalyje kaimo turizmas organizuojamas remiantis mokslininkų tyrimais.

Didelė valstybės parama, vykdomi moksliniai tyrimai, palanki mokesčių sistema, kaimo turizmo plėtrą skatinantys projektai, valdžios požiūris galėtų būti puikus pavyzdys Lietuvos vyriausybei vystant kaimo bei darnųjį turizmą. Suomijos rezultatai yra puikus pavyzdys Lietuvai.

2 lentelė

Lietuvos ir Suomijos kaimo turizmo sodybų skaičiaus palyginimas

	Lietuva	Suomija
Gyventojų skaičius	≈ 3,5 mln.	≈ 5,2 mln.
Valstybės plotas	65200 km ²	338145 km ²
Kaimo turizmo sodybų skaičius	531	17000

Šaltinis: Sudaryta autorės, remiantis lt.wikipedia.org duomenimis. www.ekoagros.lt duomenimis.

2.2. Ekologinių ženklų taikymas ES

Ekologinis ženklavimas yra naudingas tuo, kad informuojant vartotojus, galima keisti aplinkai žalingus gaminius/paslaugas nekenksmingais palaipsniui, nesukeliant didelių ekonominių pasekmių. Aplinkosauginis ženklavimas suteikia galimybę patiems vartotojams pasirinkti mažiau kenksmingus aplinkai gaminius ir tokiu būdu mažinti kenksmingą poveikį aplinkai ir sveikatai. Eko ženklas yra grafinis simbolis, dažniausiai pateikiamas prekės etiketėje ar reklamoje. Jis suteikia

galimybę žmogui, net ir nesuprantančiam viso chemijos ar biologijos almanacho, išsirinkti ne tik kokybiškas, bet ir aplinkai nekenksmingas prekes, kadangi gaminiai, turintys eko ženklus, atitinka griežtus mokslininkų nustatytus kriterijus.

Taip pat *Eko-ženkle* nauda yra ta, jog jis garantuoja vartotojui, kad produktus patikrino nepriklausomi organai, nustatantys produktų atitikimą griežtiems ekologijos ir eksploatacijos kriterijams. Be to, pasitikėjimą programa ir dalyvavimą joje skatina ir indėlis, kurį įneša pramonės atstovai, komercijos organizacijos, aplinkosaugos bei vartotojų organizacijos, profsajungos, dalyvaudami apibrėžiant aukščiau minėtus kriterijus. Taigi, galutinis vartotojas vis labiau įsitikins, jog už “Gėlės” (ženkle), jis ar ji ras produktą ar paslaugą, atitinkančius ekologinius kriterijus, kurie nustatomi pagal mokslines ir technines rekomendacijas aktyviai dalyvaujant nepriklausomoms ir neutralioms institucijoms (Europos ekologinis ženklas).

Ši tendencija pasitvirtino per pastaruosius dešimtį metų - Eko-ženklas tapo plačiai Europoje naudojamu produktų ženklu, suteikdamas paprastą ir tikslią informaciją vartotojams. Vis dėlto, dar galima daug nuveikti, šį ženklą rekomenduojant tiek gamintojams, tiek vartotojams. Kadangi EMAS programa ir Eko-ženkle projektas – tai nuolatinis procesas, o esamos 49 procedūros ir direktyvos - nuolat atnaujinamos ir peržiūrimos, todėl atsiranda naujų procedūrų, direktyvų bei įstatymų. Taigi, dėl šio proceso atsirado Bendrijos Eko-ženkle projekto versija, paremta Reglamentu (EC) nr. 1980/2000 (2000 07 19).

Atsiradus šiam naujam reglamentui, ES Eko-ženkle projektas buvo papildytas, įtraukiant paslaugas. Tai atveria naujas, plačias galimybes, kalbant apie protingą išteklių naudojimą. Pirmiausia šiuo praplėstu Reglamentu buvo pasinaudota apibrėžiant kriterijus turistų apgyvendinimo paslaugai. Šie kriterijai buvo paskelbti ir galioja nuo 2003 05 01 iki 2007 04 30. Kriterijų apibrėžimas buvo įdomus iššūkis, žinant turizmo šakos sudėtingumą.

Kaip anksčiau minėta, Eko-ženkle projektas (dar vadinama “Gėlės” projektu dėl ženkle išvaizdos) – tai dalis platesnės strategijos, kurios tikslas - protinga gamyba ir vartojimas. Šį tikslą galima pasiekti, naudojant integruotą į produktą orientuotą strategiją, apibrėžtą naujojoje Aplinkosaugos veiksmų programoje “Aplinka 2010: Mūsų ateitis – mūsų pasirinkimas”.

Viena iš pagrindinių į rinką orientuoto Eko-ženkle projekto charakteristikų – informacijos ir pranešimų srautas. Norint įgyti vartotojų, būtina plačiai skleisti informaciją apie produkto ar paslaugos poveikį aplinkai viso produkto ar paslaugos gyvavimo ciklo metu.

1977 m., pirmoji Europoje, Vokietijos Federacinė Valstybė (VFR) pradėjo taikyti aplinkosauginį prekių ženklinimą. Vokietijos eko ženklas, vadinamas “Mėlynuoju angelu”, ir dabar plačiai naudojamas ir žinomas Vokietijoje ir kitose šalyse.

Šiaurinėje Europoje plačiai paplitęs „Gulbės“ eko ženklas. 1989 m. Šiaurės šalių Ministrų Taryba, kurios narės yra Suomija, Švedija, Norvegija, Islandija ir Danija priėmė bendrą šių šalių

aplinkosauginio ženklavimo programą. Nacionalinės ir Šiaurės šalių ekologinio ženklavimo Tarybos kartu kuria aplinkosauginius kriterijus, numatydamos, kad tam tikra proporcija (iki 30 %) rinkos produktų atitiktų tuos kriterijus. Lietuvoje galima nusipirkti „Data Copy“ popierių, Skalavimo miltelius "Mini Risk", indų ploviklį "Mini Risk", sertifikuotus „Gulbės“ ženklu.

Minėti eko ženklai yra seniai žinomi, vartotojai jais pasitiki, todėl gaminių, paženklinutų jais, galima rasti beveik visoje Europoje.

Nacionalines ženklavimo sistemas turi Lietuva, Lenkija, Estija, Čekija, Prancūzija, Austrija, Ispanija, Vengrija, Slovakija, Kroatija, Danija, Švedija ir kitos Europos šalys, tačiau jos nėra tokios populiarios.

Siekiant sukurti vieningą Europos Sąjungos rinką, 1992 m. Europos Ekonominės Bendrijos Taryba priėmė sprendimą dėl „Bendrijos eko ženklo suteikimo tvarkos“. Tačiau vartotojai šiuo ženklu nepasitikėjo ir 2000 m. Europos Parlamentas ir Taryba priėmė reglamentą, kuriuo remiantis buvo pakeista Bendrijos ekologinio ženklo suteikimo tvarka. Taip pat sukurta Europos ekologinio ženklavimo valdyba, kuri nustato aplinkosauginius kriterijus, vertinimo ir patikros reikalavimus.

ES eko ženklas – „ES gėlė“ – gali būti suteiktas produktams bei paslaugoms, išskyrus farmacinius preparatus, maistą ir gėrimus. Ženklas gaminiui suteikiamas trims metams, po to kriterijai (ženklui gauti) peržiūrimi. Didžiausia problema kyla nustatant kriterijus, kadangi visose Europos Sąjungos šalyse turi galioti vienodi kriterijai. Tai yra trūkumas, kadangi aplinkosauginės problemos ne visur yra vienodo lygio ir kai kurioms šalims reikėtų griežtesnių kriterijų. „ES Gėlės“ ekologinio ženklavimo kriterijai nėra labai griežti, jie, kaip ir „Gulbės“ eko ženklu, nustatomi taip, kad nuo 5 iki 30 procentų tam tikros grupės produktų galėtų gauti šį eko ženklą.

„ES gėlė“ yra pasirenkama laisvanoriškai, gamintojai ir importuotojai, norintys įsigyti sertifikatą, turi sumokėti už gaminių atitikimo kriterijus patikrinimą, sertifikato įsigijimą ir metinį naudojimo mokestį (Europos ekologinis ženklas, 2007).

2.3. Turizmo paslaugų ekologinis ženklavimas

2000/2001 metais, Pasaulio Turizmo Organizacijos įgaliota organizacija parengė globalią studiją apie savanoriškai taikomus ekologinius ženklus turizmo versle, kurie deklaruoja darnios plėtros principų taikymą turizme. Studijoje pateikta medžiaga parodė, kad Europoje esama daugiau nei 100 ekologinių ženklų suteikiamų turizmo verslo paslaugoms. Visi šie ekologiniai ženklai buvo aptarti pirmą kartą pasaulyje parengtoje studijoje, įvertinant šių ekologinių ženklų atsiradimo istorines aplinkybes, paskirtį, suteikimo procedūras ir jų efektyvumą darnios plėtros principams. studijoje nurodoma, kad daugelis ekologinių ženklų yra tikrai vertingi ir jie išliks ilgam, nes jie atitinka ir darnios plėtros ir vartotojų keliamus reikalavimus.

Europa turi labiausiai „žalią“ turizmo sertifikavimo programą, lyginant su kitais pasaulio regionais. 1980 – 1990 metais daugelis turizmo asociacijų, vartotojų organizacijų ir valstybinių institucijų susidomėjo aplinkai palankaus turizmo arba ekologinio turizmo vystymo klausimais. 2004 m. Europoje jau buvo žinoma daugiau nei 50 ekologinių sertifikavimo sistemų, apimančių daugelį turizmo verslo teikiamų paslaugų, kaip antai, apgyvendinimo paslaugos, pliažai, apsauginės teritorijos, restoranai, golfo laukai, amatininkų sukurti darbai ir kitos su turizmu susijusios veiklos sritys. Daugiau nei 40 ekologinio ženklavimo sistemų skirta turistų apgyvendinimo paslaugų ekologiniu ženklavimui, ekologiniai ženklai suteikiami viešbučių turistams teikiamoms paslaugoms, kartais drauge su restoranais ar be jų, kempingams, jaunimo viešbučiams, kaimo turizmo sodyboms, svečių namams, laikinoms turistų buveinėms be maitinimo. Turizmo paslaugų įvairovė skatina ir beveik neribotą ekologinio ženklavimo sistemų įvairovę, kuri tampa labai neaiški vartotojui, kurią sistemą tikslinga pasirinkti, nes neaiškūs kiekvienos sistemos kriterijai, kokius reikalavimus jie kelia. Be to, neaišku ir kokia yra pusiausvyra tarp aplinkos vadybos sistemos ir veiklos kriterijų ir pasiekiamų rezultatų. Kaip pagaliau tie kriterijai nustatomi ir kokios garantijos, kad užtikrinamas jų vykdymas ir kontrolė? Ir kaip tas turtingas turizmo verslo valdytojas ir kiekvienas turistas prisideda prie darnios plėtros vystymo? Iš esmės turizmo paslaugų ekologinio ženklavimo sistema reikalauja harmonizavimo, tiksliai apibrėžiant produktų grupes (gaminių ir paslaugų), nustatant jų poveikį aplinkai, taip kad tai galėtų būti kontroliuojama ir palyginama skirtinguose turizmo objektuose ir tada sukurti tikslus ekologinius ženklavimo kriterijus. Idealiu ekologinio ženklo suteikimo kriterijai turizmui turi užtikrinti „palankesnę poveikį aplinkai“, kurie turi atitikti nacionalinius ir regioninius įstatymų reikalavimus bei leisti turistui ir turizmo verslo organizatoriui vykdyti „geriausią pasirinkimą“ (Europos ekologinis ženklas).

„VISIT“ numatyti jungtiniai žingsniai ekologinio ženklavimo sistemos diegimo sėkmei turizmo versle

Ekologinio ženklavimo sistemos diegimo turizmo versle Europoje sėkmė priklauso nuo pastangų, didinant kooperaciją, konsolidaciją tarp ekologinio ženklo suteikimo sertifikacijos programų, kuriant jungtines rinkos programas, mažinant kainas ir keliant jų svarbą bei paplitimą rinkoje. Europoje esama apie 40 ekologinio ženklo suteikimo sertifikavimo sistemų, skirtų aplinkos apsaugos klausimams turizmo paslaugų sferoje. Vartotojai tikisi, kad sertifikuoti produktai, kaip antai, viešbučių paslaugos turistų apgyvendinimui, pliažai, ir t.t. bus praktiškai prieinami ir atitiks tam tikrus kriterijus, kurie bus patikrinami laikantis atitinkamų patikros procedūrų, užtikrinančių kriterijų atitikimo įvertinimą. „VISIT“ nustatė: 10 ar daugiau labiausiai pripažintų ekologinių ženklų gali būti toliau aptariami, siekiant nustatyti esminius reikalavimus, kurie galėtų būti

panaudoti visų turizmo verslo teikiamų paslaugų ekologiniam ženklavimui Europoje, suteikiant labai patikimą sertifikatą: pavyzdžiui, „The VISIT Standard“ („VISIT Standartas“). Visi ekologiniai ženklai savo sertifikatuose nurodo, kad gerinama aplinkos apsaugos kokybė. Tačiau kaip iš tiesų nustatoma tas kokybės lygis ir koks nustatymo metodo patikimumas? Kuris ekologinis ženklas, yra vis dėl to priimtinausias vartotojams ir turizmo operatoriams. „VISIT“ siūlo palyginti visų Europos ekologinių ženklų, naudojamų turizmo verslo paslaugoms ženklini, suteikimo kriterijus ir jų nustatymo procedūras, įvertinant jų atitiktį „VISIT Standartui“ siūlomai koncepcijai ir individualias „stiprybes“ labiausiai pripažintų ekologinių ženklų Europoje (Pasaulinė turizmo organizacija).

„VISIT“ projekto pripažinti ekologiniai ženklai turizmo paslaugoms

Italijos Ekologinis ženklas turizmo produktams

2003 metų duomenimis Italijoje yra paženklinta apie 300 turistų buvimo vietų. Pradedant 1997 m., kai sertifikavimo sistema „siūlanti aplinkai palankius viešbučius“ buvo pirmą kartą pradėta naudoti Riccione maudymosi kurorte, „Legambiente Turismo“ scheme nuolat plečiasi. 2004 m. 192 viešbučių ir 46 kitos apgyvendinimo vietos, tai daugiau nei 45 000 lovų, 42 maudymosi objektams ir 20 kempingų, įsikūrusių pajūryje, kalnuose ir įžymiuose Italijos miestuose buvo suteiktas Legambiente Turismo ekologinio ženklo sertifikatas, su puikiu „Žaliosios Gulbės“ logotipu. Šio ekologinio ženklo kriterijai apima taupesnę vandens ir energijos šaltinių panaudojimą, numato atliekų mažinimo programą, puikią vietinę virtuvę ir pusryčiams pasirinkimą organinių (ekologinių) produktų, leidžiančių lankytojams susipažinti su vietine kultūra, gamtine aplinka.

*Šveicarijos ekologinis ženklas „STEINBOCK LABEL“ („KALNŲ OŽIO ŽENKLAS“)
viešbučiams*

Šis „Kalnų ožio“ ekologinis ženklas parodo, kad Šveicarijos viešbučiai ir restoranai įsipareigoja laikytis darnios plėtros vystymo principų, taikant juos aplinkai, personalui ir visai visuomenei, kaip ir ekonominiams rezultatams. Viešbučiams gali būti skiriama iki 5 šių ženklų. Penkiolika viešbučių šešiuose Šveicarijos kantonuose turi suteiktus 3, 4 ar 5 „kalnų ožius“. Šie viešbučiai apima tiek tradicinius ženklavimus 3 ar 5 žvaigždžių ženklais tiek ir viešbučius, kurie labai orientuoti ekologinių priemonių taikymui. Visi iš jų, priklausomai nuo suteikti ekologinio ženklo lygmens užtikrina tiek gerą svečių aptarnavimą tiek palankų poveikį gamtai ir visuomenei.

Austrijos „VANDENS GAUSOS“ ekologinis ženklas turizmo verslo paslaugoms

Austrijos nacionalinis ekologinis ženklas turizmo paslaugoms yra pirmasis valstybinis ekologinis ženklas Europoje, naudojantis „Vandens gausos“ logotipą, kuris yra naudojamas ir kitiems Austrijoje sukurtiems aplinkai palankiems produktams ženklini. Bet kuriuo atveju ar jūs norite apžiūrėti Vieną, ar keliauti pėsčiomis į kalnus, ar aplankyti ežerus, ar keliauti žiemą, nuo 1997 metų Austrijoje keliautojams siūlomas vis didėjantis kiekis viešbučių, kaimo turizmo sodybų, jaunimo viešbučių, privačių svečių namų, kempingų, apartamentų, kalnų turizmo namų ir restoranų, kurie užtikrina aukštus aplinkos apsaugos standartus. Be to, juose siūloma puiki virtuvė su regioniniais produktais, auginamais kalnų ūkiuose, kurie taip pat rūpinamasi biologine įvairove ir neliestos natūralios gamtos aplinkos išsaugojimu (Europos ekologinis ženklas, 2007).

Tarptautinis Mėlynosios Vėliavos ekologinis ženklas

2004 metais Tarptautiniu Mėlynosios Vėliavos ekologiniu ženklu buvo paženklinta 2 211 paplūdimių ir 605 prieplaukos. Švarus maudymosi vanduo ir švarus paplūdimys yra esminiai reikalavimai maloniam poilsiui prie jūros. Pradedant 1887 m. Mėlynosios Vėliavos ekologinis ženklas informuoja apie maudymosi vandens kokybę, paplūdimių švaros ir atliekų tvarkymo tinkamus priežiūros būdus. Tarptautinės Mėlynosios vėliavos plevėsuoja ir smėlėtuose Graikijos ar Prancūzijos paplūdimiuose, Italijos ar Vokietijos jachtų prieplaukose, Lietuvos paplūdimiuose Nidoje, Juodkrantėje, Palangoje, Klaipėdoje. Tarptautinės Mėlynosios Vėliavos ekologiniu ženklu pažymėtų kurortų paplūdimių lankytojai aprūpinami informacija, apie aplinkosauginius reikalavimus ir aplinkos apsaugos galimybes išsaugoti paplūdimių aplinką.

Prancūzijos „ŽALIOJO RAKTO“ ekologinis ženklas turistų apgyvendinimo paslaugoms

Nuo 1994 m. „Žaliojo rakto“ ekologinis ženklo sertifikatas gali būti suteikiamas viešbučiams, jaunimo viešbučiams, turistų bazėms, kotedžams ir kempingams. 2003 m. Prancūzijoje „Žaliojo Rakto“ ekologinis ženklo sertifikatas yra suteiktas apie 10 000 kempingų, nameliams ant ratų, vasarnamiams, svečių namams. Prancūzija laikoma kempingų entuziastų rojumi. Prancūzijoje 10 000 kempingų siūlo lankytojams labai įvairiapusišką pasirinkimą nuo labai elementarių, iki idealių, esančių netoli jūros ar kaimo sodybose, esančiose prabangiose vietovėse, ar arti turistinių atrakcionų su kiekvienam prieinama infrastruktūra ar patogumais. Pradedant 1999 m. „Žaliojo Rakto“ ekologinis ženklo sertifikatas užtikrina tam tikro laipsnio aplinkos apsaugą. Prancūzijos Bretanės ir Viduržemio jūros pakrantėse yra 100 vietovių paženklintų „Žaliojo

rakto“ ekologiniu ženklu, kuriose yra taikomos specifinės priemonės saugant bioįvairovę, efektyvios priemonės saugant gamtos išteklius ir vystant aplinkos apsaugos edukacines programas. Be Prancūzijos „Žaliojo Rakto“ ekologinis ženklas, naudojamas Danijoje, Estijoje, Grenlandijoje, Švedijoje, Lietuvoje viešbučių paslaugų aplinkosauginėms savybėms pažymėti.

Ispanijos Katalonijos srities ekologinis ženklas (El distintivo de garantía de Calidad Ambiental)

Šis ekologinis ženklas buvo įdiegtas 1994 m. Ispanijos Katalonijos provincijoje, pradžioje jis buvo suteikiamas tik pramoniniams gaminiams. Nuo 1998 metų šis ekologinis ženklas yra suteikiamas ir paslaugoms ir turizmo verslo teikiamoms apgyvendinimo paslaugoms: 26 viešbučių teikiamoms turistų apgyvendinimo paslaugoms, 16 kempingų, 20 jaunimo viešbučių apgyvendinimo paslaugoms ir 8 kaimo turizmo sodyboms. Taikomi vadybos ir nustatomi reikalavimai ekologinis ženklo kriterijai yra dviejų dalių: privalomi ir laisvai pasirenkami. Aplinkos apsaugos kriterijai apima atliekų vadybą, vandens ir energijos sąnaudas, poveikį kraštovaizdžiui, žaliuosius pirkimus, triukšmo vertinimo kriterijus, informacija lankytojams apie aplinkos apsaugos priemones, lokales ekskursija bei regioninius produktus.

Latvijos Respublikos Ekologinis Ženklas „Žaliosios Atostogos“ Kaimo turizmo objektams

2004 m. duomenys rodo, kad šis ekologinis ženklas yra suteiktas 53 turistų apgyvendinimo objektams. Pirmykštė gamta, žydinčios pievos, mišku apaugę kalnai ir smėlėti paplūdimiai yra būdingi Latvijos landšaftui. Nuo 1999 metų Latvijos Respublikoje Žaliojo Sertifikatas yra suteikiamas kaimo turizmo paslaugoms, tokioms, kaip kaimo turizmo sodyboms, kotedžams, svečių namams ir kempingams, kuriuose puikiai derinamos palankios aplinkai aukštos kokybės paslaugos turistams.

Didžiosios Britanijos „Žaliojo turizmo verslo sistema“ („Green tourism Business Scheme“)

Ši sistema buvo sukurta 1998 m. Škotijos Nacionalinės Turizmo Tarybos. Ši sistema apima daugiau nei 450 turizmo verslo paslaugų teikiamų Škotijoje, pradedant nedidelėmis kaimo sodybomis, spirito varyklomis, kurias gali išvysti savo malonumui lankytojai atvykę į Škotijos salas, bei Edinburgo tarptautinį Konferencijų Centrą, daugelį medžioklės dvarų ir viešbučių, šeimyninių kotedžų, su jų tiekiamu maistu, jaunimo viešbučių ir turistinių bazių, atrakcionų ir apgyvendinimo

paslaugos – lovos, pusryčiai. Visos šios turizmo verslo paslaugos turi atitikti atitinkamus kokybės reikalavimus – atitinkamas žvaigždučių kiekis. Ši sistema yra įdiegta Anglijoje 100 turizmo verslo teikėjų, pagrindiniuose turizmo objektuose Devone, Rytų Anglijoje, Blekpule (Blackpool) ir Šiaurės vakaruose. Yra trijų lygių sertifikatai: Bronzos su gera praktika, Sidabro su geriausia praktika ir Aukso su nuostabia praktika aplinkos apsaugos ir darnios plėtros srityse.

Liuksemburgo EKO – ŽENKLAS („EcoLabel Luxembourg“)

2003 m. Didžiojoje Liuksemburgo karalystėje Liuksemburgo ekologinio ženklo sertifikatas buvo suteiktas 23 turistų apgyvendinimo paslaugoms mieste ir apylinkėse. Kraštovaizdžio ir kultūros įvairovė Didžiojoje Liuksemburgo kunigaikštystėje, su patraukliais jos miestais, nacionaliniais parkais ir miškais yra puikus atspindys čia siūlomų apgyvendinimo paslaugų. Nuo 1999 m. lankytojai gali pasirinkti aplinkai itin palankius viešbučius, jaunimo viešbučius ir turistines bazes, nakvynes privačiame sektoriuje, apartamentuose, kempinguose su išankstiniu rezervavimu vietų Liuksemburgo mieste ar jo apylinkėse. Ekologinio ženklo sertifikatus turinčiose 23 turistų apgyvendinimo objektuose ne tik skiriamas dėmesys aplinkos apsaugai, bet taip pat teikiamos ir labai aukštos kokybės paslaugos. Didžiojoje Liuksemburgo kunigaikštystėje ekologinį ženklą remia Turizmo ir aplinkos apsaugos ministerija.

Nyderlandų karalystės ekologinis ženklas („The Mileubarometer“)

2003 m. šio Nyderlandų karalystės ekologinio ženklo sertifikatus buvo gavę 230 kempingų, kurortų, viešbučių, turistų grupių apgyvendinimo bazės ir atrakcionų parkai. Nyderlandų karalystės ekologinis ženklas parodo lankytojams kokio lygio aplinkos apsaugos paslaugas jiems yra siūlomos iš labai gausaus šių paslaugų pasiūlos- tai ir šeimyninio poilsio laisvalaikio praleidimo galimybės, jaunimo grupėms ir kitos. Nuo 1998 m. šis ekologinis ženklas yra trijų skirtingų lygmenų. Bronza – yra gerai, Sidabras – geriau, Auksas – labai gerai ir tada jau gali būti suteikiamas Nyderlandų valstybinis ekologinis ženklas „Milieuker“. Lankytojai gali leisti atostogas aplinkai palankioje aplinkoje.

„Šiaurės gulgės“ ekologinis ženklas naudojamas Švedijoje, Danijoje, Islandijoje, Suomijoje, Norvegijoje

„Šiaurės Gulgės“ ekologiniu ženklu 2003 m. buvo paženklinta 79 viešbučiai Švedijoje, Danijoje, Norvegijoje, Suomijoje ir Islandijoje. Nuo 1989 m. vartotojai jau gali rinktis produktus

paženklintus Šiaurės šalių multinacionaliniu „Šiaurės Gulbės“ ekologiniu ženklu. Nuo 1999 metų jau lankytojai turi galimybes apsigyventi ir viešbučiuose, turinčiuose „Šiaurės gulbės“ ekologinį ženklo sertifikatą. Kiekvienas viešbutis turintis „Šiaurės Gulbės“ ekologinio ženklo suteikimo sertifikatą turi sukūręs ilgalaikę aplinkos apsaugos programą, kuri apima viešbučio paslaugų sritis, kaip vandens, energijos, chemikalų sąnaudos.

Potencialios galimybės harmonizacijos VISIT eko – ženkla su Europos Bendrijos eko – ženklu „Gėlė“

„VISIT“ planuojama sukurti ekologinio ženklinimo sistema, skirta turistų apgyvendinimo paslaugoms ženklinti, turėtų labai tarpiai sietis kitais ženklais, susijusiais su darnios plėtros principais, įskaitant ir Europos Bendrijos ekologinį ženkla „Gėlė“ turistų apgyvendinimo paslaugoms. Pagrindas jungtinėms pastangoms yra pritarimas kriterijų ir procedūrų naudojamų Europos Bendrijos ekologinio ženklo „Gėlės“ ir siūlomų „VISIT“ reikalavimų suderinimui. Kiekviena ekologinio ženklinimo sistema turi savo propagavimo programą ir atitinkamą vadybos sistemą. Vadovaujantis esminiais turistų apgyvendinimo paslaugų kriterijais ir rūpinantis ekologinio ženklinimo sistemos stiprinimu, būtų labai naudinga, jeigu „VISIT“ kuriama ekologinio ženklinimo ir Europos Bendrijos ekologinio ženklinimo sistema „Gėlė“ sukurtų jungtinę programą, tai būtų abipusė nauda (Jungtinių Tautų aplinkos programa).

Keletas specifinių skirtingumų tarp „VISIT“ aptarimui pasirinktųjų ekologinių ženklų:

1. „Šiaurės Gulbė“ yra vienintelė ekologinio ženklinimo sistema Europoje, kurioje esama reikalavimų lankytojų apgyvendinimo paslaugų lygiui, kaip apgyvendinimo paslauga su plaukymo baseinu ar be jo, skirtingo lygmens energijos, vandens, chemikalų sąnaudos.

2. „Das Österreichische Umweltzeichen für Tourismusbetriebe“, Austrijos turizmo paslaugoms ekologinio ženklo suteikimo sistema rodo gerą suderinamumą su Europos Bendrijos ekologinio ženklinimo „Gėlė“ sistema, bet joje esama ir papildomų kriterijų, kurie atspindi Austrijos žemės ūkio ir kitus vietinius produktus.

3. Didžiosios Britanijos, „Green Tourism Business Scheme“, „Žaliojo Turizmo verslo sistema“ apima plačiausią turizmo paslaugų grupę Europoje, įskaitant turistų lankomus atrakcionus ir spirito varyklas, kurioms gali būti suteikimas ekologinis ženklas. Ji turi puikių pasisekimų Europoje, nes net 15 turistų turizmo objektų yra suteiktas šios sistemos ekologinis ženklas.

4. „Steinbock label“ Šveicarijos ekologinio ženklo suteikimo sistema yra pirmoji Europoje ekologinio ženklavimo sistema pilnai atitinkanti darnios plėtros principus, kurioje didelis dėmesys skiriamas aplinkos apsaugos, socialiniams ir ekonominiams kriterijams.

5. „Žaliojo Rakto“ sertifikavimo sistema turizmo versle labai plačiau taikoma Europoje. „Žaliojo Rakto“ ekologinio ženklo suteikimo sistema kempingams informuoja apie poveikį aplinkai ir gamtos išsaugojimą. „Žaliojo Rakto“ suteikimo sistema viešbučiams siūlo aukštos klasės paslaugas su minimaliu poveikiu aplinkai. Nuo 2004 metų „Žaliojo Rakto“ ekologinio ženklo suteikimo organizacijos taip pat bendradarbiauja su Tarptautinės Mėlynosios Vėliavos ekologinio ženklo suteikimo sistemą diegiančiomis organizacijomis.

6. „LegambienteTurismo“ Italijoje suteikiamas ekologinis ženklas yra visiškai kontroliuojamas nepriklausomos aplinkosauginės organizacijos įsikūrusios Italijoje vadinamos Legambiente, kuri suteikia ekologinį ženklą tik tada, kai yra pasirašomas sutarimas su regionine turizmo organizacija.

7. „Mileubarometer“ ekologinio ženklavimo sistema rodo unikalų privataus ženklo bendradarbiavimą su Olandijos valstybinio ekologinio ženklo „Duch Mileukeur“ suteikimo sistema, nes turizmo verslo paslaugoms pasiekus aukščiausią – „aukso laipsnį“ paslaugoms suteikiami abiejų ekologinių ženklų sertifikatai, leidžiama naudoti abiejų ekologinio ženklavimo sistemų simboliai.

8. „EcoLabel Luxembourg“ remiasi partneriškais nuostatomis tarp privataus ekologinio ženklo ir valstybinių institucijų, siūlo valstybinę informaciją ir mokymus paslaugų teikėjams, gavusiems ekologinį ženklą turizmo paslaugoms.

9. Katalonijos „El Distintivo“ yra regioninės valdžios valdomas ekologinis ženklas, kuris yra labai artimas EMAS ir skatina turistų apgyvendinimo paslaugų teikėjus stiprinti jų aplinkos apsaugos vadybą.

10. Latvijos „Zalais Sertifikatas“ mažina išorinio audito kainas suderindami viešbučių kokybės klasifikavimo auditą su „Žaliojo Sertifikato“ suteikimu.

11. Tarptautinė Mėlynoji Vėliava yra labiausiai žinomas turizmo paslaugoms suteikiamas ekologinis ženklas yra paplitęs visame pasaulyje. Šis ekologinis ženklas vaidina labai svarbų vaidmenį įdiegiant Europos Sąjungos Maudyklų Direktyvą (Europos ekologinis ženklas).

2.4. Ekologinis ženklavimas Lietuvoje

1995 m. buvo pradėti kurti Lietuvos ekologinio ženklavimo kriterijai ir 1996 m. Lietuvos Respublikos Aplinkos Ministerijos nutarimu buvo patvirtinta gaminių aplinkosauginio ženklavimo tvarka.

Ši tvarka 2001 m. buvo pakeista ir patvirtinta nauja. Remiantis ja, Lietuvos aplinkai nepavojingo gaminio ženklo (ANGŽ) kriterijai naudojami tokie patys, kaip ir “ES gėlės”. Ženklas gali būti suteikiamas visiems gaminiams, išskyrus maisto produktus, gėrimus, medicininius preparatus.

Grafinį ANGŽ simbolį – leliją po stogeliu žaliame fone - sukūrė žinomas Lietuvos dailininkas Tadas Kosčiuška. Vandens lelija buvo pasirinkta dėl didelio jautrumo teršalams.

Tačiau nesunku pastebėti, kad per tuos aštuonerius metus taip ir nematėme jokios “lelijos po stogeliu”. Paieškokime to priežasčių.

Visų pirmiausia, aplinkosauginis ženklavimas – visuomenės sąmoningumo išbandymas. Prekės, turinčios eko ženklą dažnai būna brangesnės už savo analogus be ženklo, kadangi jų gamyba reikalauja didesnių sąnaudų. Mokėdami tą skirtumą žmonės turi suprasti, kad moka už švaresnę ir sveikesnę aplinką, savo ir savo vaikų sveikatą, racionalų gamtos išteklių naudojimą.

Ekologinis ženklavimas neturi palikti abejingų nei vartotojų, nei gamintojų ar importuotojų. Galinga jėga, formuojanti pasiūlą, yra paklausa. Vartotojai, reikalaudami ekologiškų produktų ir juos rinkdamiesi, įtakoja gamintojus bei skatina juos keisti gamybos prioritetus. Dėl vartotojų įtakos pastarieji priversti gaminti daugiau aplinkai saugių produktų. Konkurencija, ir aiškus vartotojų prioritetų teikimas aplinkai saugiems gaminiams lemia didesnę tokių produktų pasiūlą.

Didelė problema Lietuvoje yra vartotojų aplinkosauginio sąmoningumo nebuvimas ir informacijos apie ekologiškus gaminius trūkumas. Gamintojai nėra suinteresuoti naudoti ANGŽ, kadangi dėlto pakiltų reikalavimai jų gaminių ekologiškai kokybei, reikėtų išsipirkti ANGŽ licenzijas. Be to, jei ir turėtų tą ženklą, lieka atviras klausimas, ar tai būtų svarbu vartotojams, ar jie teiktų tokiems produktams pirmenybę. Tenka pripažinti, kad įmonėms tiek pats ekologinis ženklavimas, tiek švaresnių technologijų diegimas nemažai kainuoja, todėl pati valstybės politika turėtų prisidėti prie to skatinimo ir palaikymo.

Dar viena problema yra ta, kad ANGŽ yra tik Lietuvos ženklas, be to, nepopuliarus šalyje, todėl gamintojams, eksportuojantiems savo gaminius į užsienį, jis nenaudingas. Pvz., ANGŽ įsigijimu domėjosi tekstilės gamintojai, tačiau jie Lietuvoje parduoda tik 5 procentus savo produkcijos, todėl jiems tiesiog nenaudinga gauti šį ženklą.

Kai kurių Lietuvos gamintojų produkcija atitinka aukštus aplinkosaugos reikalavimus ir yra sertifikuota. AB “Dirbtinis Pluoštas”, AB “Utenos trikotažas” ir “Drobė” kai kuriems gaminiams buvo išduoti sertifikatai, liudijantys, kad šie produktai atitinka aplinkos apsaugos reikalavimus, numatytus Oeko-Tex 100 standarte. Oeko-Tex 100 standartas reikalauja, kad gaminiai neturėtų kenksmingų medžiagų (formaldehydų, sunkiųjų metalų, kancerogeninių, alergizuojančių medžiagų ir t.t.) ir būtų saugūs vartotojui. Kitoje Lietuvos įmonėje - AB “Snaigė” gaminiai įvertinami ir ženklavami energijos efektyvumo ženklais. Tačiau tiek Oeko-Tex 100, tiek energijos efektyvumo

pagal ISO 14024 sistemos kelia gaminiams labai konkrečius aplinkosauginius reikalavimus, kurie apima tik vieną gaminio būvio ciklo etapą. Dėl šios priežasties minėti ženklai nėra laikomi tikraisiais ekologiniais ženklais, kurie įvertina visą gaminio ciklą.

Lietuvoje vis didesnio susidomėjimo sulaukia ekologinė žemdirbystė. Viešoji įstaiga „Ekoagros“ įdiegė ekologinio žemės ūkio sertifikavimo sistemą ir sukūrė Lietuvos ekologiškų produktų sertifikavimo simbolį. Beje, Lietuva turi IFOAM (tarptautinės ekologinio žemės ūkio federacijos) akreditaciją, pagal kurią Lietuvos ekologiški produktai atitinka aukščiausius standartus. Ekologiški žemės ūkio produktai auginami neužterštoje chemikalais dirvoje, jų sudėtyje negali būti kenksmingų cheminių medžiagų (hormonų, antibiotikų, pesticidų, sunkiųjų metalų, trąšų likučių), sintetinių maisto priedų ir genetiškai modifikuotų organizmų produktų (Valstybinis turizmo departamentas, 2007).

Lietuvoje taikomų ekologinio ženklo suteikimo programų turizmo paslaugoms, pripažintų „VISIT“ projekte

Lietuvoje yra administruojamos dvi eko – ženklo programos, kurias pripažino „VISIT“ projekto vykdytojai, kaip geriausiai atitinkančias darnios plėtros principus turizmo paslaugoms. Tai Tarptautinės Mėlynosios Vėliavos ir Žaliojo Rakto programos. Mėlynosios vėliavos programa yra net įteisinta Lietuvos higienos normoje HN 92:1999 „Paplūdimiai ir jų maudyklos“ (Žin., 1999, Nr. 58 – 1907). Šioje HN 92:1999 normoje nurodoma, kad **“Mėlynoji vėliava”** tai yra „Paplūdimio statusas, kurį suteikia Aplinkos švietimo Europoje fondas, remiantis maudyklų vandens kokybės, paplūdimio tvarkymo bei saugumo įvertinimo kriterijais, ir garantuoja švarią, saugią aplinką paplūdimyje“. Mėlynosios vėliavos programa turi griežtai nustatytus kriterijus, kuriais vadovaujantis paplūdimiui suteikiamas Mėlynosios vėliavos sertifikatas. Mėlynosios vėliavos programa turi ir savo logotipą: Mėlynos spalvos vėliavą su centre esančiu baltos spalvos skrituliu, kurio apačioje yra trys mėlynos spalvos banguotos linijos. Mėlynos vėliavos programos eko – ženklo kriterijus atitinkančiame paplūdimyje yra iškeliamas Mėlynoji vėliava.

Abi programos: Tarptautinės Mėlynosios Vėliavos ir Žaliojo Rakto Lietuvoje vykdo Nevyriausybinių Visuomeninių organizacijų (NVO) Lietuvos žaliųjų judėjimas. 2003 m. lapkričio mėnesį NVO Lietuvos žaliųjų judėjimas kartu su Alytaus m., Marijampolės bei Anykščių rajono savivaldybėmis pradėjo įgyvendinti Europos Bendrijos finansuojamą projektą „Europos Sąjungos direktyvų dėl maudyklų vandens kokybės 76/160/EEC ir dėl miesto nutekamųjų vandenių valymo 91/271/EEC įgyvendinimas Mėlynosios vėliavos programos pagalba“. NVO Lietuvos žaliųjų judėjimas išleido brošiūrą „Mėlynosios Vėliavos Programa“. Nurodoma, kad šis leidinys buvo išleistas Europos Bendrijos lėšomis, Europos Komisijos atstovybės Lietuvoje, Lietuvos žaliųjų

judėjimui įgyvendinant projektą „Europos Sąjungos direktyvų dėl maudyklių vandens kokybės 76/160/EEC ir dėl miesto nutekamųjų vandenų valymo 91/271/EEC įgyvendinimas Mėlynosios vėliavos programos pagalba“.

Lietuvos žaliųjų judėjimas yra tapęs asocijuotu nariu tarptautinės nevyriausybinės organizacijos Fondas aplinkosauginiam švietimui (Foundation for Environmental Education -FEE) nariu. Ši nevyriausybinė organizacija buvo įkurta 1981 Didžiojoje Britanijoje ir vadinosi Europos 17 fondas aplinkosauginiam švietimui. 2004 m. Aplinkosauginio švietimo fondo darbe jau dalyvavo šalys iš įvairių pasaulio dalių (Lietuvos žaliųjų judėjimas).



3 pav. Lietuvos ir Europos populiariausi eko ženklai

Europos Savanoriškos Iniciatyvos Darniai Plėtrai Turizme (Voluntary Initiative for Sustainability in Tourism, VISIT) organizacijos pasiūlymu 2000 – 2001 metais buvo sukurtas parodomasis projektas, kaip turizmo paslaugų ekologinis –ženklimas gali būti panaudojamas turizmo paslaugų rinkoje. Šis projektas buvo finansuojamas Europos Komisijos iš programos „Gyvenimo Aplinka“ („LIFE ENVIRONMENT“).

Šio projekto tikslai:

1. Kelionių organizatoriai turi nuolat siekti judėjimo link darnios plėtros paslaugų teikimo.

2. Ekologinio – ženkinimo Kompetentingos institucijos turi nuolatos stiprinti ekologinius reikalavimus turizmo paslaugoms, kaip potencialią galimybę judėti link tvarios plėtros turizmo paslaugų teikimo rinkoje.

3. Turistai naudodamiesi ekologiniu – ženklu paženklintomis turizmo paslaugomis prisidėtų prie darnios plėtros aplinkos apsaugos srityje.

4. Turizmo tarybos, turizmo informaciniai leidiniai, turizmo agentūros bendradarbiaudamos su VISIT ekologinio – ženkinimo programa, kaip prioritetus, turi išskirti aplinkai palankių gaminių ir paslaugų panaudojimą bei kuo palankesnę turistų sąlytį su aplinka.

5. Turizmo paslaugų teikėjai, kaip ir politikai, turi pripažinti ir remti potencialų turizmo paslaugų ekologinio – ženkinimo harmonizavimą ir stiprinimą papildomais įstatymais.

6. Visi profesionalai susiję su turizmo paslaugų teikimu turi vystyti, gerinti, ir skatinti ekologinio – ženklo taikymą turizmo paslaugų rinkoje kaip „geriausią pasirinkimą“ ir rengti ataskaitas apie progresą, judant link darnios plėtros turizmo paslaugų teikimo.

3. ANKETINIS TYRIMAS

3.1. Tyrimo charakteristika

Tyrimas, vykdytas, siekiant išsiaiškinti darnaus turizmo plėtros galimybes Lietuvoje, kadangi iki dabar dar nebuvo atliktas toks tyrimas. Tyrimo rezultatai yra didelis indėlis turizmo sektoriui, ypač įmonėms vystančioms ir toms kurios siekia vystyti darnųjį turizmą Lietuvoje. Vykdyto turizmo tikslas buvo įvertinti darnaus turizmo vystymosi perspektyvas Lietuvoje bei darnaus turizmo pasiūlą bei paklausą. Įvertinti įmonių galimybes teikti paslaugas dabar ir ateityje, bei gyventojų norą ir poreikį šias paslaugas įsigyti. Buvo siekiama nustatyti priežastis stabdančias darnaus turizmo plėtrą Lietuvoje.

Išanalizavus darnaus turizmo skatinimą Baltijos jūros šalyse ir Europoje bei darnaus turizmo situacijos analizę Lietuvoje ir ES, anketinio tyrimo vykdymui buvo iškelta hipotezė : Pagrindinės kliūtys stabdančios darnaus turizmo plėtrą: valstybės abejingumas, nepalanki mokesčių politika, informacijos stoka.

Anketiniam tyrimui buvo išskelti šie uždaviniai:

1. išsiaiškinti gyventojų ir įmonių požiūrį į darnaus turizmo plėtrą Lietuvoje;
2. sužinoti respondentų nuomonę, kokios priežastys stabdo darnaus turizmo plėtrą.

Anketiniam tyrimui buvo pasirinktas vienas iš daugiausiai privalumų turinčių empirinių metodų – apklausa. Apklausa buvo vykdoma anketavimo būdu.

Siekiant apčiuoti sudarytas anketas, išryškinti galimus trūkumus, prieš pagrindinę apklausą buvo atliktas pilotražinis tyrimas. Pilotražinio tyrimo metu anketos buvo išsiųstos 30 įmonių (atsakymai buvo gauti iš 9 įmonių) ir buvo apklausti 15 gyventojų.

Vienas iš uždavinių buvo sužinoti nuomonės apie darnaus turizmo plėtrą Lietuvoje iš gyventojų ir įmonių, todėl buvo paruoštos anketos specialiai skirtos įmonėms ir gyventojams.

Pilotražinis tyrimas buvo itin naudingas. Apibendrinus jo rezultatus buvo pakoreguotos klausimų formuluotės, bei pridėta daugiau atsakymo variantų. Įmonėms skirtoje anketoje buvo nuspręsta įdėti dar tris klausimus: ar įmonė gamina produktus ženklinamus ekologiškais ženklais; ar įmonė turi ekologinį ženklą; ir ką pati įmonė gali pasiūlyti vyriausybei, kad darnus turizmas būtų sparčiau vystomas. Įmonėms skirtoje anketoje buvo sudaryta 17 klausimų, o gyventojams skirtoje anketoje 16 klausimų. Anketos buvo sudarytos trumpos, kad respondantai galėtų atsakyti per trumpą laiką. Tyrimo metu buvo apklausta 78 įmonės ir 95 gyventojai.

Apklausa buvo atlikta internetu, anketas siunčiant elektroniniu paštu, taip pat anketos buvo dalinamos gyventojams, dalis anketų buvo palikta kelionių agentūroje, kurias užpildė agentūros klientai.

3.2. Anketų apibūdinimai

K.Kardelis [p. 189] nurodo bendruosius anketos reikalavimus.

Anketos pradžioje yra kreipimasis į respondentą, trumpai pateikiama anketos pildymo instrukcija. Pateikiama informacija apie autorių, bei tiriamą temą. Anketos pabaigoje dėkojama už dalyvavimą.

Anketa yra anoniminė, nes taip yra tikimasi respondentų atvirumo.

Kaip siūlo K.Kardelis [p.190], klausimus apie asmens biografinius duomenis geriausia pateikti anketos pabaigoje. Iš biografinių duomenų respondentai (gyventojai) turėjo nurodyti lytį, veiklos pobūdį, bei gyvenamąją vietą, o įmonės: veiklos pobūdį, statusą pagal paslaugų teikimą, įmonės dydį ir kur įmonė randasi.

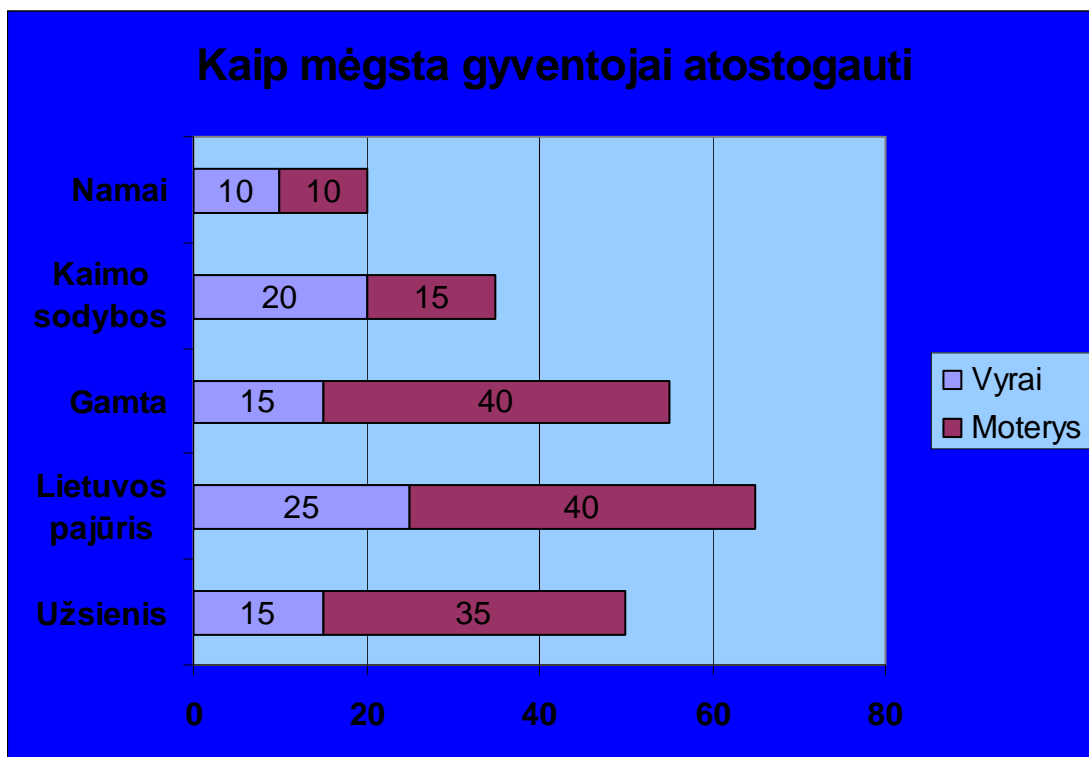
Visi klausimai buvo uždari, tačiau prie kai kurių klausimų buvo variantas *kita*, kur respondentai galėjo įrašyti savo asmeninę nuomonę. Klausimų eiliškumas ir išdėstymas buvo parinktas autorės nuožiūra įvertinus specialioje literatūroje pateikiamas rekomendacijas.

3.3. Apklausos rezultatai

3.3.1. Gyventojų apklausa

Gyventojų anketoje pirmi septyni klausimai buvo apie poilsį, turizmą, kaip respondentai mėgsta praleisti atostogas, siekiant, kad respondentai įsijaustų į šią temą. Nuo bendrų lengvesnių klausimų buvo pereita prie esminių, kurie yra svarbūs, siekiant atsakyti į iškeltus tyrimo klausimus.

Atsakinėdami į klausimą „*Kaip mėgsta praleisti atostogas?*“ respondentai galėjo pasirinkti kelis atsakymų variantus. Dauguma respondentų šia galimybe ir pasinaudojo. Šis klausimas buvo sudaromas siekiant sužinoti kur respondentai labiausiai mėgsta praleisti savo atostogas. Tyrimo metu buvo nustatyta, jog moterims labiausiai atostogauti patinka gamtoje ir Lietuvos pajūryje (62%), vyrai daugiausiai kartų pasirinko Lietuvos pajūrį ir kaimo sodybas (57%). Mažiausiai laiko apklaustieji praleidžia savo atostogas būdami namuose.

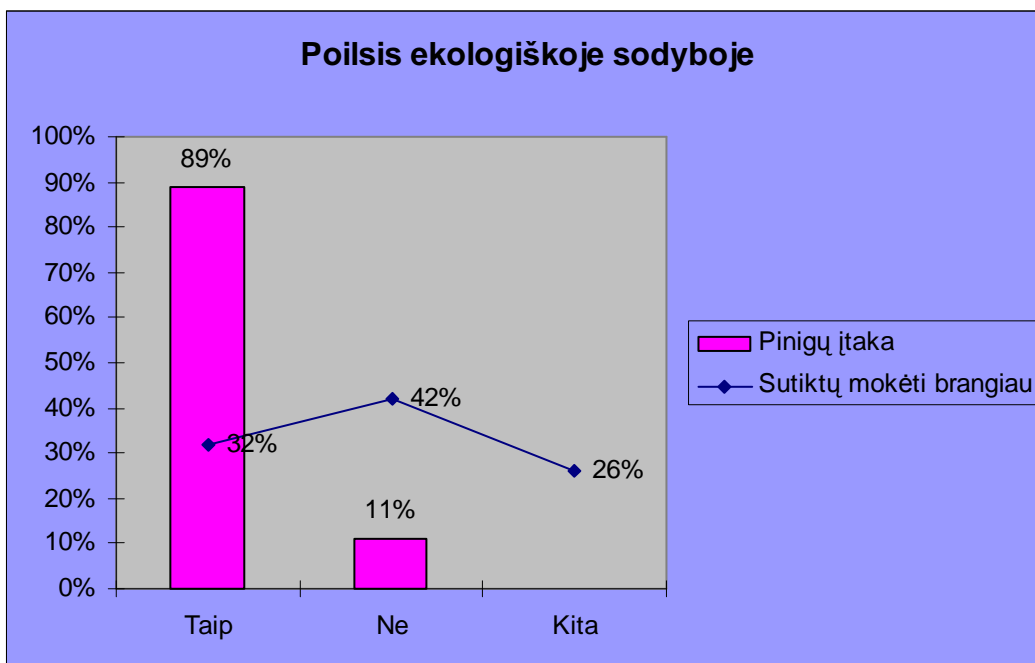


Šaltinis: Sudaryta autorės

4 pav. Vyrų ir moterų pasiskirstymas pagal pomėgį atostogauti

Žemiau pateiktame grafike pavaizduoti gauti tyrimo rezultatai iš dviejų klausimų. Klausimai buvo užduoti siekiant išsiaiškinti ar respondentų apsisprendimui renkantis ekologišką sodybą įtakos turi pinigai ir ar realioj situacijoje jie sutiktų mokėti brangiau už poilsį ekologiškoje sodyboje.

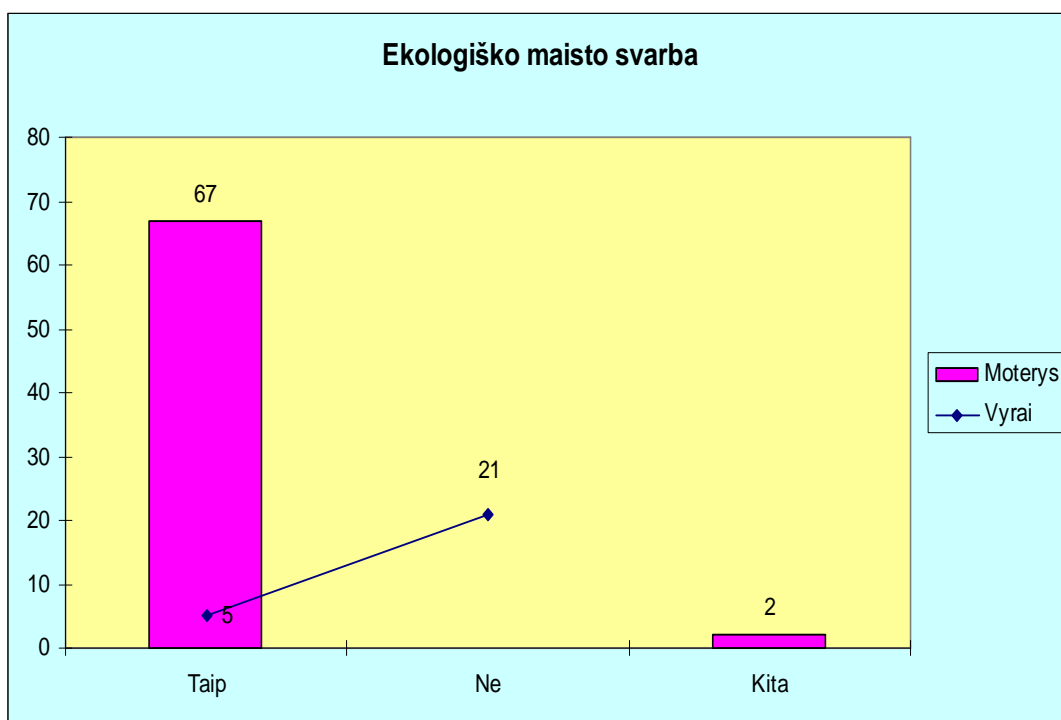
Atlikus tyrimą, paaiškėjo, kad net 89% apklaustų respondentų renkantis ekologišką sodybą turi pinigai, ir tik 11% respondentų atsakė, kad pinigai jiems įtakos nedaro. Į klausimą, kaip respondentai elgtųsi realioj situacijoje rinkdamiesi ekologišką sodybą, ar sutiktų mokėti brangiau, 32% respondentų atsakė taip, 42% atsakė, kad nesirinktų, ir 26% respondentų pasirinko variantą *kita*, kur atsakymai buvo: *gal, pagalvočiau, tiksliai nežinau*. Apklausos rezultatai rodo, kad didelę įtaką Lietuvos gyventojams renkantis ekologišką kaimo turizmo sodybą daro pinigai. Galima daryti išvadą, kad respondentai nori atostogauti ekologiškose kaimo turizmo sodybose, tačiau dėl materialinės padėties ne visi apklaustieji gali naudotis ekologiškų kaimo sodybų paslaugomis.



Šaltinis: Sudaryta autorės

5 pav. Pinigų įtaka poilsiui ekologiškoje sodyboje

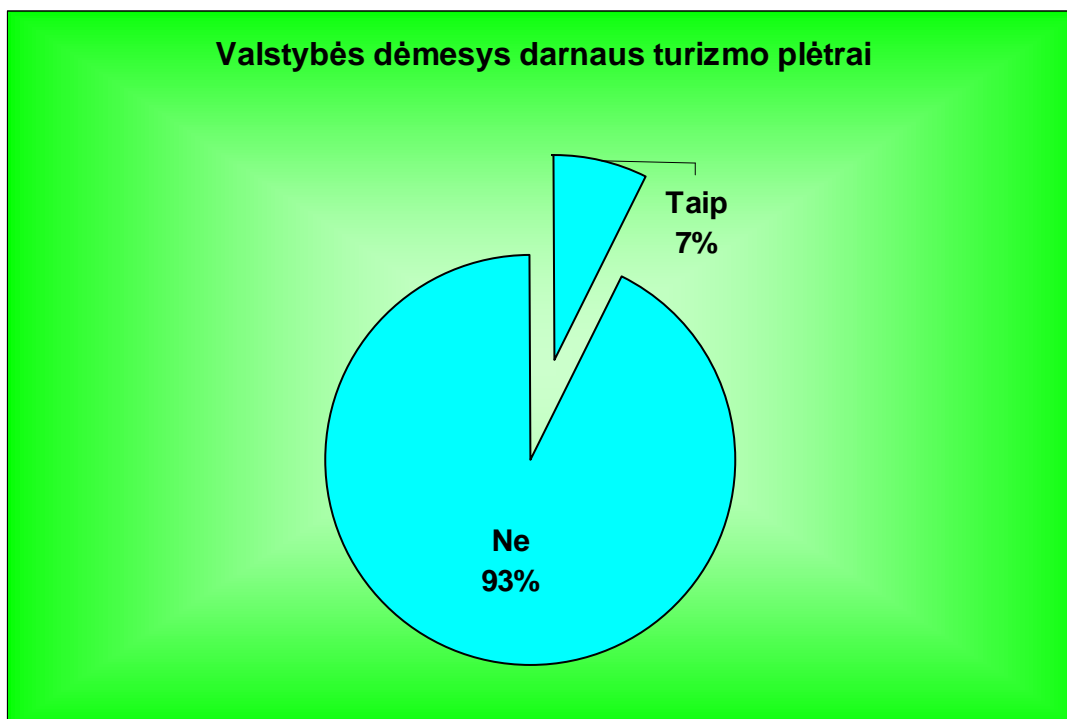
9 klausimas buvo sudarytas, siekiant išsiaiškinti respondentų požiūrį į maistą pagamintą iš ekologiškų produktų. Apklausiamiesiems pasiūlyti trys atsakymų variantai, iš kurių vienas buvo paliktas atviras atsakymas, kur galėjo įrašyti savo variantą. Tyrimo metu nustatyta, kad visų apklaustųjų, net 97 % moterų pasirinko atsakymą *taip*, ir tik 3 % moterų pasirinko atsakymą *kita*, ir paaiškėjo, jog maistas pagamintas iš ekologiškų produktų joms yra tik iš dalies svarbus. Tik 9 % iš visų apklaustų vyrų pažymėjo, kad maistas kuris yra pagamintas iš ekologiškų produktų jiems yra svarbus. Ir 81 % vyro požiūris į maisto pagaminto iš ekologiškų produktų svarbą yra neigiamas. Maistas pagamintas iš ekologiškų produktų moterims yra svarbesnis negu vyrams.



Šaltinis: Sudaryta autorės

6 pav. Ekologiško maisto svarba

Siekiant gauti tikslią atsakymą į iškeltą uždavinį: ar valstybė skiria pakankamą dėmesį darnaus turizmo plėtrai Lietuvoje, buvo sudarytas klausimas su trimis atsakymo variantais, iš kurių viename respondantai galėjo įrašyti savo nuomonę. 7% respondentų atsakė, jog valstybė skiria pakankamą dėmesį darnaus turizmo plėtrai Lietuvoje. Ir net 93% respondentų pateikė neigiamą atsakymą į šį klausimą. Nei vienas respondentas nepasirinko atsakymo *kita*.

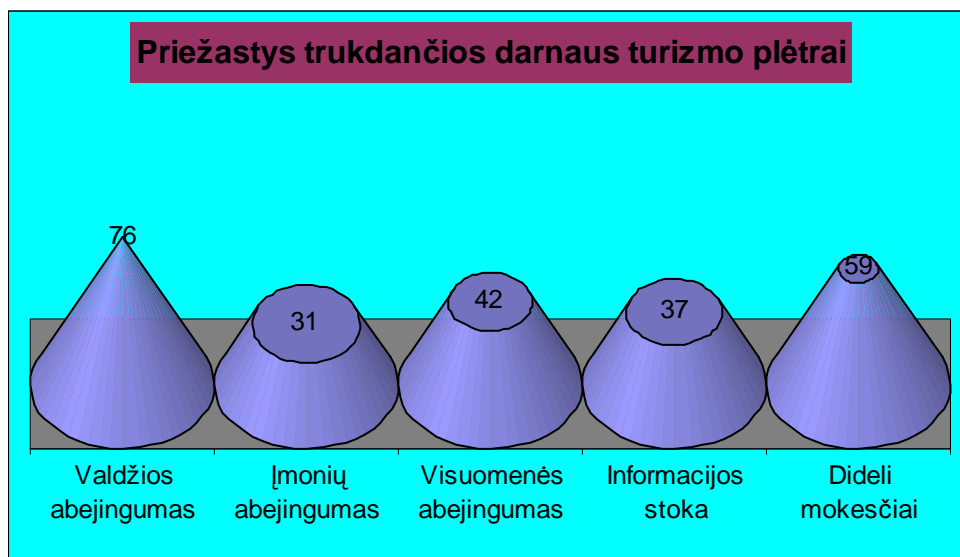


Šaltinis: Sudaryta autorės

7 pav. Valstybės dėmesys darnaus turizmo plėtrai

13 klausimas panašus į 12-ąjį, tik šis klausimas formuluotas siekiant išsiaiškinti kitas priežastis trukdančias darnaus turizmo plėtrai Lietuvoje, nors į atsakymų sąrašą buvo įtrauktas variantas ir *valdžios abejingumas*. Respondentai galėjo rinktis kelis atsakymų variantus. 12 klausime net 93% respondentų atsakė, jog valdžia skiria per mažą dėmesį darnaus turizmo vystymui Lietuvoje. Šiame klausime, kai buvo pateikti šeši atsakymų variantai, nuomonė apie valdžios abejingumą kai kurių respondentų pasikeitė. Tyrimo rezultatai parodo, kad 80% apklaustų respondentų pasirinko atsakymo variantą – *valdžios abejingumas*.

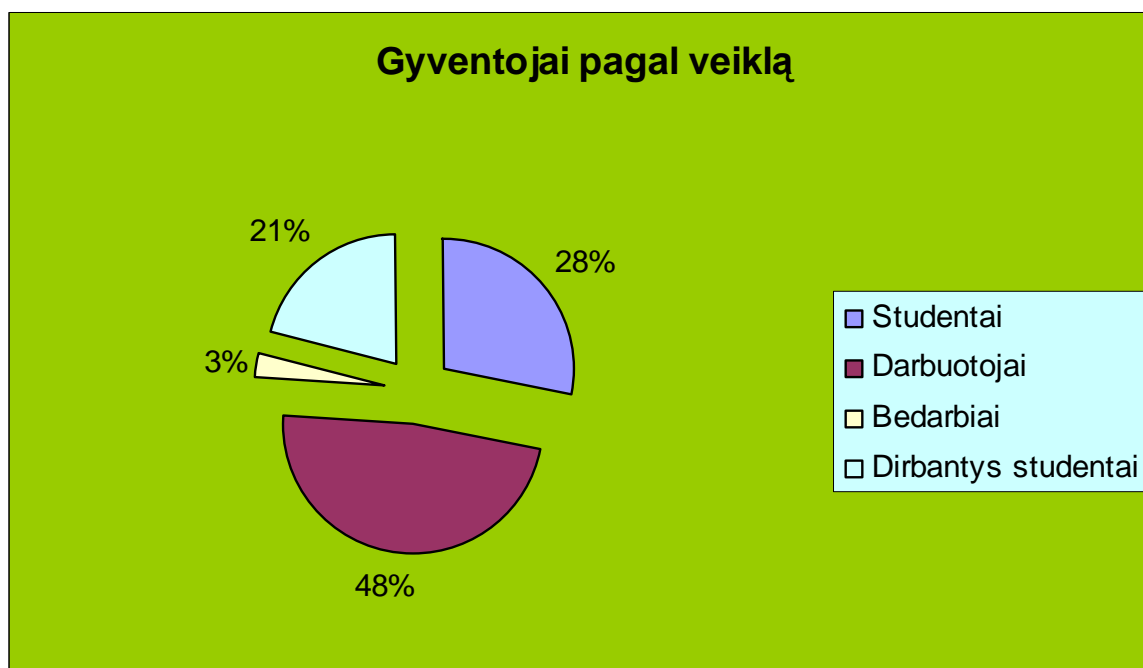
5 % apklaustųjų pažymėjo visus galimus atsakymų variantus. Daugiausiai nuomonių, 80 % yra dėl *valdžios abejingumo*. Antroje vietoje yra *dideli mokesčiai*, nustatyta, kad šią priežastį pasirinko 62 % apklaustųjų. 44 % - visuomenės abejingumas, 39 % – informacijos stoka ir 33 % mano, kad dėl įmonių abejingumo yra stabdoma darnaus vystymo plėtra Lietuvoje. Didelis visų atsakymų pasirinkimo procentas rodo, darnus turizmas yra vangiai vystomas Lietuvoje. Respondentų nuomone didžiausia kliūtis yra valstybės abejingumas, nepalanki mokesčių sistema bei pačios visuomenės abejingumas.



Šaltinis: Sudaryta autorės

8 pav. Priežastys trukdančios darnaus turizmo plėtrai

Anketos paskutiniai 3 klausimai buvo skirti respondentų biografijai. 48% visų apklaustųjų yra dirbantys žmonės, 28% sudaro studentai, 21% yra dirbantys studentai. Iš visų apklaustųjų 49% yra studentų, o dirbančiųjų suskaičiavus ir su dirbančiais studentais sudaro 69%. Bedarbiai sudaro 3%.



Šaltinis: Sudaryta autorės

9 pav. Gyventojai pagal veiklą

Klausimas apie respondentų gyvenamąją vietą turėjo 4 galimus atsakymų variantus. 95% respondentų gyvena miestuose, 5% apklaustųjų gyvena miesteliuose. Didžiąją apklaustų miesto

gyventojų dalį sudaro moterys – 67 %, vyrai sudaro 33 %. 80 % apklaustų miestelių gyventojų yra moterys ir 20 % yra vyrai. Tyrime nedalyvavo nei vienas gyventojas kuris gyventų kaime arba vienkiemyje. Todėl galima teigti, jog rezultatai yra gauti apklaustų miestų ir miestelių žmonių.

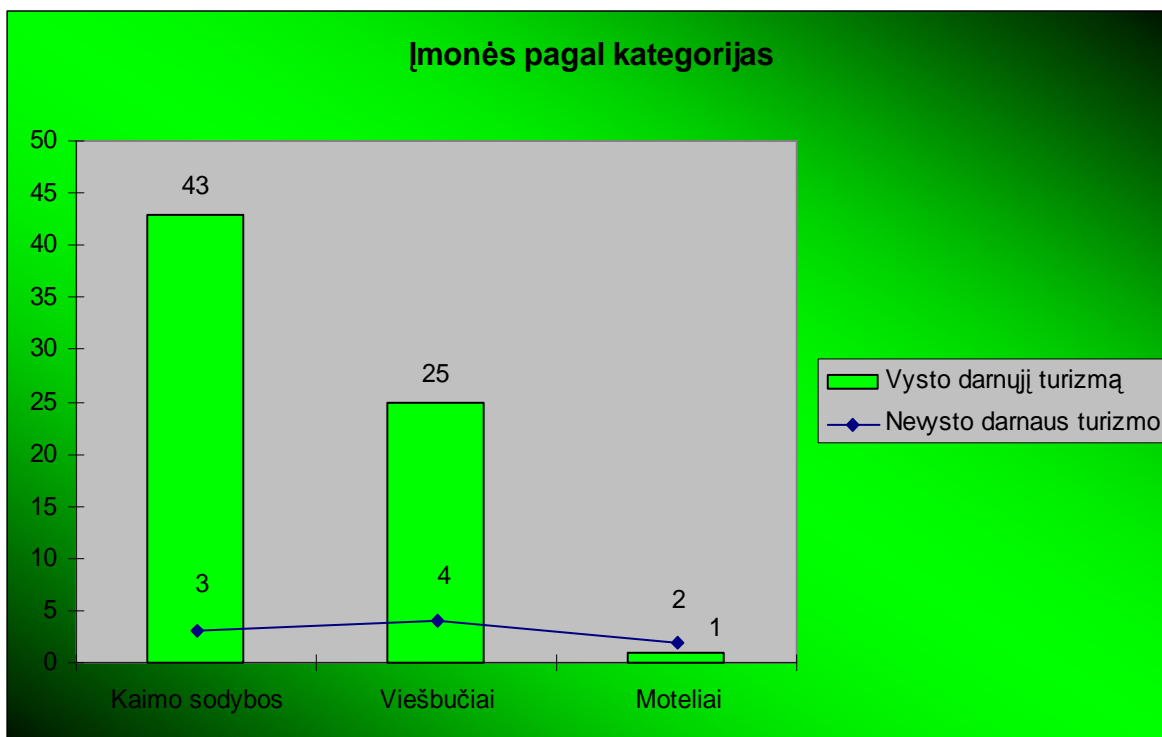


Šaltinis: Sudaryta autorės

10 pav. Gyventojų pasiskirstymas pagal gyvenamąją vietą

3.3.2. Įmonių apklausa

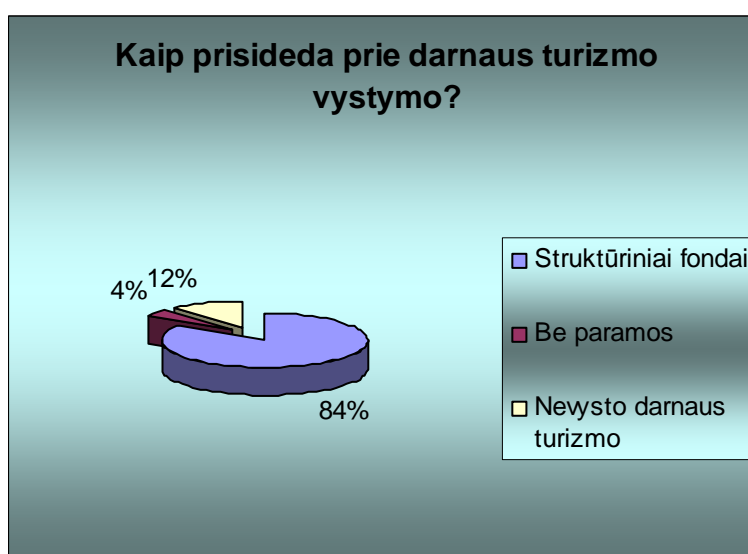
Įmonių anketoje pirmas klausimas buvo sudarytas siekiant išsiaiškinti ar apklausiamą įmonė prisideda prie darnaus turizmo vystymo plėtos Lietuvoje. Iš viso buvo apklaustos 78 įmonės. Iš kurių darnųjį turizmą vysto 43 kaimo sodybos, 25 viešbučiai ir 1 motelis. Iš visų apklaustų įmonių 12% nedalyvauja darnaus turizmo plėtoje, iš kurių yra 3 kaimo sodybos, 4 viešbučiai ir 2 moteliai.



Šaltinis: Sudaryta autorės

11 pav. Įmonės pagal kategorijas

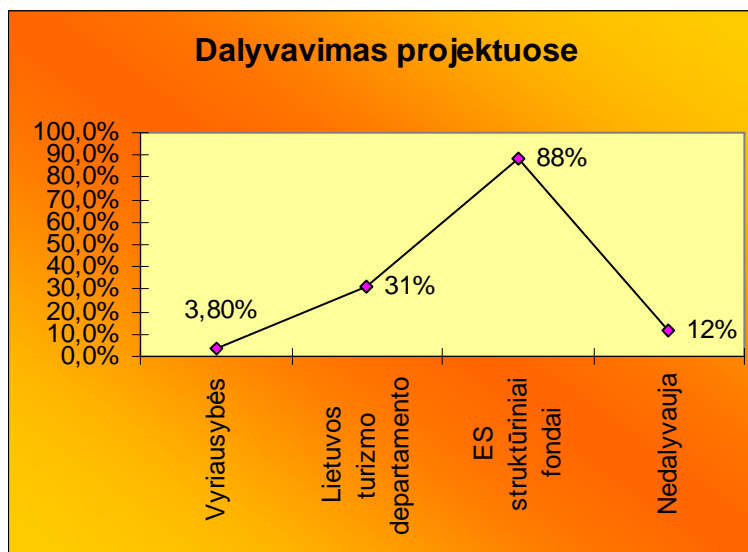
5 klausimas buvo pateiktas siekiant nustatyti kaip apklausiamos įmonės prisideda prie darnaus turizmo vystymo. Buvo pateikti trys galimi atsakymų variantai. Buvo nustatyta, kad net 84% apklaustų įmonių kreipiasi į struktūrinius fondus paramai gauti, 4% dalyvavusių apklausoje įmonių vysto darnųjį turizmą be jokios paramos. Trečias atsakymo variantas buvo paliktas tuščias, kur respondentas galėjo įrašyti *kitą* savo nuomonę, tačiau ten buvo atsakymai įmonių, kad jos nevykdo šios veiklos. Šios įmonės sudaro 12% visų apklaustų įmonių.



Šaltinis: Sudaryta autorės

12 pav. Kaip įmonės prisideda prie darnaus turizmo vystymo

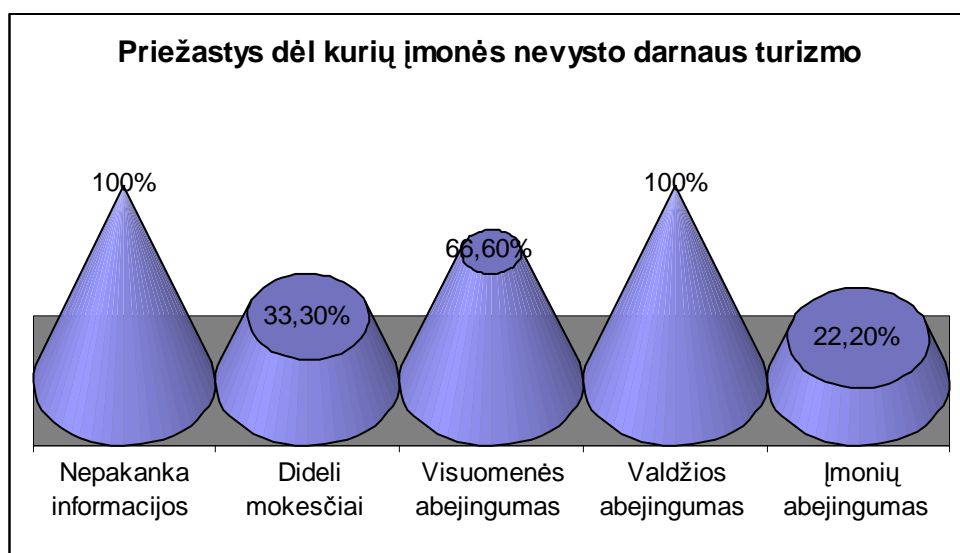
7 klausimas praplečia penktąjį klausimą siekiant sužinoti kokiuose projektuose įmonės dalyvauja ar buvo dalyvavę. Buvo pateikti 6 atsakymų variantai, respondentai galėjo rinktis kelis atsakymų variantus. Vyriausybės rengiamuose projektuose dalyvauja 3,8 % įmonių. Lietuvos turizmo departamento rengiamuose projektuose dalyvauja 31% respondentų. Daugiausiai, net 88% apklaustų įmonių kreipiasi į Europos Sąjungos struktūrinius fondus. Įmonės kurios nevysto darnaus turizmo plėtros nedalyvauja jokiuose projektuose.



Šaltinis: Sudaryta autorės

13 pav. Projektai kuriuose dalyvauja įmonės

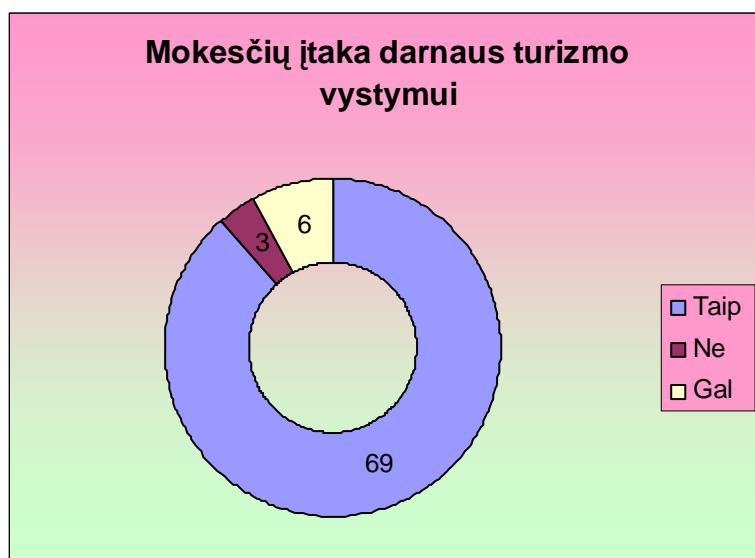
Siekiant nustatyti apklausiamų įmonių nuomonę, kokios priežastys trukdo įmonėms vystyti darnųjį turizmą, buvo pateikti 5 atsakymų variantai. Respondentai galėjo pasirinkti kelis atsakymų variantus, ką dauguma jų ir padarė. Tyrimo metu nustatyta, kad visos apklaustos įmonės 100% nurodė priežastis, trukdančias darnaus turizmo vystymui, tai yra *valdžios abejingumas* ir *informacijos stoka*. 66,60% įmonių mano, kad *visuomenės abejingumas* stabdo darnaus turizmo plėtrą. 33,30% respondentų kaip priežastį nurodo *per didelius mokesčius* ir tik 22,20% įmonių dėl to kaltina pačias *įmones*.



Šaltinis: Sudaryta autorės

14 pav. Priežastys dėl kurių įmonės nevysto darnaus turizmo

Nors ketvirtam klausime priežastį, stabdančią darnaus turizmo plėtrą, per didelius mokesčius nurodė tik 33,30% įmonių, tačiau dešimtame, konkrečiai suformuluotame klausime: *ar vystytumėte darnųjį turizmą, jei būtų mažesni mokesčiai?*, apklausos metu buvo nustatyta, kad 88 % apklaustų įmonių mano, kad mokesčių įtaka stabdo darnaus turizmo plėtrą Lietuvoje, 8 % atsakė – *gal*, ir 4 % – *ne*. Galima daryti išvadą, kad įmonės teigdamos, jog valdžios abejingumas stabdo darnųjį turizmą, pasąmonėje per didelius mokesčius priskiria valdžios abejingumui.

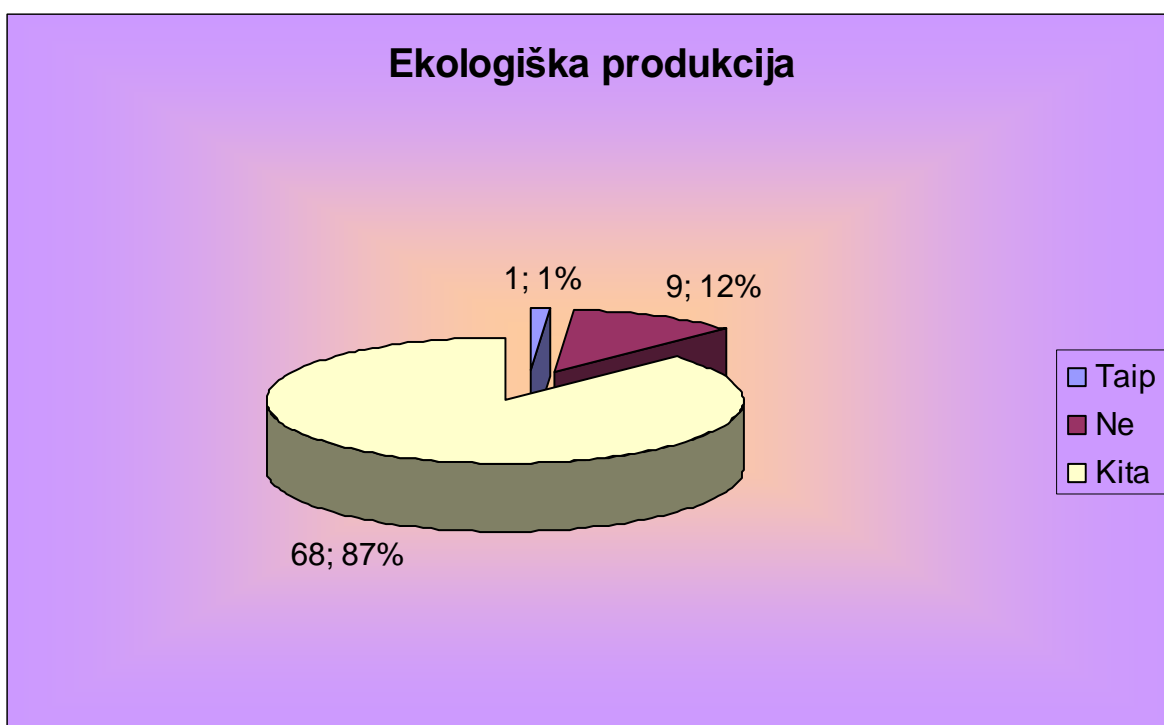


Šaltinis: Sudaryta autorės

15 pav. Mokesčių įtaka darnaus turizmo vystymuisi

Siekiant išsiaiškinti ar įmonės gamina ekologišką produkciją, tyrimo metu buvo nustatyta, kad iš apklaustųjų įmonių 1% tai yra 1 įmonė atsakė, jog gamina produkciją kuri yra ženklinama

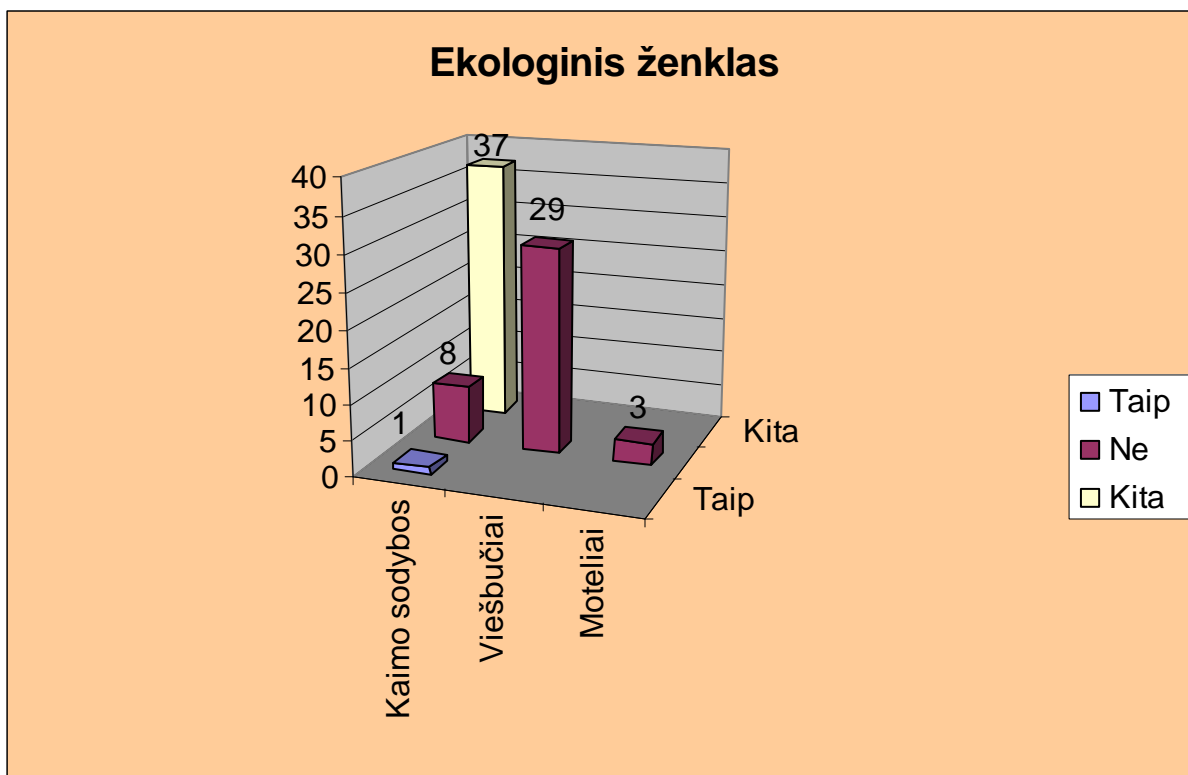
ekologiniu ženklu. Ši įmonė dalyvavo „Žaliojo rakto“ programoje ir gavo diplomą. 9 įmonės, kurios ir nevysto darnaus turizmo, negamina ekologiškos produkcijos. Iš visų apklaustų įmonių šios įmonės sudaro 12%. Vienas atsakymo variantas buvo paliktas „kitai“ respondento nuomonei išrašyti, kuo dauguma apklaustųjų ir pasinaudojo. Buvo parašyti šie variantai: gaminant maistą svečiams yra naudojami ekologiški produktai pirkti iš ekologiškų ūkių, arba naudoja savo sodyboje užaugintais ekologiniais produktais, tačiau jiems dar nėra suteiktas ekologinis ženklas. Dalis respondentų pažymėjo, jog naudoja ekologiškas patalynes bei rankšluosčius, pagamintus iš ekologiškos medvilnės. Personalo samdymas iš vietinių kaimų ar apylinkių, taip pat yra didelis įnašas į darnaus turizmo plėtrą Lietuvoje.



Šaltinis: Sudaryta autorės

16 pav. Įmonės gaminančios ekologišką produkciją

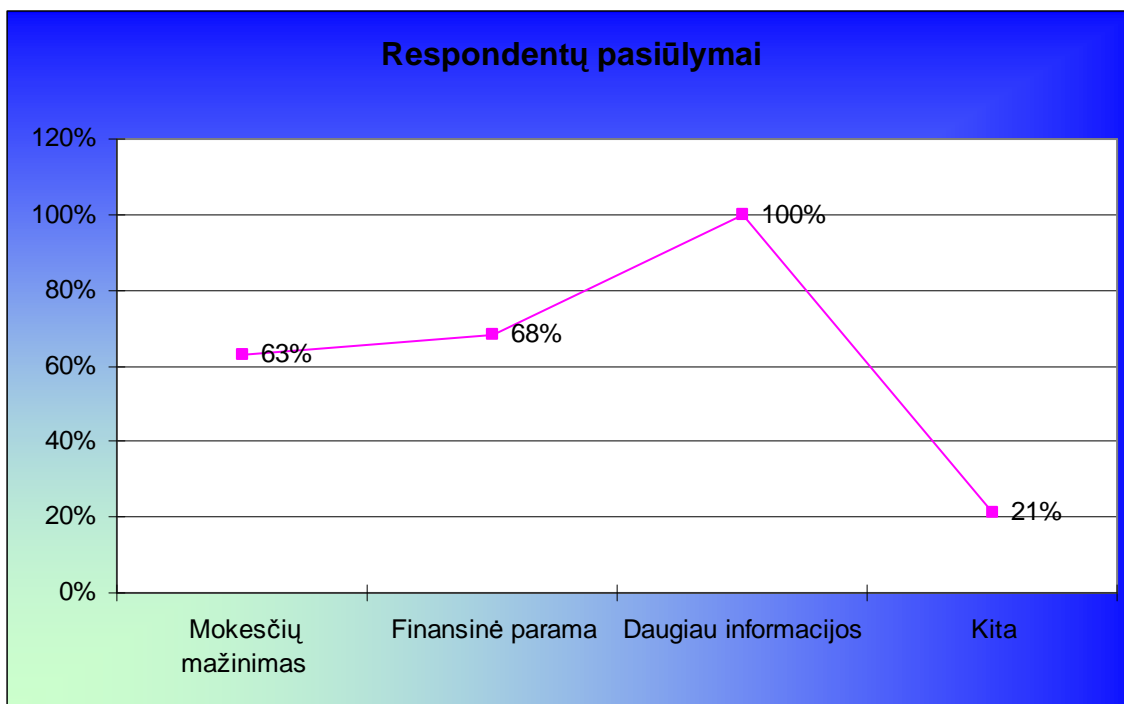
Tyrimo metu buvo nustatyta, kad viena iš apklaustų įmonių turi ekologinį ženklą – „Žaliojo rakto“. 37 įmonės pasirinko atsakymo variantą *kita*, kur nurodė, jog priklauso *Lietuvos kaimo turizmo asociacijai*. 51 % įmonių neturi ekologinių ženklų, bei nepriklauso kaimo turizmo asociacijai.



Šaltinis: Sudaryta autorės

17 pav. Įmonės turinčios ekologinį ženklą

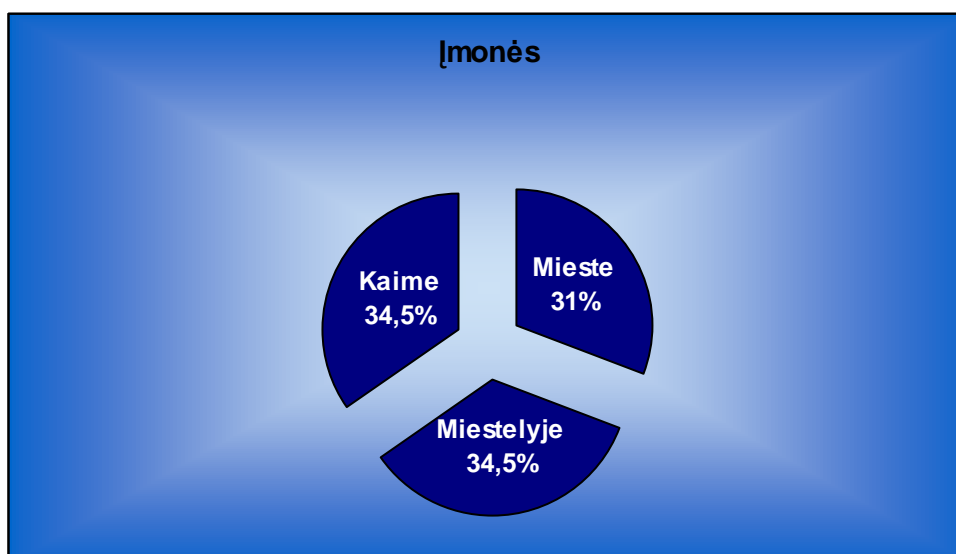
Siekiant išsiaiškinti pagrindines priežastis, kurios trukdo darnaus turizmo plėtrai Lietuvoje, respondentams buvo pateiktas klausimas, kur jie galėjo parašyti pagrindines priežastis. Buvo pateikti 3 atsakymų variantai ir vienas variantas, kur apklausiamieji galėjo įrašyti savo nuomonę. Galėjo rinktis kelis atsakymų variantus. Variantą *informacijos stoka* iš pateiktų variantų pasirinko visi respondentai. Nustatyta, kad 68% respondentų mano, kad jeigu būtų *didesnė finansinė parama*, tai darnaus turizmo vystymas būtų daug spartesnis. 63% siūlo *sumažinti mokesčius*. 21% pasirinko variantą *kita* ir įrašė savo asmeninę nuomonę: *galėtų rengti daugiau seminarų šia tema, informacija, kad būtų labiau susisteminta ir lengviau prieinama*.



Šaltinis: Sudaryta autorės

18 pav. Apklaustų įmonių pasiūlymai.

Klausimas *kur įmonė randasi* buvo sudarytas siekiant išsiaiškinti biografinius įmonių duomenis. Nustatyta, kad visų apklaustų įmonių 31% yra miestuose, 34,5% yra miesteliuose ir 34,5% kaimuose.



Šaltinis: Sudaryta autorės

19 pav. Įmonės pagal vietas

Prieš vykdant tyrimą buvo išanalizuota darnaus turizmo plėtra Lietuvoje ir Europoje, anketinio tyrimo vykdymui buvo iškelta hipotezė : Pagrindinės kliūtys stabdančios darnaus turizmo plėtrą: valstybės abejingumas, nepalanki mokesčių politika, informacijos stoka.

Anketiniam tyrimui buvo iškelti šie uždaviniai:

3. išsiaiškinti gyventojų ir įmonių požiūrį į darnaus turizmo plėtrą Lietuvoje;
4. sužinoti respondentų nuomonę, kokios priežastys stabdo darnaus turizmo plėtrą.

Atlikus tyrimą buvo gauti gyventojų bei įmonių apklausos rezultatai. Hipotezė bei uždaviniai buvo suformuluoti siekiant atsakyti į darbo temą.

Visos apklaustos įmonės 100% nurodė priežastis, trukdančias darnaus turizmo vystymui, tai yra *valdžios abejingumas* ir *informacijos stoka*. 66,60% įmonių mano, kad *visuomenės abejingumas* stabdo darnaus turizmo plėtrą. 33,30% respondentų kaip priežastį nurodo per *didelius mokesčius* ir tik 22,20% įmonių dėl to kaltina *pačias įmones*.

Daugiausiai apklaustų gyventojų nuomonių, 80 % yra dėl *valdžios abejingumo*. Antroje vietoje yra *dideli mokesčiai*, šią priežastį pasirinko 62 % apklaustųjų. 44 % nuomonių yra dėl *visuomenės abejingumo*, 39 % – *informacijos stoka* ir 33 % mano, kad dėl *įmonių abejingumo* yra stabdoma darnaus vystymo plėtra Lietuvoje.

Pagal apklaustų respondentų nuomonę hipotezė pasitvirtino. Pagrindinės kliūtys stabdančios darnaus turizmo plėtrą Lietuvoje yra valstybės abejingumas, nepalanki mokesčių politika, informacijos stoka.

IŠVADOS

1. Pagal tyrimo rezultatus 62% apklausoje dalyvavusių moterų ir 57% vyrų mėgsta praleisti atostogas gamtoje bei kaimo sodybose, tačiau didelę įtaką Lietuvos gyventojams renkantis ekologišką kaimo turizmo sodybą daro pinigai. Galima daryti išvadą, kad apklaustieji nori atostogauti ekologiškose kaimo turizmo sodybose, tačiau dėl materialinės padėties ne visi sau tai gali leisti.
2. Tyrimo metu nustatyta, kad 5 % apklaustų gyventojų pažymėjo visus galimus atsakymų variantus. Daugiausiai nuomonių, 80 % yra dėl *valdžios abejingumo*. Antroje vietoje yra *dideli mokesčiai*, nustatyta, kad šią priežastį pasirinko 62 % apklaustųjų. 44 % - visuomenės abejingumas, 39 % – informacijos stoka ir 33 % mano, kad dėl įmonių abejingumo yra stabdoma darnaus vystymo plėtra Lietuvoje. Didelis visų atsakymų pasirinkimo procentas rodo, darnus turizmas yra vangiai vystomas Lietuvoje. Respondentų nuomone didžiausia kliūtis yra valstybės abejingumas, nepalanki mokesčių sistema bei pačios visuomenės abejingumas.
3. 84% iš visų apklaustų turizmo paslaugas teikiančių įmonių kreipiasi į struktūrinius fondus paramai gauti ir 4% įmonių vysto darnųjį turizmą be jokios paramos. 88% iš visų projektuose dalyvaujančių įmonių dalyvauja Europos Sąjungos struktūriniuose fonduose.
4. Pagal tyrimo rezultatus, įmonių nuomone, pagrindinės priežastys stabdančios darnaus turizmo plėtrą yra valdžios abejingumas ir informacijos stoka. Tačiau pateikus klausimą apie mokesčių įtaką darnaus turizmo plėtrai net 69 apklaustos įmonės iš 78 atsakė, kad nelanksti mokesčių sistema yra svarbi priežastis stabdanti darnaus turizmo plėtrą Lietuvoje.
5. Iš apklausoje dalyvavusių įmonių tik viena įmonė gamina produkciją, kuri yra ženklinama ekologišku ženklu – „Žalioji raktas“. 87% negamina ekologiškos produkcijos, tačiau jų įnašas į darnaus turizmo plėtrą yra: naudoja iš ekologiško pluošto pagamintas patalynes ir rankšluosčius. Samdo personalą iš vietinių kaimų ar apylinkių.
6. Tyrimo rezultatai rodo, kad Lietuvoje yra įmonės vystančios darnųjį turizmą ir siekiančios jį vystyti, gyventojų rezultatai rodo, kad yra poreikis darniam turizmui.

PASIŪLYMAI

Turizmo paslaugas teikiančių įmonių patarimai vyriausybei yra:

1. Rengti daugiau seminarų darnaus turizmo, eko turizmo bei kaimo turizmo tema įmonių vadovams;
2. Teikti kuo naujausią informaciją, ir, kad informacija būtų lengviau prieinama;
3. Mokesčių sistemą pertvarkyti taip , kad ji būtų palankesnė turizmo paslaugas teikiančioms įmonėms;
4. Valstybė finansinė parama yra labai reikalinga ekologinių ūkių bei sodybų plėtrai.

URBANAVIČIŪTĖ, Rasa. (2007) *Sustainable Tourism Development Opportunities in Lithuania*. MBA Graduation Paper. Kaunas Faculty of Humanities, Vilnius University. P.

SUMMARY

The object of research – sustainable tourism development opportunities in Lithuania.

The first part is about sustainable tourism opportunities in Lithuania and Europe. Programs that help to develop sustainable tourism.

The second part is about eko labels in Lithuania and Europe. 'Visit' project helps to develop sustainable tourism. The position of country tourism in Lithuania and Finland.

In the third part is research about sustainable tourism opportunities in Lithuania. Were made two questionnaires for companies and people of Lithuania. The results were written and shown by graphics.

LITERATŪRA

MOKSLINĖ LITERATŪRA

1. GRECEVIČIUS, Juozas; ARMAITIENĖ, Aušrinė; JUNEVIČIENĖ, Onutė. (2002) *Turizmas/vadovėlis*. Kaunas: KK leidybos centras. 318 p. ISBN 9955-9366-3-0.
2. GENEVIČIUS, Juozas; MERTINAS, Jurgis. (1992) *Turizmas: mokymo priemonė*. Vilnius: VPU. 31 p.
3. TALAČKA, Edmundas. (2006) *Turizmo pradmenys*. Kaunas: Lietuvos kūno kultūros akademija.
4. VAINIENĖ, Ingrida. (2001) *Kaimo turizmo organizavimas. Mokymo priemonė*. Vilnius: Eurigmas. 411 p.
5. DAMULIENĖ, A. (1996) *Paslaugų marketingas: turizmas*. Vilnius: Lietuvos informacijos institutas. 98 p.
6. ŽALIENĖ, Irena ; SABALIAUSKIENĖ, Aurelija. (2002) *Pasaulio ir Lietuvos turizmo raida*. Kaunas: LKKA. 64 p.
7. ČIEGIS, Remigijus. (2004) *Ekonomika ir aplinka: subalansuotos plėtros valdymas*. Kaunas: VDU leidykla. 552 p. ISBN 9955-530-11-1
8. WITT, Stephen F.; MOUTINHO, Luiz. (1995) *Tourism marketing and management handbook*. Great Britain: T. J. International Ltd. 556 p. ISBN 0-13-439530-1
9. SWARBROOKE, J. (1999) *Sustainable tourism management*. London: CABI-publishing
10. NEWSOM, D. (2001) *Natural area tourism: ecology, impacts and management*. Bristol: Channel view publications
11. *Developing sustainable rural tourism*. Athens.: Prisma, 2002
12. WILLIAM, F. (1998) *Global tourism / edited by*. 2nd ed. Oxford : Butterworth-Heinemann. 503 p.
13. COOPER, Chris; WANHILL, Stephen. (1998) *Tourism development: environmental and community issues*. Northampton: Alden Multimedia Ltd. 168 p. ISBN 0-471-97116-2
14. WEARING, S. (1996) *Ecotourism : impacts, potentials and possibilities*. Oxford [etc.] : Butterworth-Heinemann. 163 p.
15. TRIBE, J, FONT (2000) *Environmental management for rural tourism and recreation*. London: Cassell
16. КОТЛЕР, Филип (2002) *Маркетинг. Гостеприимство. Туризм : учебник*. 2-е изд., перераб. и доп. Москва : Юнити-Дана, 1063 p. ISBN 5-238-00378-1.
17. КАБУШКИН, Н. И. (1999) *Менеджмент туризма: учебное пособие*. Минск.

INFORMACIJOS ŠALTINIAI

1. BARAUSKAITĖ, Jūratė; BIERONTAITĖ, Irena. (2006) *Darnus Baltijos pajūrio turizmas abipus sienos* [interaktyvus]. Lietuvos žaliųjų judėjimas. [žiūrėta 2007 m. sausio 13 d.] Prieiga per internetą <http://www.zalieji.lt/temos/Naujienos/ZL_baltijos_turizmas1>
2. Europos parlamentas. (2005) *Europos parlamento rezoliucija dėl turizmo ir vystymosi* [interaktyvus]. Strasbūras. [žiūrėta 2006 spalio 27 d.] Prieiga per internetą <<http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P6-TA-2005-0337+0+DOC+XML+V0//LT>>
3. Lietuvos turizmo departamentas. (2006) *Projektų vykdymas* [interaktyvus]. Lietuvos turizmo departamentas: dokumentai. [žiūrėta 2006 lapkričio 3 d.] Prieiga per internetą <www.tourism.lt/lt/dokumentai/projekt/santrauka_nacprogr.doc>
4. Lietuvos statistikos departamentas. (2007) *Turizmo statistika* [interaktyvus]. Lietuvos statistikos departamentas: duomenų bazė. [žiūrėta 2007 sausio 13 d.] Prieiga per internetą <www.stat.gov.lt>
5. Žemės ūkio ministerija. (2005) *Renginiai* [interaktyvus]. Žemės ūkio ministerija: renginiai. [žiūrėta 2005 gruodžio 7 d.] Prieiga per internetą <http://www.zum.lt/min/Renginiai/dsp_news.cfm?Title=&From=&To=&Page=99&list=10>
6. Pasaulinė turizmo organizacija. (2006) *Darnus turizmas* [interaktyvus]. Pasaulinė turizmo organizacija: darni plėtra. [žiūrėta 2006 balandžio 29 d.] Prieiga per internetą <<http://www.world-tourism.org/sustainable/top/events.html>>
7. Bendrasis programavimo dokumentas. (2006) *Turizmas* [interaktyvus]. Bendrasis programavimo dokumentas. [žiūrėta 2006 lapkričio 11 d.] Prieiga per internetą <http://www.tourism.lt/lt/dokumentai/BPD_turizm.doc>
8. Lietuvos statistikos departamentas. (2007) *Viešbučių ir turizmo įstaigų statistika* [interaktyvus]. Lietuvos statistikos departamentas. [žiūrėta 2007 kovo 03 d.] Prieiga per internetą <http://www.stat.gov.lt/lt/catalog/pages_list/?id=1269>
9. Lietuvos statistikos departamentas. (2007) *Darnaus vystymosi rodikliai* [interaktyvus]. Lietuvos statistikos departamentas. [žiūrėta 2007 kovo 03 d.] Prieiga per internetą <http://www.stat.gov.lt/lt/catalog/pages_list/?id=1269>
10. Ūkio ministerija. (2007) *Kaimo ir žemės ūkio plėtotės strategija* [interaktyvus]. Ūkio ministerija. [žiūrėta 2007 balandžio 15 d.] Prieiga per internetą <http://www.ukmin.lt/lt/strategija/ilgalaike_ukio.php>

11. Jungtinių tautų aplinkos programa. (2004) *Darnaus turizmo plėtra* [interaktyvus]. Teoriniai apibrėžimai. [žiūrėta 2006 vasario 25 d.] Prieiga per internetą <<http://www.uneptie.org/pc/tourism/sust-tourism/home.htm>>
12. Darnus turizmas. (1997) *Strategijos, deklaracijos* [interaktyvus]. Darnus turizmas. [žiūrėta 2005 lapkričio 11 d.] prieiga per internetą <<http://www.gdrc.org/uem/eco-tour/eco-tour.html>>
13. Ekoagros. (2007) *Ekologinio žemės ūkio plėtra* [interaktyvus]. Sertifikavimo rezultatai. [žiūrėta 2007 kovo 18 d.] Prieiga per internetą <<http://www.ekoagros.lt/datafiles/2006%20m.%20sertifikavimo%20rezultatai.pdf>>
14. Valstybinis turizmo departamentas. (2007) *Darnioji turizmo plėtra vidurio ir rytų Europoje* [interaktyvus]. *Archyvas*. [žiūrėta 2007 kovo 29 d.] Prieiga per internetą <http://www.tourism.lt/nsv/index_semin_07.html>
15. Europos ekologinis ženklas (2007). *Turizmo paslaugos* [interaktyvus]. Turizmas. [žiūrėta 2007 balandžio 11 d.] Prieiga per internetą <ec.europa.eu/environment/ecolabel/pdf/infokit/Lt_2006/holiday.pdf>
16. Aplinkos ministerija. (2006) *Darni plėtra* [interaktyvus]. Darnus vystymasis. [žiūrėta 2006 vasario 01 d.] Prieiga per internetą <<http://www.am.lt/VI/index.php#r/1034>>
17. Kaimo turizmo asociacija. (2007) *Sodybų ženklavimas* [interaktyvus]. Statistika. [žiūrėta 2007 balandžio 04 d.] Prieiga per internetą <<http://www.countryside.lt/lt/asociacijos/lkta/>>
18. Wikipedija laisvoji enciklopedija. (2006) *Kita informacija*. [interaktyvus]. Wikimedia Foundation [žiūrėta 2006 m. kovo 27]. Prieiga per internetą: <http://lt.wikipedia.org/wiki/Turizmas>
19. Eurostat duomenys. (2007) *Darnios plėtros rodikliai* [interaktyvus]. Sustainable tourism indicators. [žiūrėta 2007 balandžio 3 d.] Prieiga per internetą <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page?_pageid=1998,47433161,1998_47437045&_ad=portal&_schema=PORTAL>
20. Jūrinių tyrimų centras. (2005) *Baltijos jūra* [interaktyvus]. Leidiniai/staripsniai. [žiūrėta 2005 lapkričio 12 d.] Prieiga per internetą <<http://www.jtc.lt/Baltija/Baltija.htm>>
21. LAZDINIS, Marius. (2003) *Subalansuota plėtra* [interaktyvus]. Baltijos miškai. [žiūrėta 2006 spalio 29] Prieiga per internetą <<http://209.85.135.104/search?q=cache:QmvftidXtAEJ:www.bmm.lt/straipsnis.cfm%3Fid%3D60+Subalansuota+pl%C4%97tra&hl=lt&gl=lt&ct=clnk&cd=2>>
22. Jungtinių Tautų plėtros programa. (2006) *Lietuva* [interaktyvus]. Veiklos sritys. [žiūrėta 2006 spalio 15 d.] Prieiga per internetą <http://64.233.183.104/search?q=cache:WaSSgwzHHVgJ:www.undp.lt/lt/%3Fid%3D153+ubalansuota+pl%C4%97tra&hl=lt&gl=lt&ct=clnk&cd=2&lr=lang_lt>

Gyventojų apklausos anketa

Gerb. Respondente,

Šis tyrimas vykdomas, siekiant išsiaiškinti: darnaus turizmo plėtros galimybes Lietuvoje; pagrindines kliūtis stabdančias darnaus turizmo plėtrą.

Tyrimo rezultatai priklausys nuo Jūsų atsakymų. Prašau, pažymėti Jums labiausiai tinkantį atsakymą arba įrašyti savo nuomonę. Ši anketa yra anonimiška.

Tyrimą, tema „Darnaus turizmo plėtros galimybės Lietuvoje“, atlieka Vilniaus Universiteto Kauno humanitarinio fakulteto II kurso magistrė Rasa Urbanavičiūtė.

Atsakymą pažymėkite X. Galimi keli atsakymų variantai.

1. Ar mėgstate keliauti?

- Taip;
- Ne;
- Kita.....

2. Kaip mėgstate praleisti atostogas?

- Užsienyje;
- Lietuvoje prie jūros;
- Gamtoje;
- Kaimo sodybose;
- Namuose;
- Neatostogauju;
- Kita.....

3. Kiek laiko per metus atostogaujate?

- 1 Savaitę;
- 2 Savaites;
- Mėnesį;
- Ilgiau kaip mėnesį;
- Neatostogauju;
- Kita.....

4. Kaip mėgstate keliauti?

- Automobiliu;
- Traukiniu;
- Autobusu;
- Lėktuvu;
- Laivu;
- Dviračiu;
- Kita.....

5. Kokie kriterijai lemia jūsų apsisprendimą keliauti?

- Aplinka;
- Geografinė padėtis;
- Pinigai;

- Komandiruotės;
- Kita.....

6. Kokiam poilsiui teikiate pirmenybę?

- Mieste;
- Gamtoje;
- Kita.....

7. Koks poilsis Jums malonesnis?

- Aktyvus;
- Pasyvus;
- Mišrus.

8. Ar įtakoja Jūsų pasirinkimą poilsiauti ekologiškos kaimo sodybos?

- Taip;
- Ne;
- Kita.....

9. Ar Jums svarbu, kad maistas būtų pagamintas iš ekologiškų produktų?

- Taip;
- Ne;
- Kita.....

10. Ar Jūsų apsisprendimui rinktis ekologišką sodybą turi pinigai?

- Taip;
- Ne;
- Kita.....

11. Ar sutiktumėte mokėti brangiau už poilsį ekologiškoje sodyboje?

- Taip;
- Ne;
- Kita.....

12. Ar valstybė skiria pakankamai dėmesio darnaus turizmo vystymuisi Lietuvoje?

- Taip;
- Ne;
- Kita.....

13. Jūsų nuomone, kas trukdo darnaus turizmo vystymosi plėtrai Lietuvoje?

- Valdžios abejingumas;
- Įmonių abejingumas;
- Visuomenės abejingumas;
- Informacijos stoka;
- Dideli mokesčiai;
- Kita.....

14. Jūs esate?

- Moteris;
- Vyras.

15. Jūs esate?

- Studentas;
- Darbuotojas;
- Bedarbis;
- Kita.....

16. Jūsų gyvenamoji vieta?

- Miestas;
- Miestelis;
- Kaimas;
- Vienkiemis.

Ačiū, kad dalyvaujate apklausoje.

2 PRIEDAS

Įmonių apklausos anketa

Gerb. Respondente,

Šis tyrimas vykdomas, siekiant išsiaiškinti: darnaus turizmo plėtros galimybes Lietuvoje; pagrindines kliūtis stabdančias darnaus turizmo plėtrą.

Tyrimo rezultatai priklausys nuo Jūsų atsakymų. Prašau, pažymėti Jums labiausiai tinkantį atsakymą arba įrašyti savo nuomonę. Ši anketa yra anonimiška.

Tyrimą, tema „Darnaus turizmo plėtros galimybės Lietuvoje“, atlieka Vilniaus Universiteto Kauno humanitarinio fakulteto II kurso magistrė Rasa Urbanavičiūtė.

Atsakymus pažymėkite X. Galimi keli atsakymų variantai.

1. Ar Jūsų įmonė prisideda prie darnaus turizmo vystymo plėtros?

- Taip;
- Ne;
- Kita.....

2. Ar Jums pakanka informacijos apie darnaus turizmo plėtros galimybes Lietuvoje?

- Taip;
- Ne;
- Kita.....

3. Jūsų manymu, ar valstybė skiria pakankamai dėmesio darnaus turizmo vystymuisi Lietuvoje?

- Taip;
- Ne.

4. Kaip Jūs manote, dėl kokių priežasčių trūksta informacijos apie darnaus turizmo plėtros galimybes Lietuvoje?

- Valdžios abejingumas;
- Įmonių abejingumas;
- Visuomenės abejingumas;
- Dideli mokesčiai;
- Kita.....

5. Kaip įmonė prisideda prie darnaus turizmo vystymo plėtros?

- Kreipiasi į struktūrinius fondus dėl paramos;
- Be jokios paramos vysto darnųjį turizmą;
- Kita.....

6. Ar Jūsų įmonė dalyvauja projektuose darnaus turizmo vystymo plėtrai lėšoms gauti?

- Taip;
- Ne.

7. Kokio mąsto projektuose dalyvaujate ar esate dalyvavę?

- Vyriausybės;
- Lietuvos turizmo departamento;
- Pasaulinio turizmo departamento;
- Europos Sąjungos struktūrinių fondų;
- Nedalyvauju;
- Kita.....

8. Ar Jūsų įmonė kreipiasi (-ėsi) į struktūrinius fondus paramai gauti?

- Taip;
- Ne.

9. Ar Jūs žinote apie struktūrinių fondų teikiamas galimybes?

- Taip;
- Ne.

10. Ar vystytumėte darnųjį turizmą jeigu būtų mažinami mokesčiai?

- Taip;
- Ne;
- Kita.....

11. Ar Jūsų įmonė gamina ekologišką produkciją, kuri yra ženklinama ekologiškais ženklais? Jeigu taip, tai kokiais ženklais?

- Taip;
- Ne;
- Kita.

12. Ar Jūsų įmonė turi ekologinį ženklą? Jeigu taip, tai kokį?

- Taip;
- Ne;
- Kita.

13. Ką Jūs galėtumėte pasiūlyti vyriausybei, kad darnus turizmas būtų geriau vystomas?

- Mažinti mokesčius;
- Finansinė parama;
- Daugiau informacijos;

- Kita.

14. Pagal veiklos pobūdį Jūsų įmonė yra? (Jeigu Jūsų įmonė yra ne paslaugų teikimo, atsakius į šį klausimą prašome atsakinėti į 14 klausimą).

- Gamybinė;
- Prekybinė;
- Paslaugų teikimo;
- Mišri veikla;
- Kita.....

15. Pagal paslaugų teikimą Jūsų įmonė yra?

- Kaimo turizmo sodyba;
- Viešbutis;
- Motelis;
- Sanatorija;
- Kita.....

16. Pagal dydį Jūsų įmonė yra?

- Mikro (1-10 darbuotojų);
- Maža (11-50 darbuotojų);
- Vidutinė (51-250 darbuotojų);
- Didelė (>250 darbuotojų).

17. Jūsų įmonė yra?

- Mieste;
- Miestelyje;
- Kaime.

Ačiū, kad dalyvaujate apklausoje.