



LIETUVOS
SPORTO
UNIVERSITETAS

SPORTO EDUKOLOGIJOS FAKULTETAS
SPORTO VADYBOS, EKONOMIKOS IR SOCIOLOGIJOS KATEDRA

MOKSLAS IR PRAKTIKA: AKTUALIJOS IR PERSPEKTYVOS

Mokslinių straipsnių rinkinys

THEORY AND PRACTICE: PROBLEMS AND PROSPECTS

Scientific articles

MOKSLAS IR PRAKTIKA: aktualijos ir perspektyvos

MOKSLINIŲ STRAIPSNIŲ RINKINYS



LIETUVOS
SPORTO
UNIVERSITETAS

LIETUVOS SPORTO UNIVERSITETAS
SPORTO EDUKOLOGIJOS FAKULTETAS
SPORTO VADYBOS, EKONOMIKOS IR
SOCIOLOGIJOS KATEDRA



MARIJAMPOLĖS KOLEGIJA
VERSLO IR TECHNOLOGIJŲ FAKULTETAS
VERSLO IR VADYBOS KATEDRA

MOKSLINIS KOMITETAS

Pirmininkė

doc. dr. Biruta Švagždienė, *Lietuvos sporto universitetas, Lietuva*

Nariai:

prof. dr. Edmundas Jasinskas, *Lietuvos sporto universitetas, Lietuva*

doc.dr. Arūnas Emeljanovas, *Lietuvos sporto universitetas, Lietuva*

doc.dr. Diana Rėklaitienė, *Lietuvos sporto universitetas, Lietuva*

doc.dr. Inga Staškevičiūtė-Butienė, *Lietuvos sporto universitetas, Lietuva*

doc. dr. Irena Valantinė, *Lietuvos sporto universitetas, Lietuva*

doc.dr. Lina Pilelienė, *Vytauto Didžiojo universitetas, Lietuva*

doc. dr. Rimantas Mikalauskas, *Lietuvos sporto universitetas, Lietuva*

doc. dr. Vilija Bitė Fominienė, *Lietuvos sporto universitetas, Lietuva*

doc.dr. Vylius Misevičius, *Lietuvos sporto universitetas, Lietuva*

dr. Audrius Šimkus, *Lietuvos sporto universitetas, Lietuva*

dr. Kristina Bradauskienė, *Lietuvos sporto universitetas, Lietuva*

dr. Laima Jesevičiūtė-Ufartienė, *Lietuvos sporto universitetas, Lietuva*

dr. Regina Navickienė, *Lietuvos sporto universitetas, Lietuva*

Prie leidinio išleidimo prisidėjo:

Andrius Lazauskas, *Lietuvos sporto universitetas*

Audrius Armas, *Lietuvos sporto universitetas*

Daiva Klimavičienė, *Lietuvos sporto universitetas*

Dalia Perkumienė, *Kauno kolegija*

Dana Rimkevičienė, *Lietuvos sporto universitetas*

Diana Komskienė, *Lietuvos sporto universitetas*

Dovilė Valančienė, *Lietuvos sporto universitetas*

Ingrida Krikštaponytė, *Lietuvos sporto universitetas*

Jurgita Pauliukaitienė, *Lietuvos sporto universitetas*

Kristina Mejerytė-Narkevičienė, *Lietuvos sporto universitetas*

Regina Andriukaitienė, *Lietuvos sporto universitetas*

Diana Karanauskienė, *Lietuvos sporto universitetas*

Kiekvieną straipsnį recenzavo du atitinkamos srities mokslininkai

Straipsnių kalba netaisyta

TURINYS

SPORTINIS ŠOKIS KAIP VERTYBIŲ ATSPINDYS: UGDOMASIS POVEIKIS	7
Armas A.	
STUDENTŲ FIZINIO AKTYVUMO MOTYVACIJA KŪNO KULTŪROS PRATYBOSE LYTIES ASPEKTU	11
Čepelionienė J., Ivaškienė V.	
MARIJAMPOLĖS KOLEGIJOS STUDENTŲ SPORTINIS AKTYVUMAS IR JĮ SKATINANTYS VEIKSNIAI... ..	18
Čivinskaitė N., Matukynaitė A., Šakočiūtė A., Beržanskienė M.	
INTERNATIONAL COOPERATION AS A CHANCE IN THE DEVELOPMENT OF TOURIST COMPANIES IN POLAND AND LITHUANIA	25
Ejsmont A.	
TRENERIŲ ĮSIPAREIGOJIMO SPORTINIŲ ŠOKIŲ KLUBAMS VERTINIMAS.....	32
Fominienė V.B., Jatužytė V.	
LYDERYSTĖS VAIDMUO VYSTANT SPORTINĘ REKREACIJĄ	38
Fominienė V.B., Jesevičiūtė-Ufartienė L.	
PROFESINIO PERDEGIMO SINDROMO IR MENTORYSTĖS ĮTAKA ORGANIZACIJOS VEIKLAI.....	43
Gruodytė I., Navickienė R.	
IŠMANIŲJŲ TELEFONŲ APLIKACIJŲ TAIKYMAS AKTYVAUS LAISVALAIKIO SKATINIMUI: TEORINIS ASPEKTAS.....	49
Gudaitytė G., Valantinė I.	
VEIKSNIAI, SKATINANTYS STUDENTUS SPORTUOTI	55
Ivaškienė V., Čepelionienė J., Šimokaitis B.	
SUVALKIJOS SOCIALINĖS GLOBOS NAMŲ GYVENTOJŲ POŽIŪRIS Į SPORTINĖS VEIKLOS TENKINIMĄ.....	60
Janulevičiūtė M., Beržanskienė M.	
VARTOTOJO ELGSENOS YPATUMAI BATAIS PREKIAUJANČIŲ ORGANIZACIJŲ PAVYZDŽIU	67
Jesevičiūtė-Ufartienė L.	
VIEŠBUČIŲ KONKURENCINGUMĄ LEMIANTYS VEIKSNIAI KAUNO MIESTE.....	74
Kalėdaitė V., Jasinskas E.	
ORGANIZACIJOS MOKYMOŠI ASPEKTAI VIEŠBUTYJE.....	82
Karpis V., Jasinskas E.	
TAMSIOJO TURIZMO PASIRINKIMO MOTYVACINIAI VEIKSNIAI	89

Klapatauskaitė S., Navickienė R.	
SVEIKATINAMOJO TURIZMO PLĖTROS GALIMYBĖS LIETUVOJE	96
Kokanskytė M., Rėklaitienė D.	
TURISTŲ POREIKŲ DERMĖS ELEKTRONINEI ERDVEI VERTINIMAS	101
Komskienė D., Kotkevičiūtė A.	
SPORTO RENGINIŲ SOCIALINĖS NAUDOS ĮTAKOS MIESTO ĮVAIZDŽIUI RAIŠKA.....	110
Komskienė D., Sinkevičius M.K.	
TURIZMO VADYBININKŲ KVALIFIKACIJOS IR KOMPETENCIJOS SĄSAJOS.....	119
Kuzminskaitė K., Rėklaitienė D.	
INFRASTRUKTŪROS VIETA KURORTŲ PATRAUKLUMO FORMAVIME TEORINIŲ ASPEKTU	126
Kvilys E., Navickienė R.	
PRIVATAUS JURIDINIO ASMENS VALDYMO ORGANO TEISINIO STATUSO SPECIFIŠKUMĄ LEMIANTYS VEIKSNIAI	131
Lukauskaitė K.	
SUSISIEKIMO DVIRAČIŲ GALIMYBĖS MIESTE	142
Martynova I., Rėklaitienė D.	
VIEŠBUČIŲ KONKURENCINGUMĄ LEMIANTYS VEIKSNIAI.....	147
Mazėtė R., Jasinskas E.	
SAVANORIŲ IŠLAIKYMO LAISVALAIKIO ORGANIZACIJOSE VEIKSNIŲ ANALIZĖ.....	156
Mižutavičius M., Šimkus A.	
TURIZMO SEKTORIAUS EKSPATRIANTŲ ADAPTAVIMOSI PROCESAS (LIETUVOS SITUACIJOS ANALIZĖ).....	164
Nosova J., Navickienė R.	
LEGAL ASPECTS OF PEOPLE WITH DISABILITIES	172
Perkumienė D.	
THE LEGAL REGULATION OF COPYRIGHT CONTRACTS IN THE REPUBLIC OF LITHUANIA AND GREAT BRITAIN	180
Perkumienė D., Mikalauskienė N.	
ANTREPRENERYSTĖS IR INOVACIJŲ RAIŠKA TURIZMO ORGANIZACIJOSE.....	189
Plioplytė I., Navickienė R.	
KAIMO TURIZMO YPATUMŲ IŠTYRIMO LYGIS SKIRTINGOSE ŠALYSE.....	196
Ragelytė E., Jasinskas E.	

REKREACINIŲ VEIKLŲ INFRASTRUKTŪROS PRITAIKYMAS ŽMONĖMS SU FIZINE NEGALIA.....	203
Rėklaitienė D., Čekanavičiūtė J.	
LAISVALAIKIO PRALEIDIMO TENDENCIJOS JAUNIMO TARPE	210
Rupeikaitė D., Murauskaitė D., Navickienė R.	
ŽMOGIŠKŲJŲ IŠTEKLIŲ VALDYMO YPATUMAI KAIMO TURIZMO SODYBOJE	217
Savickaitė J., Jasinskas E.	
TURIZMO RIZIKOS KLASIFIKAVIMO YPATUMAI.....	223
Simanavičius A., Žukauskienė J.	
TURIZMO RIZIKOS VERTINIMO MODELIAI	235
Simanavičius A., Žukauskienė J.	
ŽMOGIŠKŲJŲ IŠTEKLIŲ VALDYMAS UNIVERSITETE STUDIJAS APTARNAUJANČIO PERSONALO PAVYZDŽIU.....	242
Skerstonaitė G., Švagždienė B.	
GLAMŪRINIO TURIZMO VIETA ŠIUOLAIKINIO TURIZMO INDUSTRIJOJE.....	252
Smoljakova A., Švagždienė B.	
VARŽYBŲ STRESO ŠALTINIŲ SKIRTUMAI VYRŲ IR MOTERŲ TARPE.....	263
Starkevičiūtė G.	
TEISĖS MOKSLAS: IŠTAKOS IR ŠIUOLAIKINĖ BŪSENA	271
Valančienė D.	
HOSTELIŲ PARDAVIMUS SKATINANTYS VEIKSNIAI.....	280
Varkalytė V., Jesevičiūtė-Ufartienė L.	
АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СИСТЕМЫ ГОСТЕПРИИМСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ.....	288
Елизавета А.	
КОНКРЕТИЗАЦИЯ СРЕДЫ ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ В ЭКОЛОГИЧЕСКОМ ТУРИЗМЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	294
Николашин В.	

SPORTINIS ŠOKIS KAIP VERTYBIŲ ATSPINDYS: UGDOMASIS POVEIKIS

Armas A.

Lietuvos sporto universitetas

Anotacija. Šiuolaikinėje visuomenėje, spartėjant gyvenimo tempui, žmogus vis sunkiau randa laiko sau, jam sunkiau atskleisti save, pasireikšti kaip asmenybei. Dėl kasdieninio gyvenimo tempo žmogus rečiau skiria dėmesio savo vertybinėms nuostatomis, jų turiniui: iš vienos pusės žmogus veikiamas savo vidinio pasaulio, iš kitos – jį supančios visuomenės pasaulėžiūros. Šiuolaikinėje visuomenėje sutinkame žmonių, kurie remiasi skirtingomis ir dažnai nesuderinamomis teorijomis, bet tai nereiškia, kad vienu iš jų vertybių sistema yra ydinga. Vertybių ugdymas – tai visą žmogaus gyvenimą trunkantis procesas, o jo galimybes nagrinėja įvairių sričių – sociologijos, meno, edukologijos, antropologijos, filosofijos – mokslininkai. Neginčijamas meno santykis su vertybėmis. Užsienio ir šalies autorių mokslinės literatūros analizė atskleidė, kad į sportinį šokį dažniausiai žiūrima kaip į meno kūrinį. Sportinio šokio kaip meno formos paplitimas pasaulyje sudaro prielaidas analizuoti, kokios vertybės puoselėjamos jo metu, bei atskleisti šokio ugdomąjį poveikį. Taigi straipsnyje nagrinėjama, kaip vertybes atspindi ir ugdo sportinis šokis, bei atskleidžiamas sportinio šokio vaidmuo ugdant vertybes. Tyrimas atskleidė, kad žmogaus santykis su meno kūriniumi yra estetinis, tapatinamas su jausmais ir išgyvenimais, o pirminis šokio tikslas – išreikšti žmogaus vidinius jausmus ir emocijas. Vertybiniu aspektu šokis daugeliu atvejų visuomenėje gali būti traktuojamas kaip atskirties nuo visuomenės mažinimo veiksmas. Kaip šokėjai, taip ir žiūrovai, dalyvaudami ir stebėdami sportinius šokius, yra veikiami šokio dvasios ir taip per šokio paveikimą kartu ugdomai veikiami šokio meninės prigimties dėka. Nelygu subjekto jautrumui, meno galia ir poveikis gali reikštis skirtingai ir įvairiai. Šokio metu reiškiantis žmogaus vidiniams jausmams ir emocijoms, perduodama sportinio šokio dvasia ir energija paveikia aplinkinius. Tokiu būdu sudaromos ugdomojo poveikumo prielaidos.

Įvadas

Vertybių ugdymas tampa vis akivaizdesnė būtinybė (Aramavičiūtė, Martišauskienė, 2006). Liberalizmas išskiria visuomenines ir asmenines vertybes. Visuomeninės vertybės yra tos, kurios dėl savo fundamentalumo ir neišvengiamumo laikomos privalomomis visiems žmonėms. Jos apima tokius dalykus, kaip socialinė moralė, kalbos laisvė, teisingumas, taip pat asmeninė autonomija. Šios vertybės gali būti pripažįstamos žmonių, kurių moraliniai įsitikinimai skiriasi. Asmeninės vertybės, priešingai nei visuomeninės, gali būti už reikalavimų visiems visuomenės nariams ribų, jos yra dalis pasirinkimo galimybių, dėl kurių, laikantis teisingumo, žmonės gali konstruoti savo gyvenimą.

Šiuolaikinėje visuomenėje sutinkame žmonių, kurie remiasi skirtingomis ir dažnai nesuderinamomis teorijomis, bet tai nereiškia, kad vienu iš jų vertybių sistema yra ydinga. Visuomeninės vertybės susiję su visuomenine morale, o asmeninės – su asmenine morale.

Neginčijamas meno santykis su vertybėmis. Įvairių krypčių (sociologijos, meno, edukologijos, antropologijos, filosofijos bei kitų) tyrėjų diskusijos dėl šokio fenomeno yra prasidėjusios tarptautiniu mastu – taigi ir Lietuvoje. Ši meninio pobūdžio veikla gali įgyti ir sportinę formą. Sportinio šokio paplitimas pasaulyje sudaro prielaidas analizuoti, kokios vertybės puoselėjamos sportinio šokio metu, bei atskleisti jų ugdomąjį poveikį.

Šiame straipsnyje nagrinėjama, kaip vertybes atspindi ir ugdo sportinis šokis.

Tyrimo tikslas – atskleisti sportinio šokio vaidmenį ugdant vertybes.

Tyrimo metodai: užsienio ir šalies autorių mokslinės literatūros loginė analizė ir sintezė, autoriaus įžvalgos.

Vertybinio ugdymo sportiniu šokiu prielaidos

Žmonija sėkmingai atskleidė ir valdo daugybę Žemėje vykstančių procesų, tačiau tai nereiškia, kad žmogui mažiau rūpi jo vidinis pasaulis. Vidinio dvasinio gyvenimo pažinimas ir įvaldymas yra sudėtingas procesas. Nors mokslo ir technologijų pažanga yra ryški, žmogus neretai pasijunta menkas ir bejėgis prieš savo paties silpnybes. Pažinti ir įvaldyti vidinį pasaulį – didelė ir kiekvienam žmogui individuali labai aktuali problema. Nesidomint savimi, savęs nepažįstant, neįmanoma ugdyti ir tobulinti savo pasaulį, puoselėti savo dvasines galias, turtinti save. Nuo pastarųjų rezultatų priklauso individo ir kitų asmenų gyvenimo pilnumas ir turtingumas, žmogiškųjų santykių darba. Tikrojo žmogiškojo jaukumo bei gyvenimo pilnumo žmogus nesukurs vien pertvarkydamas jį supantį pasaulį, praturtėdamas materialiai, bet kartu pamiršdamas savąją dvasinę kultūrą, kurią apsprendžia vertybinės nuostatos.

Vasiliausko (2004) teigimu, vertybės – tai išgyvenimais, įsitikinimais ir patirtimi pagrįsti žmogaus prioritetai, kuriais vadovaujamosi elgiantis gyvenime. Svarbu pažymėti, kad žmonių yra įvairių, skiriasi jų pirmenybės, tačiau vertybine prasme reikšmingi tik pozityvūs, teigiami prioritetai. Žmogaus veiksmus, jo elgesį nuolat veikia vertybės, jos daro įtaką ne kuriai nors siaurai jo racionalaus mąstymo sričiai, o visai asmenybei – emociniams išgyvenimams, pažiūroms, įsitikinimams, nuostatoms. Šiuo požiūriu reikšminga atskleisti, kas ir kaip lemia asmens vertybines nuostatas, jų valentingumą.

Žmogaus socialinį vertingumą, jo visuomeniškumą apibūdina dorovė. Kiek žmogus įsavinęs dorovines visuomenines vertybes, kiek jomis praturtinęs save, toks jo ir dorovinis pasaulis, sudaręs esminę jo dvasinės būties sritį. Dorovinis žmogaus pasaulis – labai subtilus, nepakartojamas ir unikalus, kartu dinamiškas, nuolat kintantis ir besivystantis. Taigi dorovinio ugdymo rezultatas ne visada priklauso

nuo ugdytojų, bet yra nulemtas ir saviugdosa. Pastaruoju atveju svarbu atskleisti, kas ir kaip lemia saviugdą, nulemia jos rezultatus.

Žmogaus veiklą nulemia jo sąmoningumas ir tikslai. Šis gebėjimas sąmoningai veikti išvaduoja asmenį nuo būtinybės akiai paklusti išoriniam pasauliui. Tas pats būdinga ir žmogaus vidinei, dorovinei laisvei. Žmogus turi pažinti socialinį gyvenimą, žinoti, kaip elgtis, gerai orientuotis sudėtingoje dorovinių vertybių sistemoje. Neišgyventos, giliai neperprastos dorovinės žinios praktiškai yra mažavertės. Nors žmogus yra individuali būtybė, o jo dorovinis pasaulis – nepakartojamas ir unikalus, vis dėlto jis nėra visiškai uždara sistema. Jo individualus dorovinis pasaulis neatskiriamas nuo visuomenės dorovinio gyvenimo. Būtent tokioje samplaikoje išryškėja visuomeninių ir asmeninių vertybių akistata.

Meno kūrinys – tai veidrodis, kuriame atsispindi suvokėjo dvasinio gyvenimo aktualijos, problemos, interesai... (Piličiauskas, 2008). Meno kūrinuose atskleisti dramatiški herojų išgyvenimai dažniausiai asocijuojasi su mūsų pačių išgyvenimais, verčia mus jaudintis, o tai palaiko vidinį nerimą, aktyvina sąžinę, primena, kad negalima takytis su blogiu, moko atpažinti blogio atmainas. Meno kūrinio poveikis mūsų dorovinei orientacijai bei psichikai dažnai būna netgi didesnis negu pačios gyvenimo realybės faktoriai. Meno kūrinys mūsų nepaveiks, jeigu jame nebus didelės psichologinės įtampos, dvasinių vaizduojamo žmogaus kolizijų, meno kūrinuose ieškome ryškaus dramatismo. Dažnai toks yra tiesioginis auklėjamasis kai kurių meno šakų poveikis. Tačiau svarbiausia meno paskirtis kita – kelti estetinius išgyvenimus, teikti su grožio pajautimu susijusį pasitenkinimą. Būtent tokių savybių turi šokis, o kartu – ir sportinis šokis, kurio metu ne tik didinamas fizinis aktyvumas ir fizinis pajėgumas, bet ir atsiskleidžia meninė raiška, estetinis grožio pajutimas, pasitenkinimas.

Vertybinis sportinio šokio pagrindas

Vertybės – tai specifinės mus supančio pasaulio objektų ir reikšmių charakteristikos, turinčios teigiamą reikšmę žmogui, kolektyvui, visuomenei. Taip vertybės įgyja visuomeninį ir asmeninį atspindį.

Vermey (1994) išskiria tris požiūrius į sportinius šokius:

- 1) sportas;
- 2) elegantiškas šokis (menas);
- 3) šou (pramoga).

Pažymėtina, kad visi šie trys požiūriai yra glaudžiai susiję ir papildo vienas kitą tiek savo turiniu, tiek forma. Dažniausiai akcentuojama sportinė ir konkurencinė sportinių šokių pusė, tačiau greta dar yra meninė pramoginė šokio pusė, o taip pat efektinga sportinio renginio – šou pusė. Taip praplėtus požiūrį, už jo ribų visgi lieka šokis, kaip bendravimo forma.

Dar 1928 metais Stasys Šalkauskis „Židinyje“ rašė: „modernieji šokiai yra ne kas kita kaip seksualinis orgiazmo simbolizavimas fiziniais judesiais <...> apraiška ne to barbariškumo, kuris turi prieš

save kultūrėjimo perspektyvas, bet to barbariškumo, kuris atsiranda išsigimimo išdavoje, ir todėl veda nejučiomis net jaunąsias savo aukas į ankstyvą senatvę ir ūmų suirimą.“ Toks iš pirmo žvilgsnio archaiškas požiūris turi teisingų pastebėjimų, įvertinus šių dienų ir anų laikų minčių ir požiūrių atotrūkį.

Sportinio šokio menišką pradą nuginčyti sunku, tad į šokį dažniausiai žiūrima kaip į meno kūrinį. Šokis yra toks individų ar grupių kuriamas menas, kai žmogaus kūnas tampa instrumentu, o kūno judėjimas – priemone. Santykis tarp žmogaus ir meno kūrinio yra kitoks negu tarp žmogaus ir ne meno kūrinio. Šio santykio specifika dažniausiai išreiškiama žodžiu „estetinis“ (Šliogeris, 1988). Taigi žmogaus santykis su sportiniu šokiu yra estetinis. Estetinis santykis tapatinamas su jausmais ir išgyvenimais.

Pirminis šokio tikslas – išreikšti žmogaus vidinius jausmus ir emocijas. Pasak Sepažinskienės ir Sorakos (2010), šokis neatsiejamas nuo įtampos, kuri kyla tarp formos, turinio, kūrinio autonomiškumo ir socialinės jo reikšmės, skelbiamų ir atmetamų, neigiamų ir priimamų vertybių. Per sportinį šokį daromas poveikis žiūrovams, jų treneriams, choreografams ir patiems šokėjams. Šokis kaip menas yra socialiai konstruojama realybė kiekvienoje savitoje visuomenėje, kurioje jis parodomas, ir tik tam tikri žmonės turi teisę apibrėžti, vertinti ir klasifikuoti meno teikiamas vertybes (Lawson, 2009). Vertybiniu socialinio veiksmo aspektu šokis daugeliu atvejų visuomenėje gali būti traktuojamas kaip atskirties nuo visuomenės mažinimo veiksmas (Hazel, 2006). Šokio metu suteikiama galimybė pajusti kolektyvinį veiksmą, tobulinti kūrybiškumą, koordinaciją, tai leidžia sujungti protinę, emocinę ir fizinę veiklą bei taip kontroliuoti pusiausvyrą tarp protinės ir fizinės veiklos. Sepažinskienė ir Soraka (2010) įžvelgia, kad porų krizių, šeimų atskirties išgyvenimą gali sumažinti arba padidinti poriniame šokyje sujungiami šokio veiksmai. Poravimo sąvoka atskleidžia, kad *Aš* ir *Kitas* yra vienos bendruomenės, poros, nariai (Večerskis, 2008). *Kito* elgesyje, *Kito* buvimo pasaulyje atpažįstame savo elgesį ir savo buvimo pasaulyje stilių. Panašiai ir mūsų kūnai, būdami susieti savo giliausiose sferose, atpažįsta vieni kitų išgyvenimus. Taigi sportinis šokis padeda ugdyti asmeninį jautrumą, dvasingumą, bendrauti vienam su kitu (Mizenko, 2009). Kaip šokėjai, taip ir žiūrovai, dalyvaudami ir stebėdami sportinius šokius, yra veikiami šokio dvasios ir taip per šokio paveikumą kartu ugdomai veikiami šokio meninės prigimties dėka.

Išvados

Meno kūrinių poveikis žmogaus dorovinei orientacijai bei psichikai dažnai būna netgi didesnis negu pačios gyvenimo realybės faktoriai. Tai nulemia tiesioginį auklėjamąjį kai kurių meno šakų poveikį.

Sportinio šokio metu ne tik didinamas fizinis aktyvumas ir fizinis pajėgumas, bet ir atsiskleidžia meninė raiška, estetinis grožio pajutimas, pasitenkinimas.

Meno kūrinys labai savitai paveikia kūrėją ir žiūrovą. Nelygu subjekto jautrumui, meno galia ir poveikis gali reikštis skirtingai ir įvairiai. Šokio metu reiškiantis žmogaus vidiniams jausmams ir

emocijoms, perduodama sportinio šokio dvasia, ir energija paveikia aplinkinius. Tokiu būdu sudaromos ugdomojo poveikimo prielaidos.

Literatūros sąrašas

1. Aramavičiūtė, V., Martišauskienė, E. (2006). Vertybių ugdymas – pedagoginių kompetencijų pamatas. *Pedagogika*. 84, 33-37.
2. Hazel, F. (2006). Dance education: a vehicle for change. *Proceedings, the University of the West Indies*, 148–154.
3. Lawson, H. M. (2009). *Becoming through dance*. Philadelphia. Prieiga per internetą: http://www.allacademic.com/meta/p18114_index.html.
4. Mizenko, J. (2009). Shall We Dance? Ballroom Dancing and the Benefits of the Alexander Technique. Prieiga per internetą: <http://www.alexandertechnique.com/articles/ballroom> (žiūrėta 2014-03-19).
5. Piličiauskas, A. (2008). Dorinio, dvasinio ir meninio ugdymo sąsajos. Prieiga per internetą: http://www.piliciauskas.lt/Straipsniai/Nepublikuoti/dvasinio_ir_meninio.pdf (žiūrėta 2014-03-31).
6. Sepažinskienė, L., Soraka, A. (2010). Šokio fenomenas sociologijoje: teorinės paradigmos paieškos. *Filosofija. Sociologija*. 21, Nr.4, 339-347.
7. Šalkauskis, S. (1928). Jaunuomenės idealizmas ir modernieji šokiai. *Židinys*. Nr.3. p. 185-198.
8. Šliogeris, A. (1988). *Daiktas ir menas*. Vilnius. Mintis.
9. Vasiliauskas, R. (2004). Vertybių integravimas į ugdymo procesą mokykloje. *Pedagogika*. 74, 69-72.
10. Večerskis, D. (2008). Kūnų pažinimas. Kuris kurį pratęsiame? *Filosofija. Sociologija*. 19(1), 52–60.
11. Vermey, R. (1994). *Latin Thinking, Sensing and Doing in Latin American*

STUDENTŲ FIZINIO AKTYVUMO MOTYVACIJA KŪNO KULTŪROS PRATYBOSE LYTIES ASPEKTU

Čepelionienė J.^{1,2}, Ivaškienė V.²

Mykolo Romerio universitetas¹, Lietuvos sporto universitetas²

Anotacija. Ankstesniais mokslininkų tyrimais nustatyta, kad dauguma studentų nepakankamai motyvuoti kūno kultūrai, nejaučia poreikio sportuoti, stiprinti sveikatą. Todėl tyrimai, kuriais siekiama įvairiais aspektais analizuoti studentų motyvaciją kūno kultūros pratybose, yra prasmingi ir aktualūs.

Empirinis tyrimas vykdytas 2013 metų pavasario semestro metu. Imties tūrį sudarė reprezentatyvi 512 studentų grupė (iš jų 343 merginos ir 169 vaikinai) iš aukštųjų universitetinių mokyklų.. Tiriamiesiems buvo pateiktas klausimynas iš 44 uždaro tipo klausimų, sudarytas remiantis R. M. Ryan ir kt. (2000) skale. Jame pateikti teiginiai buvo suskirstyti į šias poskales: orientacija į meistriškumą, vidinę motyvaciją, bendradarbiavimo, individualumo, orientaciją į EGO, varžymosi/rungtyniavimo motyvaciją, sėkmės motyvaciją ir nesėkmių vengimą.

Išvados. Vaikinams per kūno kultūros pratybas svarbiausia yra varžymosi/ rungtyniavimo motyvacija, o merginoms – orientacija į meistriskumą; antroje vietoje ir vaikinams, ir merginoms – vidinė motyvacija. Trečioje vietoje pagal svarbą vaikinams yra orientacija į EGO, o merginoms – sėkmės motyvacija.

Aktualumas. Lietuvos sportas ir kūno kultūra turi ir gali kurti žmonijos idealų sritį. Sportas ir kūno kultūra jau dabar daro įtaką visai Lietuvos kultūrai. Kūno kultūra – tai veiksnį visuma, kuri yra ir bendros žmogaus kultūros dalis. Lietuvos piliečio fizinė sveikata – tai ir valstybės sveikata. Kaip ji palaikoma? Kai kiekvienas gali tapti pavyzdžiu šimtams ir tūkstančiams. Sistema turi sudaryti sąlygas tokiems pavyzdžiams. Vidurinės ir aukštosios mokyklos turi tęsti šiuos uždavinius (Juozaitis, 2013).

Kūno kultūros ir sporto misija universitetuose – padėti humanizuoti akademinio jaunimo gyvenimą, kaip fizinę, psichinę ir dvasinę darną. Universitetų studentams reikia ir reikės padėti plėtoti jų mąstymo gabumus, t. y. gebėjimą kūrybiškai mąstyti, iškilus sunkumams – priimti sprendimus ir išspręsti juos. Tokiai veiklai reikia kūnu ir dvasia harmoningo žmogaus (Tamošauskas, 2007, 2012).

Dabar universitetuose ypač aktualu įtraukti kuo daugiau studentų į fiziškai aktyvią veiklą, sudaryti sąlygas studentams kūno kultūros ir sporto priemonėmis stiprinti sveikatą, likviduoti fizinio krūvio deficitą, pagerinti fizinį parengtumą, padėti išsiugdyti gyvenimui ir profesijai būtiną mankštinimosi ir sportavimo įgūdžių, gebėjimų ir kompetencijų sistemą (Poteliūnienė, 2010; Tamošauskas, 2012).

Tyrimo problema. Atlikti mokslininkų tyrimai įrodė, kad dauguma studentų nepakankamai motyvuoti kūno kultūrai, nejaučia poreikio sportuoti, stiprinti sveikatą. Studentų motyvai kūno kultūros pratyboms daugiau emocinio pobūdžio, nestabilūs, priklausomai nuo aplinkos veiksnų. Trūksta stiprios motyvacijos, gal ir teorinių žinių, kokybiškesnių kūno kultūros paskaitų, geresnio kūno kultūros dėstytojų darbo pobūdžio (Kilpatrick et al., 2005; Jankauskas ir kt., 2006; Zeng et al., 2011; Gudžinskienė ir kt., 2012; Gulbinas ir kt., 2012; Čepelionienė ir Ivaškienė, 2013). Kaip rodo medicininiai tyrimai, šalies aukštosiose mokyklose daugėja studentų, priskiriamų spec. medicinos grupei, studijuoja apie 5–7 proc. studentų, turinčių rimtų sveikatos sutrikimų ir atleistų nuo fizinių pratybų. Jiems būtina parengti programas ir sudaryti sąlygas jas vykdyti (Jankauskas, 1993; Poteliūnienė ir kt., 2006; Tamošauskas, 2007; Poteliūnienė, 2010). Todėl tyrimai, kuriais siekiama įvairiais aspektais analizuoti studentų motyvaciją kūno kultūros pratybose, yra prasmingi ir aktualūs.

Tyrimo tikslas – nustatyti studentų fizinio aktyvumo motyvaciją kūno kultūros pratybose lyties aspektu.

Tyrimo metodai ir organizavimas

Tyrimo metodai: 1) Anketavimas 2) Statistinė analizė.

Tiriamiesiems buvo pateiktas klausimynas iš 44 uždaro tipo klausimų, sudarytas remiantis R. M. Ryan ir kt. (2000) skale. Klausimyno skalės validumas t. y. Cronbach's Alpha yra 0,91. Anketoje pateikti teiginiai buvo suskirstyti į šias poskales: orientacija į meistriškumą, vidinę motyvaciją, bendradarbiavimo, individualumo, orientaciją į EGO, varžymosi/rungtyniavimo motyvaciją, sėkmės motyvaciją ir nesėkmių vengimą.

Tiriamieji turėjo pasirinkti kiekvienam teiginiui jiems tinkamiausią atsakymą: tikrai sutinku, sutinku, nei taip, nei ne, nesutinku ir tikrai nesutinku. Apdorojant tyrimo duomenis atsakymai buvo vertinami taip: tikrai sutinku – 5 balai, sutinku – 4 balai, nei taip, nei ne – 3 balai, nesutinku – 2 balai, tikrai nesutinku – 1 balas. Didesnis balas reiškė aukštesnę motyvacijos lygį. Kadangi poskalių balai netenkino normališkumo sąlygos, buvo remtasi mediana išskiriant aukštą ir žemą motyvaciją.

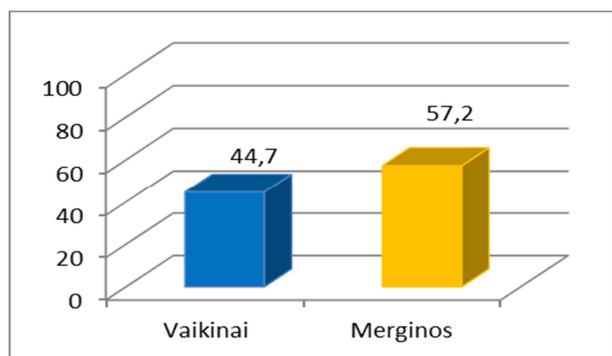
Empirinis tyrimas vykdytas 2013 metų pavasario semestro metu. Apklausti I kurso studentai. Imties tūrį sudarė reprezentatyvi 512 studentų grupė (iš jų 343 merginos ir 169 vaikinai), iš aukštųjų universitetinių mokyklų.

Duomenys buvo analizuojami naudojantis statistinės duomenų analizės programiniu paketu *SPSS 20.0 for Windows*. Straipsnyje pateikiami studentų aukštos motyvacijos rezultatai procentais. Skirtingų grupių procentinių įverčių statistiniams skirtumams tikrinti taikytas chi kvadrato kriterijus (χ^2). Skirtumas su klaidos tikimybe mažiau nei 0,05 buvo vertinamas kaip statistiškai patikimas.

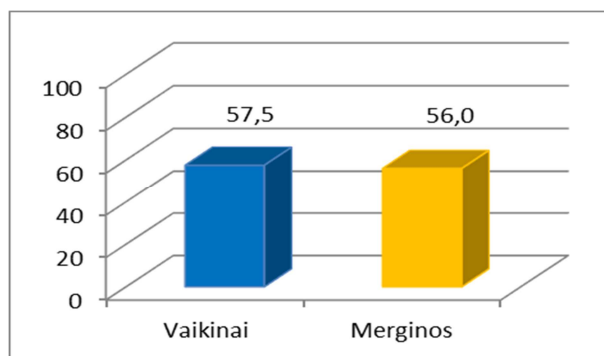
Rezultatai

Analizuojant tyrimo duomenis apie studentų fizinio aktyvumo motyvaciją kūno kultūros pratybose nustatyta, kad vaikinai yra mažiau orientuoti į meistriškumą negu merginos ($p = 0,009$) (1 pav.). Aukšto lygio orientacijos į meistriškumą vaikinų buvo 44,7 proc., o merginų – 57,2 proc.

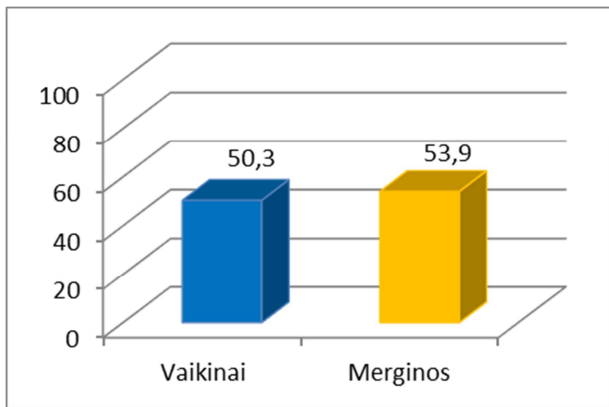
Vidinė motyvacija kūno kultūros pratybose (2 pav.) nežymiai didesnė yra vaikinų (57,5 proc.) nei merginų (56,0 proc.) ($p = 0,757$).



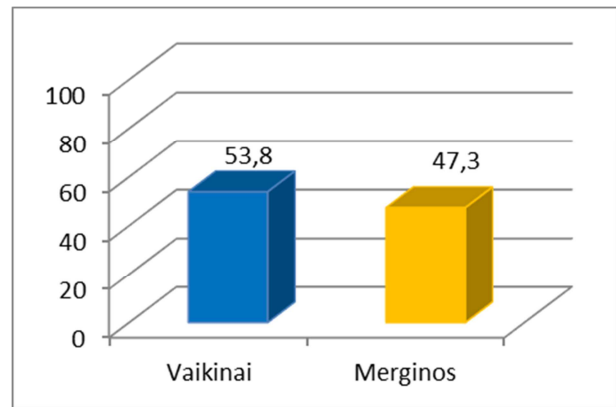
1 pav. Respondentų kūno kultūros pratybų motyvacija pagal orientacijos į meistriškumą poskalę (%) ($p = 0,009$)



2 pav. Respondentų kūno kultūros pratybų motyvacija pagal vidinės motyvacijos poskalę (%) ($p = 0,757$)



3 pav. Respondentų kūno kultūros pratybų motyvacija pagal bendradarbiavimo poskalę (%) ($p = 0,452$)



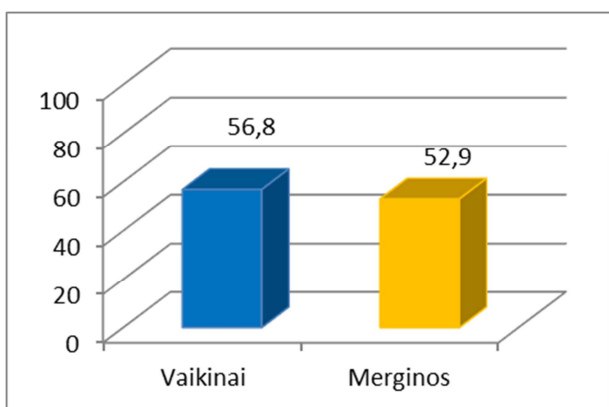
4 pav. Respondentų kūno kultūros pratybų motyvacija pagal individualumo poskalę (%) ($p = 0,179$)

Nustatyta, kad daugiau nei pusės vaikinų ir merginų kūno kultūros pratybų motyvacija pagal bendradarbiavimo poskalę yra aukšta ir statistiškai reikšmingai nesiskiria ($p = 0,452$) (3 pav.).

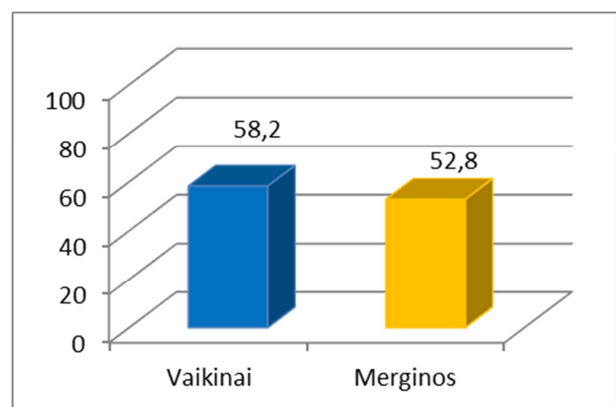
Vaikinų ir merginų kūno kultūros užsiėmimų motyvacijos tyrimo rezultatai pagal individualumo poskalę statistiškai reikšmingai nesiskyrė ($p = 0,179$), nors vaikinams individualumas yra šiek tiek svarbesnis negu merginoms (atitinkamai 53,8 proc. ir 47,3 proc.) (4 pav.).

Vaikinų ir merginų kūno kultūros pratybų motyvacijos tyrimo rezultatai pagal orientacijos į Ego poskalę taip pat reikšmingai nesiskyrė ($p = 0,412$) (5 pav.), nors šiek tiek didesnė orientacija į Ego yra būdingesnė vaikinams (56,8), nei merginoms (52,9).

Nežymiai didesne varžymosi / rungtyniavimo motyvacija pasižymėjo vėlgi vaikinai (58,2), nei merginos (52,8) (6 pav.), tačiau neužfiksuotas statistiškai reikšmingas skirtumas ($p = 0,257$).



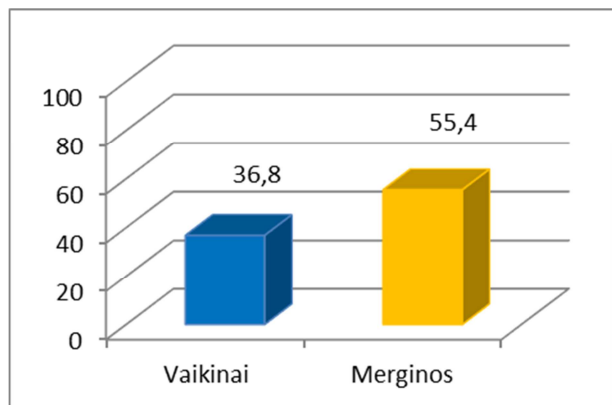
5 pav. Respondentų kūno kultūros pratybų motyvacija pagal orientacijos į Ego poskalę (%) ($p = 0,412$)



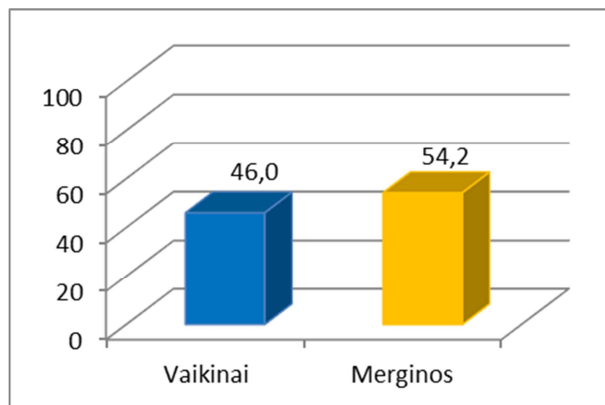
6 pav. Respondentų kūno kultūros pratybų motyvacija pagal varžymosi / rungtyniavimo motyvacijos poskalę (%) ($p = 0,257$)

Sėkmės motyvacija ženkliai reikšmingesnė merginoms negu vaikinams ($p = 0,001$) (7 pav.), (atitinkamai vaikinų 36,8 proc., o merginų – 55,4 proc.).

Vaikinų ir merginų kūno kultūros pratybų motyvacijos tyrimo rezultatai pagal nesėkmių vengimo poskalę nesiskyrė statistiškai reikšmingai ($p = 0,87$) (8 pav.), nors didesnė nesėkmių vengimo motyvacija labiau išreikšta tarp merginų (atitinkamai 54,2 proc. merginų ir 46,0 proc. vaikinų).



7 pav. Respondentų kūno kultūros pratybų motyvacija pagal sėkmės motyvacijos poskalę (%) ($p = 0,001$)



8 pav. Respondentų kūno kultūros pratybų motyvacija pagal nesėkmių vengimo motyvacijos poskalę (%) ($p = 0,87$)

Rezultatų aptarimas

Dabartinis motyvacijos terminas naudojamas remiantis prielaida, kad motyvacija yra nuolatinė, nesibaigianti, kintanti ir sudėtinga (Kilpatrick et al., 2005; Zeng et al., 2011; Šavareikienė, 2012). Išanalizavus studentų fizinio aktyvumo motyvaciją kūno kultūros pratybose nustatyta, kad vaikinams svarbiausia yra varžymosi/rungtyniavimo motyvacija, o merginoms – orientacija į meistriškumą per kūno kultūros pratybas. Vidinė motyvacija kūno kultūros pratybose tiek vaikinams, tiek merginoms yra vienodai svarbi (atitinkamai 57,5 proc. ir 56,0 proc.). Tačiau tirtiems pirmo kurso studentams trečioje vietoje pagal svarbą motyvacija kūno kultūros pratybose išsiskyrė: vaikinams priskiriama orientacija į EGO, o merginoms – sėkmės motyvacija kūno kultūros pratybose. Kaip teigia M. Goral (2010), J. Gao (2012), N. Strazdienė ir E. Adaškevičienė (2012), siekiant didinti studentų fizinį aktyvumą laisvalaikiu, I kurso studentų kūno kultūros pratybų turinys turėtų būti nukreiptas ne tik į fizinių galių lavinimą ir funkcinį organizmo pajėgumo didinimą, bet ir į motyvacijos aktyviau gyventi didinimą.

S. Dadelo ir kt. (2008 b) tyrė Vilniaus Gedimino technikos universiteto pirmo kurso studentų požiūrio į kūno kultūrą kaitą per mokslo metus ir nustatė, kad tarp studentų labai sustiprėjo motyvas — noras būti fiziškai stipriam (nuo 50 iki 99 proc.). Reikšmingai išaugo studentų, kurie fiziniais pratimais norėjo formuoti gražų kūną, skaičius ($p < 0,001$). Daugėjo studentų, kurie tikėjosi, kad fizinis aktyvumas pagerins jų sveikatą ir padės ištaisyti fizinio išsivystymo trūkumus. Sportavimo, kaip rekreacinės

priemonės po įtempto protinio darbo, vertinimas taip pat gerokai išaugo, nuo 22 iki 36 proc. ($p < 0,001$).

N. Strazdienės ir E. Adaškevičienės (2012) atlikti tyrimai leidžia teigti, kad akademinio jaunimo motyvacija sportuoti turėtų būti plėtojama taip, kad įgalintų protinį darbą dirbantį asmenį orientuotis į holistinį savo asmenybės ugdymą(-si), išlaikant protinio darbo ir fizinio aktyvumo darną. Tai, kad žmogaus fizinė būklė susijusi su sveikata ir nulemta jo aktyvaus gyvenimo būdo, rodo fizinio aktyvumo ir sporto svarbą. Aukštoji mokykla, atsižvelgdama į nuolat vykstančius socialinius pokyčius ir informacinių technologijų iššūkius studijuojančiam jaunimui, turėtų įtraukti į studentų rengimą sveikatą stiprinančio fizinio aktyvumo, fizinės sveikatos ugdymo dalykus, kurie padėtų puoselėti bendruomenės sveikos gyvensenos kultūrą, plėtoti studentų fizines galias ir stiprinti sveikatą.

Mūsų atlikto tyrimo rezultatai iš dalies sutampa su R. Tamulaitienės ir V. Lukavičienės (2009) tyrimo duomenimis. Autorės nustatė, kad išsiaiškinus studentų vidinės sportinės veiklos motyvacijos ypatumus paaiškėjo, kad siekiant sportinės veiklos tikslų būdingiausi yra šie motyvų tipai: pasididžiavimo pasiektais rezultatais jausmas, meistriškumo siekis, noras būti sveikam ir stipriam, galimybė ir siekis išsiugdyti sportininkui būdingas asmens savybes ir vertybes. Pasitikėjimo jausmas yra vyraujantis motyvas apsisprendžiant sportinei veiklai. L. Tubelis (2001) nustatė, kad pirmo kurso studentų reikšmingiausi fizinės saviugdros motyvai yra noras gerai jaustis, pagerinti savo fizinį parengtumą ir išvengti ligų. S. Poteliūnienė su bendraautorais (2006, 2010) nustatė, jog studentėms aktualiausi sveikatos stiprinimo, protinio darbingumo ir fizinio parengtumo gerinimo motyvai.

S. Dadelo su bendraautorais (2008 a) teigia, kad pozityviam, kryptinam fiziniam aktyvumui nepakanka teigiamai vertinti kūno kultūrą, reikia žinių, mokėjimų, įgūdžių, geros motyvacijos. Kad turi pakankamai fizinio aktyvumo žinių ir suformuotų įgūdžių, atsakė tikrai trečdalis apklaustų studentų, o studenčių dar mažiau – tikrai 21%. Tačiau daugiau žinoti nori kur kas didesnė dalis merginų negu vaikinų. Tokių studentų kurie visiškai neturi supratimo, kaip tinkamai sportuoti, yra nedaug: vaikinų – 13%, merginų tik 7%.

Kaip teigia R. Tamulaitienė ir V. Lukavičienė (2009) studentų išorinės sportinės veiklos motyvacija atskleidė tokius informantų grupei būdingus požymius: sportinės veiklos tikslų kategorijoje įtakingiausi sportinei veiklai yra geri santykiai su treneriu kaip asmeniu, ugdančiu vertybes ir pasitikėjimą savimi. Ryški šioje kategorijoje yra tarpkultūrinio bendravimo per sportinę veiklą galimybė, grindžiama pažinimo intereso ir meistriškumo siekio bendrumu.

A. Norkus ir R. Alūzas (2012) teigia, kad Lietuvos aukštųjų mokyklų studentai suvokia fizinio aktyvumo naudą sveikatai, tačiau retas iš jų laiko save pakankamai fiziškai aktyviu. Dažniausiai nurodytos kliūtys būti fiziškai aktyvesniu – valios, laiko ir motyvacijos trūkumas, prasta finansinė padėtis. Tikėtina, kad studentus sveikiau gyventi ir turėti didesnę motyvaciją paskatintų teorinės sveikatos žinių paskaitos, tačiau jų savo tvarkaraščiuose turi vos kas trečias studentas.

Nors užsienio tyrėjai M. W. Beets (2005), J. G. Gayles (2009) yra įrodę, kad studijų aukštojoje mokykloje pradžia yra palankus laiko tarpas keisti studentų gyvenimo įpročius, Lietuvos aukštosios mokyklos šią galimybę palieka neišnaudotą. Be to, būtų naudinga plėsti studentų akiratį, supažindinti su įvairiomis fizinio aktyvumo formomis, parodyti, kad egzistuoja ne tik madingi sporto klubai, bet ir daugybė pigių, nereikalaujančių jokių finansinių investicijų mankštintis galimybių.

A. Norkus ir R. Alūzas (2012) mano, kad pirmajame pirmo kurso semestre visiems studijas pradėdantiems studentams būtų naudinga turėti teorinį sveikatos stiprinimo modulį, kuriame būtų didinama studentų motyvacija rinktis sveikesnį gyvenimo būdą. Be to, šių paskaitų metu būtų tikslinga pirmakursius supažindinti su konkrečios aukštosios mokyklos teikiama sveikatinimo paslaugomis ir galimybe užsiimti fiziškai aktyvia veikla.

Manome, kad studentų fizinio aktyvumo motyvacijai reikėtų skirti žymiai daugiau laiko, siūlyti jiems įvairių naujų fizinio aktyvumo formų kūno kultūros pratybose ir laisvalaikiu.

Išvados

Vaikinams per kūno kultūros pratybas svarbiausia yra varžymosi/ rungtyniavimo motyvacija, o merginoms – orientacija į meistriškumą; antroje vietoje ir vaikinams, ir merginoms – vidinė motyvacija. Trečioje vietoje pagal svarbą vaikinams yra orientacija į EGO, o merginoms – sėkmės motyvacija.

Literatūros sąrašas

1. Beets M. W., Pitetti K. H. (2005). Contribution of Physical Education and Sport to Health-Related Fitness in High School Students. *Journal of School Health*, 1, 25–30.
2. Čepelionienė, J. Ivaškienė, V. (2013). Studentų požiūris į kūno kultūros dėstytoją. *Sportinį darbingumą lemiantys veiksniai (VI): mokslinių straipsnių rinkinys*. Kaunas: LSU, 65–71.
3. Dadelo, S., Tamošauskas, P., Morkūnienė, V., Višinskienė, D. (2008 a). Vilniaus Gedimino Technikos Universiteto pirmo kurso studentų požiūris į kūno kultūrą ypatumai. *Ugdymas. Kūno kultūra. Sportas*, 2 (69), 18–25.
4. Dadelo, S., Tamošauskas, P., Sakalys, V., Višinskienė, D. (2008 b). Vilniaus Gedimino technikos universiteto pirmo kurso studentų požiūris į kūno kultūrą kaita per mokslo metus. *Sporto mokslas*, 4 (54), 7–12.
5. Juozaitis, A. (2013). Sportas: tarp fizinės kultūros ir kūno kultūros. *Sporto mokslas*, 4(74), 60–63.
6. Gayles J.G., Hu Shouping (2009). The Influence of Student Engagement and Sport Participation on College Outcomes Among Division I Student Athletes. *Journal of Higher Education*, 3, 315–333.
7. Goral, M. (2010). Social attitudes of Turkish students towards participation in physical education and sport. *Social Behavior & Personality: An International Journal*, 9, 1243–1258.
8. Gao, J. (2012). Influences of Image Communication Paradigm of Sports Information on Sports Behavior of University Students. *Asian Social Science*, 11, 243–249.
9. Gudžinskienė, V., Armonienė, J., Pocevičius, A. (2012). Fizinis aktyvumas kaip vienas sveikatą lemiančių veiksnių. *Pedagogika : mokslo darbai*, 105, 86–93.
10. Gulbinas, T. (2012). Profesinės mokyklos merginų neformalųjį fizinį aktyvumą lemiantys veiksniai. *Jaunųjų*

mokslininkų darbai, 3 (36), 8–12.

11. Jankauskas, J., Kalibatas, J., Janulienė, N., Poteliūnienė, S. (2006). Universitetinių aukštųjų mokyklų I kurso studentų požiūris į aktyvų gyvenimą. *Visuomenės sveikata*, 2 (33), 37–43.
 12. Kilpatrick, M., Hebert, E., Bartholomew, J. (2005). College Students' Motivation for Physical Activity: Differentiating Men's and Women's Motives for Sport Participation and Exercise. *Journal of American College Health*, 2, 87–94.
 13. Norkus, A., Alūzas, R. (2012). Studentų sveikatos ugdymas Lietuvos aukštosiose mokyklose: galimybės ir problemos. *Studijos šiuolaikinėje visuomenėje*, 3 (1), 185–193.
 14. Poteliūnienė, S., Veršinskas, R., Muliarčikas, A. (2006). Mykolo Romerio Universiteto studentų fizinės saviugdos prielaidos. *Ugdymas. Kūno kultūra. Sportas*, 4 (63), 90–95.
 15. Poteliūnienė, S. (2010). *Studentų fizinį ugdymą ir sportininkų rengimą skatinantys veiksniai*. Vilnius: VPU.
 16. Ryan RM, Deci EL. (2000). Self – determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *Am Psychol*, 55, 68–78.
 17. Strazdienė, N., Adaškevičienė, E. (2012). Studentų sveikatą stiprinantis fizinis aktyvumas, jo raiška laisvalaikiu. *Tiltai*, 4, 93–104.
 18. Šavareikienė, D. (2012). Motyvo interpretacija motyvacijoje. *Ekonomika ir vadyba: aktualijos ir perspektyvos*, 1 (25), 46–51.
 19. Tamošauskas, P. (2007). Kūno kultūros raidos tendencijos Lietuvos universitetinėse aukštosiose mokyklose. *Santalka*, 15 (2), 80–87.
 20. Tamošauskas, P. (2012). Studentų fizinio ugdymo kaitos pedagoginiai ir psichologiniai ypatumai. *Sporto mokslas*, 1 (67), 2–7.
 21. Tamulaitienė, R., Lukavičienė, V. (2009). Kūno kultūros specialybės studentų sportinės veiklos motyvacija: refleksijų analizė. *Mokytojų ugdymas*, 12 (1), 85–102.
 22. Tubelis, L. (2001). *Studentų fizinės saviugdos skatinimo sistema ir jos efektyvumas: daktaro disertacija*. Vilnius: VPU.
- Zeng, H. Z., Hipscher, M., Leung, R. W. (2011). Attitudes of High School Students toward Physical Education and Their Sport Activity Preferences. *Journal of Social Sciences*, 4

MARIJAMPOLĖS KOLEGIJOS STUDENTŲ SPORTINIS AKTYVUMAS IR JĮ SKATINANTYS VEIKSNIAI

Čivinskaitė N., Matukynaitė A., Šakočiūtė A., Beržanskienė M.

Marijampolės kolegija

Anotacija. Straipsnyje teoriniu požiūriu nagrinėjama studentų sportinio aktyvumo reikšmė ir motyvai, o atliktu kiekybiniu tyrimu - veiksniai, kurie skatintų studentų sportinį aktyvumą. Tyrimo tikslas – išanalizuoti Marijampolės kolegijos nuolatinį studijų studentų požiūrį į sportinį aktyvumą ir jį skatinančius veiksnius.

Tyrimo rezultatų aptarimas ir išvados. Daugelis autorių, tame tarpe ir Babrova, analizavę akademinio jaunimo sportinės veiklos aktyvumą lemiančius veiksnius, teigia, kad aktyviai sportuojantys studentai savo gyvenimą dalija į akademinę veiklą ir aktyvų treniruočių bei sporto varžybų procesą (L. Bobrova, 2008). Daugelis žmonių pasirenka sportą, kaip patrauklią laisvalaikio leidimo formą, arba tam, kad pailsėtų nuo protinės veiklos. S. Šukio teigimu, tam nemažai turi reikšmės ir tai, kad sportas be fizinės veiklos turi ir daug kitų patrauklių žmonėms savybių. Žmonėms atsiranda progų patirti nemažai išgyvenimų, kurių paprastai nepatirsi studijose, pvz.: galimybė realizuoti save – išbandyti savo jėgas paties pasirinktomis sąlygomis, relaksuoti smegenis nuo protinės veiklos (S. Šukys, 2002). Tyrimo rezultatai atskleidė, kad daugelis kolegijos studentų nedalyvauja sportinėje veikloje, nes nelieka laiko nuo paskaitų, nėra draugų, kurie norėtų kartu sportuoti, nėra mėgstamų sporto šakų. O geri treneriai, mėgstamos sporto šakos ir draugų dalyvavimas sporte - būtų pagrindiniai veiksniai skatinantys sportinį aktyvumą.

Įvadas

Temos aktualumas. Sporto ir kūno kultūros plėtros tikslas – ugdyti sveiką ir fiziškai aktyvią visuomenę stengiantis kuo daugiau gyventojų įtraukti į organizuotas ir savarankiškas sporto pratybas (A. Čingienė, 2007). Sportinis aktyvumas yra ne tik sveikata, bet poilsis kūnui ir sielai. Tam, kad studentas jaustųsi gerai ir atgautų jėgas po įtemptos dienos ar sunkios protinės veiklos, reikia kasdienybę pakeisti jam malonia veikla, kad atsigautų protas, o tam labiausiai padeda fizinis aktyvumas. Fizinis aktyvumas pagerina smegenų veiklą, grąžina kūno linijas ir stiprina imuninę sistemą. Sportas sudaro prielaidas atsiskleisti žmogaus fizinėms ir dvasinėms savybėms. Sportas leidžia gauti naudingos informacijos apie rezervines žmogaus galimybes, ir tai gali būti panaudota kitose gyvenimo srityse (Malinauskas, 2010). Būtent sportas teikia didžiulių savirealizacijos galimybių. Tai vienas iš nedaugelio kelių, kur žmogus gali išreikšti savo tobulumą, naudodamasis individualiomis fizinėmis ir psichinėmis galiomis, siekdamas konkrečių rezultatų. Tai veiklai būdinga aukščiausia motyvacija bet ir savo silpnybes. Sportas visapusiškai ugdo adaptacinius žmogaus gebėjimus, tarp jų ir psichosocialinius (N. Stambulova, 1997).

Tyrimo problema. Studento gyvenimas susideda iš atskirų studentiško gyvenimo dalių, t. yra profesinės kvalifikacijos įgijimo ir savęs išreiškimo, įgyvendinant savo svajones, troškimus, galimybę išreikšti save. Todėl ypač svarbu gebėti suderinti akademinę ir sportinę veiklą. Pasigendama požiūrio į studento asmenybės ugdymą visaverčiam gyvenimui, vidinės jo sąveikos su akademine aplinka visumą (K. Miškinis, 2007). Paskutiniaisiais metais Lietuvos aukštosiose mokyklose, tame tarpe ir Marijampolės kolegijoje (autorių pastaba), kūno kultūra yra išimama iš studijų planų, nors Lietuvoje daugėja studentų priskiriamų specialiai medicininei grupei (P. Tamošauskas, 2004). Tyrimo problematiškumas - neaiškūs veiksniai, kurie įtakoja Marijampolės kolegijos studentų sportinį aktyvumą.

Tyrimo tikslas - išanalizuoti Marijampolės kolegijos nuolatinų studijų studentų požiūrį į sportinį aktyvumą ir jį skatinančius veiksnius.

Tyrimo uždaviniai:

1. Išanalizuoti mokslinę literatūrą apie sporto reikšmę ir veiksnius įtakojančius sportinį aktyvumą;
2. Išsiaiškinti Marijampolės kolegijos studentų požiūrį į sportinį aktyvumą ir jį įtakojančius veiksnius.

Tyrimo metodai. Mokslinės literatūros analizė sportinės veiklos aktyvumo klausimais, empirinis tyrimas vertinant veiksnius, įtakojančius Marijampolės kolegijos studentų sportinį aktyvumą.

Tyrimo metodika

Siekiant įgyvendinti tyrimo tikslus, atlikus mokslinės literatūros analizę, buvo atliktas empirinis tyrimas. Tyrimui atlikti buvo pasirinkti Marijampolės kolegijos Edukologijos ir socialinio darbo bei Verslo ir technologijų fakultetuose nuolatine studijų forma studijuojantys studentai. Iš viso Marijampolės kolegijos nuolatinėse studijose studijuoja 472 studentai. Imties dydžio nustatymui buvo naudota mažos visumos formulė (V. Dikčius, 2005). Tyrimo metu buvo apklausta 162 studentai, kurie studijuoja Marijampolės kolegijoje nuolatiniam studijų skyriuje: 60 iš jų Edukologijos ir socialinio darbo fakulteto studentai ir 102 Verslo ir technologijų fakulteto studentai. Tyrimui atlikti buvo paruošta anketą, kurią sudarė 10 klausimų, iš kurių trys dichotominiai klausimai ir 5 multichotominiai klausimai. Anketinės apklausos duomenys apdoroti su Microsoft Excel programa.

Sportinis aktyvumą skatinančių veiksnių teorinės prielaidos

Lietuvos sporto kongrese patvirtintoje „Lietuvos Respublikos kūno kultūros ir sporto strategijoje 2005-2015m. numatoma kūno kultūros ir sporto plėtra, jos įgyvendinimo galimybės. Lietuvos respublikos Kūno kultūros ir sporto įstatyme kūno kultūra ir sportas įprasminami kaip bendrosios kultūros dalis, o veiklos prioritetuose numatyta jauno žmogaus ugdymas kūno kultūros ir sporto priemonėmis.

Studentija – dinamiškiausia visuomenės dalis, jai būdingas mobilumas, atvirumas naujovėms, saviraiškos poreikis (J. Pikūnas, A. Palujanskienė, 2001).

Pastebimi ir šio amžiaus ypatumai, pasireiškiantys prieštaravimais, tarp didelių fizinių krūvių bei psichinių galimybių ir nedidelės gyvenimiškos patirties; tarp aktyvaus intelektinių ir fizinių galimybių pasireiškimo ir riboto studijų laiko tarpsnio, tarp ekonominių galimybių ir studentiško amžiaus poreikių; tarp santykinės laisvės, organizuojant savarankišką gyvenimą, ir griežtos dienotvarkės, derinant akademinę bei sportinę veiklą (S. Laskienė, 2008).

Sportas, sportinė veikla, kaip tam tikras sveikos gyvensenos bruožas, įgauna savotišką išraišką, apibendrinančią jaunų žmonių patirtį, mąstymo ir elgesio būdus, ateities siekius ir orientacijas. Svarbų vaidmenį sportas atlieka puoselėjant įvairias žmogaus psichikos savybes ir gebėjimus. Tai „valios mokykla“, „emocijų mokykla“, „charakterio mokykla“, nes sportinė veikla kelia aukštus reikalavimus valios savybių, savęs valdymo gebėjimams (R. Malinauskas, 2010).

Šiuolaikinėje aukštojoje mokykloje fizinė ir sportinė veikla suteikia studentui galimybių atsiskleisti, bendrauti su kitais, palaikyti ar gerinti savo buvimo kokybę, įgyti naujų žinių, tarpusavyje rungtyniauti, organizuoti ar teisėjauti ir ugdyti savo asmenybę (M. Bottenburg, 2005)

Sportinėje veikloje atsiskleidžia asmenybė, charakteris, kultūringumas. Daugelis mokslininkų teigia, kad treneriai savo aukšta profesine kvalifikacija gali patraukti prie savęs, juos sužavėję savo erudicija ir gebėjimais. Didelę reikšmę visapusiškam sportininkų ugdymui turi psichologinis klimatas, tarpasmeniniai santykiai (K. Miškinis, 2002) Taip pat yra svarbūs motyvaciniai veiksniai, lemiantys aktyvų dalyvavimą sportinėje veikloje ir pasirenkant ją. Motyvai, lemiantys aktyvų dalyvavimą sportinėje veikloje, yra įvairūs. Mokslininkai šiuos motyvus sugrupavo į keturias grupes: abipusiškumo motyvai, asmeninio pasitenkinimo motyvai, asmeninio įvaizdžio motyvai, instrumentiniai motyvai.

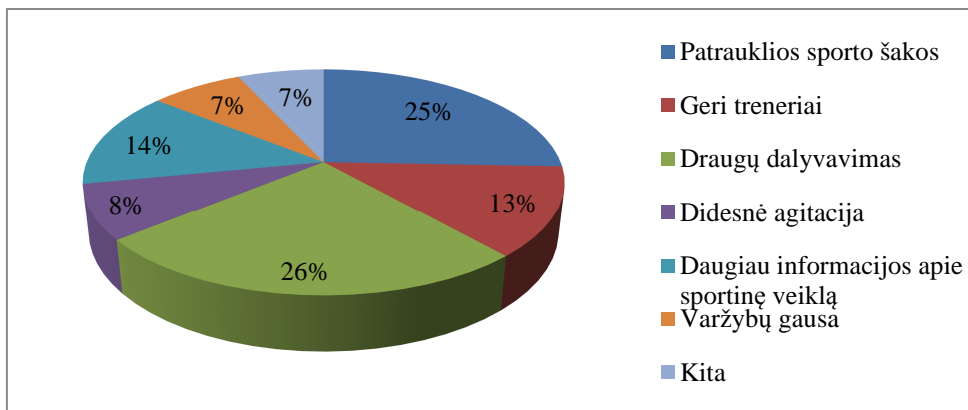
R. Malinauskas, ištyręs didelio meistriškumo dvikovas šakų sportininkų ir jų pamainos motyvacijos ypatumus, nustatė, kad juos sportuoti labiausiai skatina šie motyvai: noras būti fiziškai stipriam, sustiprinti sveikatą, rungtyniauti, tapti čempionu, rekordininku. (R. Malinauskas, 2003). Dažnai tarp pagrindinių motyvų minimi noras būti su draugais, būti grupės ar komandos nariu, noras siekti geresnių rezultatų, konkuruoti, patirti džiaugsmą, individualaus meistriškumo tobulinimas ir noras patenkinti ambicijas, siekti asmeninės garbės, materialinės naudos (M. Barkauskaitė, 2007).

Empirinio tyrimo rezultatai

Dauguma apklausoje dalyvavusių respondentų, t. y 88% nedalyvauja kolegijos sportinėje veikloje ir tik 12% dalyvauja. Respondentai, kurie dalyvauja sportinėje veikloje žaidžia krepšinį ir tinklinį arba turi kūno kultūros paskaitas. 30% sportuojančių studentų Marijampolės kolegijoje teigė, kad sportuoti malonu, taip galima išreikšti save. 25% respondentų sportuoja todėl, kad nori būti geros formos. 16% respondentų sportuoja dėl kitų priežasčių. Po 10% respondentų teigė, kad sportuoja, nes tai vienas iš būdų susirasti draugų ir tai geriausias būdas ugdyti savo asmenines savybes. Tik 7% respondentų sportuoja dėl azarto. Daugiausia, t. y 36% respondentų, kurie nedalyvauja sportinėje veikloje teigė, kad sportui nelieta laiko nuo paskaitų, 25% teigė, kad nėra mėgstamų sporto šakų, 20 procentų dalyvautų, bet nėra palaikančių kompaniją draugų ir 11 proc. sportas visiškai nedomina.

1 paveiksle vaizduojami respondentų atsakymai apie veiksnius, kurie paskatintų dalyvauti Marijampolės kolegijos sportinėje veikloje. Daugumą studentų paskatintų aktyviau dalyvauti sportinėje

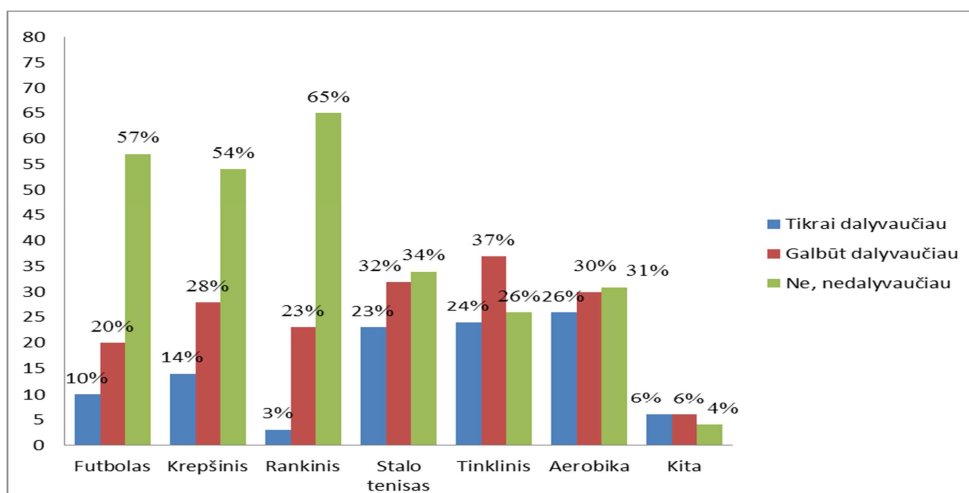
veikloje draugų dalyvavimas, patrauklesnės sporto šakos, taip teigė po 26% studentų. 14% apklaustųjų mano, kad sportuotų, jeigu būtų daugiau informacijos apie sportinius užsiėmimus Marijampolės kolegijoje. 13% respondentų paskatintų dalyvauti sportinėje veikloje geri treneriai. 8% respondentams trūksta agitacijos, nes jeigu Marijampolės kolegijoje būtų didesnė agitacija, tai taip pat paskatintų dalyvauti sportinėje veikloje. Po 7% respondentų dalyvautų, jeigu būtų daugiau varžybų.



1 pav. Veiksniai skatinantys dalyvauti Marijampolės kolegijos sportinėje veikloje

Paklausus, ar respondentai žino apie Marijampolės kolegijoje įsikūrusį sporto klubą „Visata“ tik 45% atsakė, kad žino. Didžioji dalis, 33% iš žinančių apie sporto klubą „Visata“ sužinojo iš draugų, 23% - iš kolegijos tinklapio ir kitų informacijos šaltinių. 13% respondentų pakvietė treneriai, o mažiausia dalis tik 8% respondentų - rado informaciją spaudoje. Taigi, pastebime, jog didesnė dalis respondentų nežino apie įsikūrusį Marijampolės kolegijoje sporto klubą „Visata“, nes yra nemažas informacijos trūkumas.

Aktualu buvo išsiaiškinti ar studentai padidintų savo sportinį aktyvumą, jei kolegijoje būtų jų pageidaujamų sporto šakų (žr. 2 pav.) Daugiausia studentų merginų, t. yra 26% tikrai dalyvautų aerobikoje. 24% studentų dalyvautų tinklinio užsiėmimuose ir 23% stalo tenise. Daugiau negu pusė, 65% atsakė, kad nedalyvautų rankinio užsiėmimuose, 57% - futbole ir 54% - krepšinio užsiėmimuose.



2 pav. Studentų nuomonė dėl noro dalyvauti mėgstamose sporto šakose.

Ypač svarbu buvo išsiaiškinti požiūrį į privalomus kūno kultūros užsiėmimus. 63% respondentų pageidautų, kad pirmą semestrą visiems nuolatinų studijų studentams būtų privaloma kūno kultūros užsiėmimai ir tik trečdalis nepageidautų. Tai rodo, jog studentų noras sportuoti tikrai yra. Ir kaip matome 1 lentelėje, tam yra pakankamai argumentų.

1 lentelė. Respondentų argumentai dėl privalomų kūno kultūros užsiėmimų kolegijoje

Motyvai, pritariančių privalomiems kūno kultūros užsiėmimas	Motyvai, prieštaraujančių privalomiems kūno kultūros užsiėmimas
„Būtina, nes plečia studentų akiratį.“	„Tam yra laisvai pasirenkamas dalykas.“
„Fizinis aktyvumas naudingas sveikatai.“	„Versti nereikia.“
„Judėti sveika.“	„Nereikia, nes fizinis lavinimas atima daug jėgų.“
„Sportas- sveikata.“	
„Studentai sportuodami taptų ištvermingesni.“	
„Fizinė veikla dar niekam nepakenkė.“	
„Sportas padėtų pailsėti po protinės veiklos.“	
„Kitus reikia priversti sportuoti.“	

Studentai teigia, kad judėti yra būtina, tai yra sveikata, geras laisvo laiko praleidimas, tai yra atsipalaidavimas po protinės veiklos. Analogiškai atsirado ir prieštaraujančių, kurie mano, jog nereikia versti sportuoti, kadangi fizinis aktyvumas atima daug jėgų. Taigi, didžioji dalis respondentų pritaria sportinės veiklos aktyvinimui kolegijoje.

Atviruose klausimuose daugiausia, t. yra 12 proc. respondentų pageidavo Marijampolės kolegijoje kvadrato, 10 proc. sportinių šokių, 9 proc. lengvosios atletikos užsiėmimų, estafečių, gimnastikos, linijinių šokių, dziudo, dviračių sporto.

Kolegijos studentai siūlo aktyvinti sportinę veiklą, įtraukti naujų sporto šakų, o taip pat daugiau informuoti apie sportinius renginius, turnyrus, sutvarkyti stadioną. Garsinantems Marijampolės kolegijos vardą respondentai siūlo steigti skatinamąsias stipendijas, suderinti paskaitų laiką, turėti motyvuotų trenerių, labiau agituoti, sudominti naujomis sporto šakomis.

Išvados

1. Sportuodama kiekviena asmenybė, o ypač jauna, siekia išreikšti save, įgyti gerą fizinę būklę, formuoti dvasinę ir protinę vertę, pasitikėjimą, pripažinimą bendruomenėje. Aukštojoje mokykloje sportinė veikla taip pat suteikia studentui galimybių įvertinti save, bendrauti, turėti panašių pomėgių su draugais, o taip pat sportuojant įgyti naujų draugų, gerinti savo gyvenimo kokybę, siekti ne tik profesinės kompetencijos įgijimo tikslų.

-
2. Marijampolės kolegijos studentai neaktyviai dalyvauja kolegijos sportinėje veikloje dėl laiko, mėgstamų sporto šakų ir pritariančių sportui draugų stygiaus. Didžiajai daliai sportuojančių studentų sportas yra malonumas, galimybė išreikšti save, būti geros formos ir susirasti draugų.
 3. Draugų dalyvavimas, patrauklesnės sporto šakos, geri treneriai, bei daugiau informacijos ir agitacijos būtų pagrindiniai studentų sportinį aktyvumą skatinantys veiksniai.
 4. Tik mažiau negu pusė studentų žino apie kolegijoje įsikūrusį sporto klubą „Visata“, apie kurį studentams pagrindinis informacijos šaltinis yra draugai.
 5. Labiausia studentus dalyvauti sportinėje veikloje skatintų jei kolegijoje būtų tinklinis, aerobika, stalo tenisas. Studentai pageidavo tokių sporto šakų, kaip fitneso, plaukimo, dziudo, kovinio sporto, badmintono, kvadrato, linijinių šokių. Mažiausia pageidaujamos sporto šakos - rankinis, futbolas, krepšinis.
 6. Daugiau negu pusė studentų pritarė nuomonei, kad būtų pirmame kurse privalomi kūno kultūros užsiėmimai, motyvuodami, kad tai naudinga sveikatai, studentai tampa ištvermingesni, o taip pat tai galimybė pailsėti po protinės veiklos.

Literatūros sąrašas

1. Barkauskaitė, M. (2007). Sportas. Vilniaus pedagoginio universiteto žurnalas: / P. - 53].
2. Bobrova, L. (2008). Pedagoginio profilio kūno kultūros specialybės studentų gyvenimo stiliaus ugdymas(is) universitetinėse studijose (postmodernios visuomenės iššūkių kontekste). Mokytojų ugdymas. ISSN 1822–119X.10 (1), p. 146–163.
3. Bottenburg, M. (2005). The bonding and bridging power of university sports.FISU conference. Universiade proceedings. Irmir, p. 23–26.
4. Dikčius, V. (2005) Marketingo tyrimai. Vilniaus vadybos akademija, 2005.
5. Laskienė, S. (2006). Sporto filosofija. Vadovėlis. Kaunas: Lietuvos kūno kultūros akademija.
6. Malinauskas, R. (2010). Taikomoji sporto psichologija:vadovėlis. Kaunas: Lietuvos kūno kultūros akademija.
7. Martens, R. (1999). Sporto psichologijos vadovas treneriui. Vilnius: Lietuvos informacijos centras.
8. Miškinis, K. (2007). Trenerio veikla: išskirtinės jos ypatybės. Treneris, 1, p. 4–6.
9. Pikūnas, J., Palujanskienė, A. (2001). Asmenybės vystymasis: kelias į savęs atradimą . Kaunas: Pasaulio lietuvių kultūros, mokslo ir švietimo centras
10. Stambulova, N. (1997). Sports career psychological models and its applications. In R. Lidor; M. Bar-Eli (Eds). Proceedings of the IX world congress of sport psychology(p. 655–657). Israel: Wingate institute.
11. Šukys, S. Nuostatų į sportinės veiklos dalyvių elgesį tyrimo instrumentarijaus metodologinis pagrindimas // Sporto mokslas. Vilnius : Lietuvos sporto informacijos centras. ISSN 1392-1401. 2006, Nr. 2(44), p. 7-15. [Index Copernicus].
12. Tamošauskas, P. Poteliūnienė, S, Karoblis., P, Poviliūnas, A. Studentų fizinis ugdymas Lietuvos aukštosiose mokyklose himanistinės pedagogikos kontekste. Sporto mokslas. – ISSN 1392-1401, 2004,Nr.2 (36), p68-74
13. Tamošauskas, P. (2007). Kūno kultūros raidos tendencijos Lietuvos universitetinėse aukštosiose mokyklose. Santalka. Edukologija, 15, 2, p. 80–86.

14. Lietuvos Respublikos kūno kultūros ir sporto strategija 2005-2015m.

15. Lietuvos respublikos Kūno kultūros ir sporto įstatymas

INTERNATIONAL COOPERATION AS A CHANCE IN THE DEVELOPMENT OF TOURIST COMPANIES IN POLAND AND LITHUANIA

Ejsmont A.

State Higher Vocational School in Suwalki Humanistic and Economic Institute

Abstract. Every tourist company is the basic organizational unit in the economy, which gives helps in satisfying social needs, which is created to achieve economic effects by producing goods which serve tourists and tourist services. Like the majority of companies functioning during the economic crisis companies from the tourist branch have many difficulties. The researching problem described in the present article is the low level of development of tourist companies in Poland and Lithuania. The aim of this article is to verify the hypothesis that the condition of efficiently defeating those limitations is international cooperation of tourist companies both from Poland and Lithuania with other economic entities which have their registered offices on the territory of the European Union.

In the article the authoress used a researched method which takes into account the comparative analysis and the evidence synthesis. Presented method allows to efficiently verify the hypothesis that the main condition of improvement of development level of the companies from the tourist branch located in Poland and Lithuania is international cooperation with other economic entities which come from the European Union. Conducting the research on the influence of that type of cooperation between the European tourist companies on their development in 2007-2012 authoress will show model of the international cooperation between researched companies both from Poland and Lithuania which should cooperate with other economic entities located on the territory of the whole European Union.

Introduction

Every tourist company is a basic organizational unit in the economy, which gives helps in satisfying social needs, which is created to reach economic effects by production of goods which help tourists and tourist services [1]. It is also an organizational unit which run its economic activity consisting in paid services to participants of different types and kinds of tourism [2]. Unfortunately, as the majority of companies which function during the economic crisis companies from the tourist branch have many difficulties. The researching problem described in the present article is the low level of development of tourist companies in Poland and Lithuania.

Because economic activity in tourism appears in many sectors of national economy, the activity conducted by tourist companies is included in such sectors of economy as [6]:

- Construction,
- Trade, repair of motor vehicles,
- Transportation and storage,
- Accommodation and catering,
- Real estate activities,
- Administrative and support service activities,
- Education,
- Financial and insurance activities.

Tourist companies whose economic activity is included in any of the abovementioned sectors of economy are characterized in their functioning mainly by high instability of demand and high costs of obtaining revenues from the total activity. In all the researched sectors of economy, which are associated with the activity of companies from the tourist branch in Poland, was noticed that in 2007-2012 the cost level indicator which makes relation of the costs of obtaining revenues from the total activity to the revenues from total activity showed growing tendency. In all the researched period in 2007-2012 the researched indicator in tourist branch increased on average from 91.2% in 2007 to 95.1% in 2012 [3], [4], [5]. From the above data results that admittedly the costs of obtaining revenues from total activity in all analysed sectors of economy comprising the tourism sector were lower in comparison to the revenues from total activity, although from year to year these were increasing.

When it comes to the development level of companies from tourist branch which run their activity in Lithuania, according to the data from the Department of Statistics, in 2009 tourist facilities in Lithuania accommodated 1165 thousand tourist, i.e. about 21.8% less than in 2008. In that period to Lithuania arrived 624 thousand foreign tourist, who made 53.6% of all visitors. It is about 17.5% less than in the analogical period in the previous year. In comparison to Estonia, the decrease in the number of foreign tourists in the same period was 5.4%, while to Latvia – 20.8% (in Latvia in 2009 was accommodated 614.3 thousand tourists, in Estonia – 1088.9 thousand). According to the Department of Statistics, tours organizers from Lithuania provided services for 34.2 thousand of foreign tourists during the first half of 2009, i.e. about 18.5% less than in the analogical period in the previous year. However, revenues from the sales of package services stayed on the same level, i.e. LTL 27 bn. [7].

The aim of the present article is verify the hypothesis that the condition of efficiently defeating limitations is the intensified international cooperation of tourist companies both from Poland and Lithuania with other economic entities which have their registered offices on the territory of the European

Union, generally defined as cooperation of at least two entities of international range, which in that way aim at a better realization of their goals or reaching common aim [8], [9].

In this article the authoress used the researched method which takes into account the comparative analysis and the evidence synthesis. Presented method allows to efficiently verify the hypothesis that the main condition of improvement in the level of development of the companies from the tourist branch located both in Poland and Lithuania is the international cooperation with other economic entities which have their registered offices on the territory of the European Union. Conducting the research on the influence of this type of cooperation between the European tourist companies on their development in 2007-2012 the authoress will show a model of international cooperation according to which tourist companies both from Poland and Lithuania should cooperate with other economic entities located on the territory of the all European Union.

The development level of tourist companies in Poland and Lithuania in 2007-2012

Development of tourism is a significant impulse which can dynamize social and economic development of a country. Its meaning appears in a high ability to generate new job, increase quality of life in local communities, increase competitiveness of regions. Simultaneously, tourism contributes to discovering the most valuable cultural and environmental resources whose featuring can improve internal and external image of countries, regions and cities. If there is proper attitude towards tourist functions, it favours sustaining traditional values and balanced development as well as emphasizes the most important natural and cultural assets of local communities. Moreover, export of tourist services in the form of tourists from Poland or Lithuania who go to other countries, even on the territory of the whole European Union, can positively influence financial balance in a country and liberates redistribution of incomes from richer regions to poorer [10].

In the present article the authoress shows data concerning the cost level indicator which makes relation of the costs of obtaining revenues from total activity to the revenues from total activity. The values of the mentioned index in 2007-2012 authoress noticed in eight sectors of economy, which comprise the tourism sector, in which companies from this branch run their economic activity. With reference to the above, these sectors include:

- Construction,
- Trade and repair of motor vehicles,
- Transportation and storage,
- Accommodation and catering,
- Real estate activities,
- Administrative and support service activities,

- Education,
- Financial and insurance activities.

In all the searched period, i.e. in 2007-2012 the cost level indicator noticed in the above sectors of economy in Poland showed increasing or decreasing tendency, depending on the year. Data are presented in the table below (table 1).

Table 1. The value of the cost level indicator which was noticed by particularly sectors of the economy comprising the tourism sector in Poland in 2007-2012 (data in %)

Sectors	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Construction	92.0	92.2	93.0	94.1	96.2	99.3
Trade and repair of motor vehicles	96.4	97.2	97.5	97.2	97.6	97.9
Transportation and storage	94.4	99.1	97.7	96.7	96.9	96.7
Accommodation and catering	90.1	96.5	95.5	96.2	96.7	93.5
Real estate activities	87.1	93.9	91.5	91.1	95.7	94.7
Administrative and support service activities	91.6	94.5	95.0	95.5	94.9	95.2
Education	89.4	90.1	92.1	98.0	93.8	94.0
Financial and insurance activities	88.9	97.0	83.0	88.9	89.5	89.3

Source: *Rocznik Statystyczny Rzeczypospolitej Polskiej 2010*, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa 2010, p. 632; *Rocznik Statystyczny Rzeczypospolitej Polskiej 2011*, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa 2011, p. 576; *Rocznik Statystyczny Rzeczypospolitej Polskiej 2013*, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa 2013, p. 592

From the above data explicitly results that the analyzed level of costs in “Construction” sector showed increasing tendency, and the growth was from 92.0% in 2007 to 99.3% in 2012 (growth of about 7.3 p. p.). In “Trade and repair of motor vehicles” sector the cost level indicator increased from 96.4% in 2007 to 97.5% in 2009 (growth of about 1.1 p. p.). In 2010-2012 the researched indicator showed growing tendency, increasing from 97.2% in 2010 to 97.9% in 2012 (growth of about 0.7 p. p.). In 2007-2008 sector „Transportation and storage” increased in the researched value (growth of about 4.7 p. p.). 2012 year was characterized by the decrease of the cost level indicator of about 0.2 p. p. in comparison to 2011.

In the sector „Accommodation and catering” in 2008 the researched value increased by about 6.4 p. p. in comparison to 2007. In 2012 because of the world financial crisis was noticed a decrease of the researched value of about 3.2 p. p. in relation to the previous year. „Real estate activities” sector noticed a growth of the cost level indicator in 2008 in comparison to 2007 (growth of about 6.8 p. p.). In 2011 the index increased by about 4.6 p. p. in relation to 2010, then in 2012 was the opposite situation (decrease of about 1 p. p.).

In 2007-2010 in „Administrative and support service activities” sector the researched cost level indicator increased from 91.6% in 2007 to 95.5% in 2010 (growth of about 3.9 p. p.). Then in 2012 was noticed the opposite situation (growth of about 0.3 p. p. in relation to the previous year). In 2007-2010 in „Education” sector the cost level indicator increased from 89.4% in 2007 to 98.0% in 2010 (growth of

about 8.6 p. p.). In 2011 was noticed a decrease of the researched value of about 4.2 p. p. in relation to the previous year and in 2012 – growth of about 0.2 p. p. in relation to 2011. „Financial and insurance activities” sector was characterized by the increase of the cost level indicator of about 8.1 p. p. in 2008 in relation to 2007. In 2012 was a decrease of the researched value of about 0.2 p. p. in comparison to 2011.

Summing up the above analysis of the data, it may be stated that generally in all researched sectors of economy and in all researched period, i.e. in 2007-2012, the cost level indicator showed increasing tendency. Although, the value of the researched index indicate the fact that costs of obtaining revenues from total activity did not exceed the revenues from total activity. When it comes to the Lithuanian tourist market the situation is similar. Data are presented in the table below (table 2).

Table 2. Evaluation of average expenditures and profits from arrival tourism in Lithuania in 2007-2012 (data in LT)

Specification	Number of tourists accommodated in tourist facilities	Average expenditures during one journey	Average profit
Germany	159828	2468	290574521
Great Britain	42731	2727	95265210
France	32321	2200	46785200
Finland	56613	898	40696339
Spain	23788	2264	27428032
Italy	37772	2731	98070555
POLAND	161087	879	206120080
Russia	98586	1415	203332731
Belarus	67241	993	71139109
Latvia	79965	578	53422281
Estonia	49946	998	58651750
Ukraine	10837	2257	22364125
Denmark	17137	893	22456237
Sweden	29387	2107	45882393
Holland	21327	2049	21884288
Belgium	8124	1964	9679224
Austria	7882	1334	9904876
Norway	32950	1905	49127455
The United States of America	32598	1861	55268699
Japan	10105	1463	21499615
Israel	7769	2919	22991742

Source: *Rynek turystyczny krajów bałtyckich: Litwy, Łotwy, Estonii*, Wydział Promocji Handlu i Inwestycji, Ambasada RP w Wilnie, Wilno 2010, p. 20

On the basis of analysis of the data from the table above, we may explicitly state that in all researched period the majority of tourists accommodated in tourist facilities in Lithuania came from Germany, whereas the smallest number was from Israel, probably due to a long distance. The average expenditures during one journey were also noticed among tourists from Israel, the lowest analysed expenditures were noticed among tourists from Latvia, and also in this case the reason was the distance. The companies from Lithuania had the highest average profit owing to the tourists from Germany as the

richest country in all the European Union, whereas the lowest profit was from tourists from Belgium, the cause in this case has been the world economic crisis.

Model of international cooperation between companies from the tourist branch in Poland and Lithuania

In the development of companies from the tourist branch a significant role has international cooperation which contributes to the development of internationalization of the researched economic entities, understood as making the economic activity in companies international, what is also treated as a continuous and cumulative process, which consists in gradual going from straighter to more complex forms of foreign expansion (from export, to own production abroad) [12]. The effect of international cooperation between companies from the tourist branch and at the same time proper decision-making criterion and index in the evaluation of tourist companies results is the so-called market value added - MVA [13; 14]. Additionally, in the development of the tourist branch the most important role also plays the so-called theory of the tourist multiplier, which allows to assess full economic effect concerning expenditures incurred by the tourist companies influencing the development of the tourist sector (direct, indirect and induced) [6]. It is assumed that the model of the economic effects multiplier from the tourist may be presented with the help of the equation:

$$Kr = a + b + c,$$

where:

Kr – the regional multiplier of revenue (economic effect multiplier),

a – direct economic effect concerning that part of economy which directly satisfies the tourist demand,

b – indirect economic effect concerning a situation in which companies connected with services of the tourist movement purchase in other sectors of the economy,

c – induced economic effect consisting in the general increase of expenditures, which is possible due to the increased revenues of community employed in direct and indirect servicing of the tourist movement

Intensity of international integration may be expressed with the help of the following equation [9; 15; 16]:

$$Q + VC + Ex = MVA + Kr,$$

from here [17]:

$$\frac{AC^\alpha L^{1-\alpha}}{N} + \frac{\sum_{i=1}^K \sum_{j=1}^K CRKij}{N} + Ex = (V - Ka) + a + b + c, \text{ gdzie } V > 0; Ka > 0;$$

where:

Q – amount of production,

VC – intensity of international cooperation,

MVA – market value added,

A – index of total effectiveness of outlays, where $A > 1$,

C – height of the capital outlays, where $C > 0$,

L – height of the job outlays, where $L > 0$,

K – number of suppliers,

i, j – constant parameters,

CRK – frequency of the cooperative relations in the newly created cooperative chain,

N – number of the cooperative relations in the newly created cooperative chain,
V – surplus of the market value in a tourist company,
Ka – amount of invested capital in a tourist company,
Ex – amount of export.

Small and medium- sized companies, which are seen as more flexible in comparison to big economic entities, should be favoured in the case of international cooperation, and in this way should be conducted this kind of cooperation in tourist branch. With reference to the above, the authoress of this article showed simplified model of international cooperation in the light included forecasts concerning the amount of revenues from total activity, costs of obtaining revenues from total activity, incurred expenditures and amount of export understood as foreign departures from Poland and Lithuania and therefore market value added.

Conclusion

The problem of the low development level of tourist companies both from Poland and Lithuania is important because the development of tourism in itself is a significant impulse which can dynamize social and economic development in every country. Its significance appears in a high ability to generate jobs, increase the quality of life of local communities and increase the competitiveness of regions by starting cooperation of international character.

With reference to the above, the necessary condition for achieving suitable pace of tourist companies development is widely understood international cooperation guaranteeing the creation of products using specific values of regions from Poland and Lithuania in a balanced way, which will lead to strengthening known tourist destinations and to the development of tourism in regions less developed and peripheral.

Meanwhile, when taken into consideration the amount of costs from obtaining revenues from total activity and expenditures incurred in the economic activity conducted by the researched companies from Poland and Lithuania, the analysis of data presented by the authoress in this article shows that harmonious development in the tourist branch is not possible without improvement of the image of Poland and Lithuania in the European Union and all over the world as well as without integrated cooperation of economic entities which are strong organizationally, substantially and financially.

To sum up, it should be emphasized that all parameters mentioned in the model of international cooperation must be jointly used in order to correctly realize the usable effect which is the tourist service aimed at customers, i.e. the tourist. The main causative factor determining the usage of remaining factors is job, i.e. a person with qualifications starting the whole production process and managing the remaining production factors. So, on how companies from the tourist branch both from Poland and Lithuania will cooperate with other economic entities on the territory of the European Union depends their development.

References

1. Gołembski G., Turystyka jako czynnik integrujący badania naukowe [w:] Gołembski G. (red.), Kierunki rozwoju badań naukowych w turystyce, PWN, Warszawa 2003, p. 12.
2. Rapacz A., Przedsiębiorstwo turystyczne. Podstawy i zasady działania, PWN, Warszawa 1994, p. 10.
3. Rocznik Statystyczny Rzeczypospolitej Polskiej 2010, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa 2010, p. 632.
4. Rocznik Statystyczny Rzeczypospolitej Polskiej 2011, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa 2011, p. 576.
5. Rocznik Statystyczny Rzeczypospolitej Polskiej 2013, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa 2013, p. 592.
6. Panasiuk A., Ekonomia turystyki, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008, p. 46.
7. Rynek Turystyczny krajów bałtyckich: Litwy, Łotwy, Estonii, Wydział Promocji Handlu i Inwestycji, Ambasada RP w Wilnie, Wilno 2010, p. 31.
8. Dowling M., Helm R., Product Development Success Through Cooperation: A Study of Entrepreneurial Firms, "Technovation" 2006, Volume 26, Issue 4, p. 483-488.
9. Cygler J., Kooperencja przedsiębiorstw. Czynniki sektorowe i korporacyjne, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Warszawa 2009, s. 24.
10. Kierunki rozwoju turystyki do 2015 roku, Ministerstwo Sportu i Turystyki, Warszawa 2008, p. 3.
11. Rynek turystyczny krajów bałtyckich: Litwy, Łotwy, Estonii, Wydział Promocji Handlu i Inwestycji, Ambasada RP w Wilnie, Wilno 2010, p. 20.
12. Plawgo B., Zachowania małych i średnich przedsiębiorstw w procesie internacjonalizacji, Instytut Organizacji i Zarządzania w Przemśle Orgmasz, Warszawa 2004, p. 47.
13. Stewart G. B., The Quest for Value. The EVA™ Management Guide, Harper Business, New York 1991, p. 168.
14. Block J. H., Spiegel F., Family Firm Density and Regional Innovation Output: An Exploratory Analysis, "Journal of Family Business Strategy" 2013, Vol. 4, No. 4, p. 273.
15. Duliniec A., Struktura i koszt kapitału w przedsiębiorstwie, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2001, p. 146-147.
16. Meredyk K., Efektywność i czynniki efektywności [w:] K. Meredyk (red.), Ekonomia ogólna, Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku, Białystok 2007, p. 239.
17. Ejsmont A., Wpływ kooperacji na rozwój firm rodzinnych w Polsce (na przykładzie E- Energo S.A.) w: Sułkowski Ł. (red.), Firmy rodzinne- współczesne wyzwania przedsiębiorczości rodzinnej, Wydawnictwo Społecznej Akademii Nauk, Łódź 2012, p. 362.

TRENERIŲ ĮSIPAREIGOJIMO SPORTINIŲ ŠOKIŲ KLUBAMS VERTINIMAS

Fominienė V.B., Jatužytė V.

Lietuvos sporto universitetas

Anotacija. Straipsnyje nagrinėjami darbuotojų įsipareigojimo organizacijai aspektai ir reikšmė jos veiklai. Aptariama sportinių šokių klubų kaip sporto organizacijų, turinčių kūrybinės organizacijos

požymius, veikla ir trenerių įsipareigojimo struktūra. Nesant pakankamai empirinių tyrimų, atskleidžiančių šios sporto šakos trenerių įsipareigojimą iškelta mokslinė problema – kaip pasireiškia sportinių šokių trenerių įsipareigojimas klubui? Tyrimo objektu pasirinktas trenerių įsipareigojimas. Pristatomas empirinis tyrimas, kurio tikslas yra įvertinti trenerių įsipareigojimą Kauno miesto sportinių šokių klubui. Tyrimas atskleidė, jog šios sporto šakos treneriams emocinio ir norminio pobūdžio įsipareigojimas išreikštas stipriau nei tęstinio pobūdžio įsipareigojimas.

Įvadas

Lietuvoje vis dažniau akcentuojamas asmens fizinis aktyvumas kaip viena pagrindinių individo fizinės, socialinės ir emocinės gerovės sąlygų. To pasekoje didėja sporto paslaugų poreikis, kuris lemia ir tokias paslaugas teikiančių organizacijų skaičių. Pastaraisiais metais, išaugus tokios sporto šakos kaip sportiniai šokiai, apjungiančios du pradus – fizinę veiklą ir meninę išraišką (Armas, 2012), populiarumui, sėkmingai kūrėsi bei plėtėsi ir paslaugas, susijusias su sportiniais šokiais, teikiantys klubai. Kartu didėjo ir konkurenciją tarp jų. Tačiau atsirado ir nemaža trenerių problema, kuri dažniausiai sietina su prasta teikiamų paslaugų kokybe (Jankauskienė, 2008). Šiame kontekste sporto organizacijoms, teikiančioms sporto paslaugas ir besiorientuojančioms į aukštus kokybės standartus iškilo uždavinys surasti ir išlaikyti kompetetingus specialistus, galinčius maksimaliai tenkinti klientų poreikius bei siekti organizacinių tikslų. Tačiau, net ir turinti tokius žmogiškuosius išteklius organizacijos negali išlikti produktyvios, jei dirbantys žmonės netaps įsipareigoję joms.

Šiandien jau neabejojama, kad didžiausias kiekvienos šiuolaikinės organizacijos turtas – įsipareigoję jai darbuotojai (Vveinhardt, Kotovskienė, 2008). Tačiau mokslinėje literatūroje darbuotojo įsipareigojimo organizacijai sąvoka vis dar apibrėžiama nevienodai. Daugelis tyrėjų jai suteikia subjektyvų požiūrį, todėl šis konceptas analizuojamas įvairiais aspektais (Petkevičiūtė ir Kalinina, 2004; Kavaliauskienė, 2012). Vis dėlto dažniausiai įsipareigojimas sporto organizacijai yra įvardijamas kaip reikšminga organizacijai charakteristika, pasireiškianti darbuotojo psichologiniu prisijungimu prie organizacijos – narystės joje sukūrimu bei prisidėjimu prie visų narių gerovės (Chelladurai, 2006). O analizuojant šį konstruktą daugiausiai dėmesio yra sulaukęs N. J. Allen ir J. P. Meyer įsipareigojimo organizacijai modelis, suskaidantis darbuotojo įsipareigojimą organizacijai į tris dedamąsias – emocinį, tęstinį ir normatyvinį. Pagal šį modelį kiekvienas iš trijų dėmenų apibūdina skirtingus procesus, kurie sieja darbuotoją su organizacija. Emocinis įsipareigojimas rodo darbuotojo pasitenkinimą darbu organizacijoje ir norą likti jos nariu. Tęstinis įsipareigojimas atskleidžia darbuotojo supratimą, įvertinant nuostolius ir išlaidas, jeigu darbuotojas paliks organizaciją, bei būtinumą likti organizacijoje norint šių nuostolių išvengti. Normatyvinis įsipareigojimas parodo darbuotojo prievolės organizacijai jausmą, ir įsitikinimą, kad teisinga yra likti su organizacija (Pociūtė ir kt., 2012).

Analizuojant darbuotojų įsipareigojimą ir jo dedamąsias, nėra išskirtos svarbiausios dedamosios visiems bendrai, tačiau pripažįstama, kad atskiram individui būdingos kintamo stiprumo dimensijos (Stallworth, 2004), kurios gali priklausyti tiek nuo darbuotojo amžiaus, lyties, pareigų, stažo, tiek ir nuo jo asmenybės bruožų (Genevičiūtė-Janonienė, Endriulaitienė, 2010, Labatmedienė ir kt., 2007).

Analizuojant sportinių šokių klubų trenerių įsipareigojimą organizacijai, reikėtų atkreipti dėmesį ir į specifinę jų veiklą, apjungiančią tiek sporto, tiek ir meno raiškos požymius (Ušpurienė, Čepulėnas, 2012, Tepexova, 2008). Toks holistinis požiūris sportinių šokių klubus leistų traktuoti ne tik kaip sporto, bet ir kaip kūrybines organizacijas, o darbuotojų įsipareigojimą analizuoti įvertinant visus įmanomus tokių organizacijų bruožus.

Išsakytos mintys leidžia teigti, jog trenerių įsipareigojimo atskleidimas sportinių šokių klubams yra aktualus tiek diskutuojant ir ieškant atsakymo, kas sportiniai šokiai yra – labiau sportas, ar labiau menas, tiek ir nesant pakankamam skaičiui empirinių duomenų, atskleidžiančių darbuotojų įsipareigojimo specifiškumą tokio tipo organizacijose. Todėl šio tyrimo **tikslu** pasirinktas siekis įvertinti trenerių įsipareigojimą Kauno miesto sportinių šokių klubui.

Tyrimo objektas: trenerių įsipareigojimas sportinių šokių klubui.

Tyrimo uždaviniai:

1. Atskleisti trenerių įsipareigojimo sportinių šokių klubui specifika;
2. Nustatyti trenerių įsipareigojimo aspektus Kauno miesto sportinių šokių klubui.

Tyrimo metodologija ir organizavimas

Tyrimo metodai. Uždavinių įgyvendinimui buvo naudojami mokslinės literatūros analizės, anketinės apklausos ir statistinės duomenų analizės metodai.

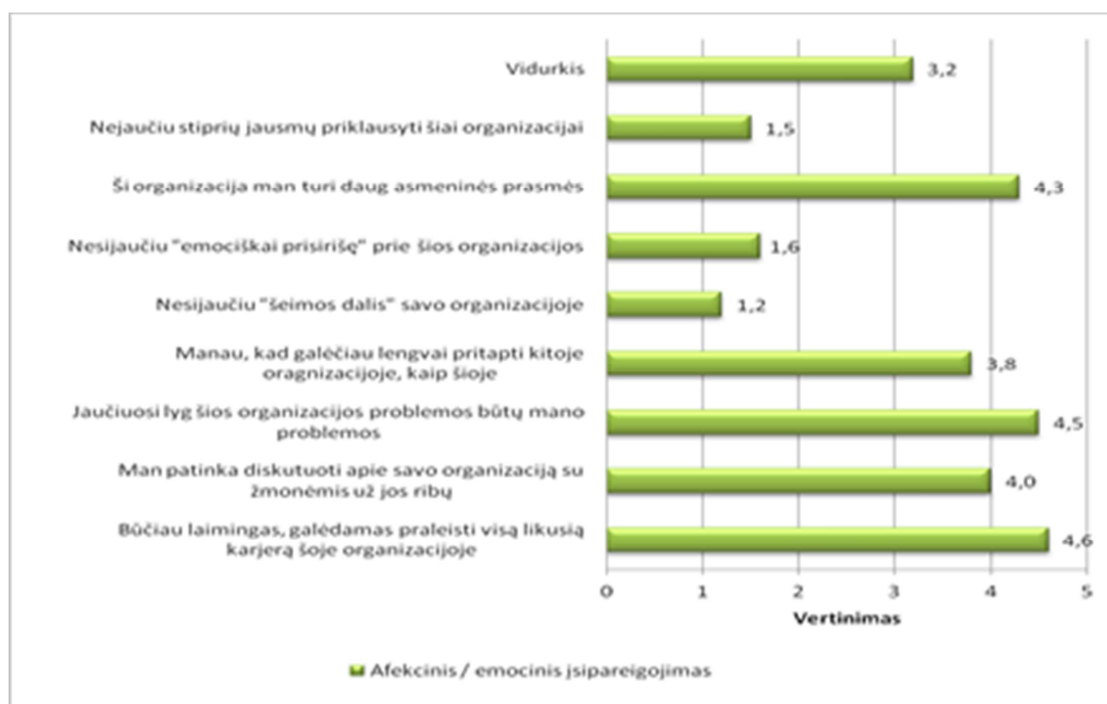
Tyrimo imtis. Tyrimo uždaviniams, susijusiems su kiekybinių tiriamojo objekto rodiklių nustatymu bei jų vertinimu, spręsti buvo sukonstruota nepriklausoma imtis, kurios tūrį sudarė 44 Kauno sportinių šokių klubų treneriai. Tarp tyrimo dalyvių moterys sudarė 68,2 proc. (n=30), vyrai – 31,8 proc. (n=14) imties sklaidos. Respondentų amžius svyruoja nuo 22 metų iki 69 metų. Pagal darbo stažą dirbant sportinių šokių treneriu respondentai pasikirstę taip – vyrų darbo stažas 22,5±2,8 metai, moterų 11,8±1,9 metai.

Tyrimo organizavimas. Tyrimas atliktas 2013 metų spalio mėnesį Kauno miesto sportinių šokių klubuose tiesiogiai dalyvaujant tyrėjui. Remiantis kiekybiniu požiūriu buvo pasirinktas anketinės apklausos metodas. Anketa sudaryta remiantis J. P. Meyer ir N. J. Allen 3 dimensijų organizacinio įsipareigojimo modeliu (Savareikiene, Daugirdas, 2009), leidžiančiu analizuoti darbuotojų emocinį, tęstinį ir normatyvinį įsipareigojimus. Teiginiai vertinami Likerto penkių balų skale, kur 1 – visiškai nesutinku su teiginiu, o 5 – visiškai sutinku.

Kiekybinio tyrimo duomenys suvesti ir apdoroti naudojant SPSS 16.0 (*Statistical Package for the Social Sciences*) programinį paketą. Darbuotojų įsipareigojimo organizacijai raiškos tyrimo duomenims skaičiuoti buvo taikytas aritmetinis vidurkis (V) ir standartinis nuokrypis (SN).

Tyrimo rezultatai

Analizuojant sportinių šokių klubų trenerių emocinio pobūdžio įsipareigojimą organizacijai buvo nustatyta, kad vidutiniškai jis siekė 3,2 balo (1 pav.). Trenerių emocinio įsipareigojimo raiškos tyrimas atskleidė, kad tiriamųjų įsipareigojimo organizacijai formos pasiskirstė taip: darbuotojai būtų laimingi, galėdami praleisti visą likusią karjerą šioje organizacijoje (vidurkis $4,6 \pm 0,7$ balo), darbuotojai jaučiasi lyg šios organizacijos problemos būtų jų pačių problemos (vidurkis $4,5 \pm 0,9$ balo), dabartinė organizacija šokių treneriams turi asmeninės prasmės (vidurkis $4,3 \pm 1,1$ balo). Šie emocinio pobūdžio įsipareigojimo aspektai pasireiškė stipriausiai, t. y. buvo įvertinti vidutiniškai daugiau nei 4,0 balo.

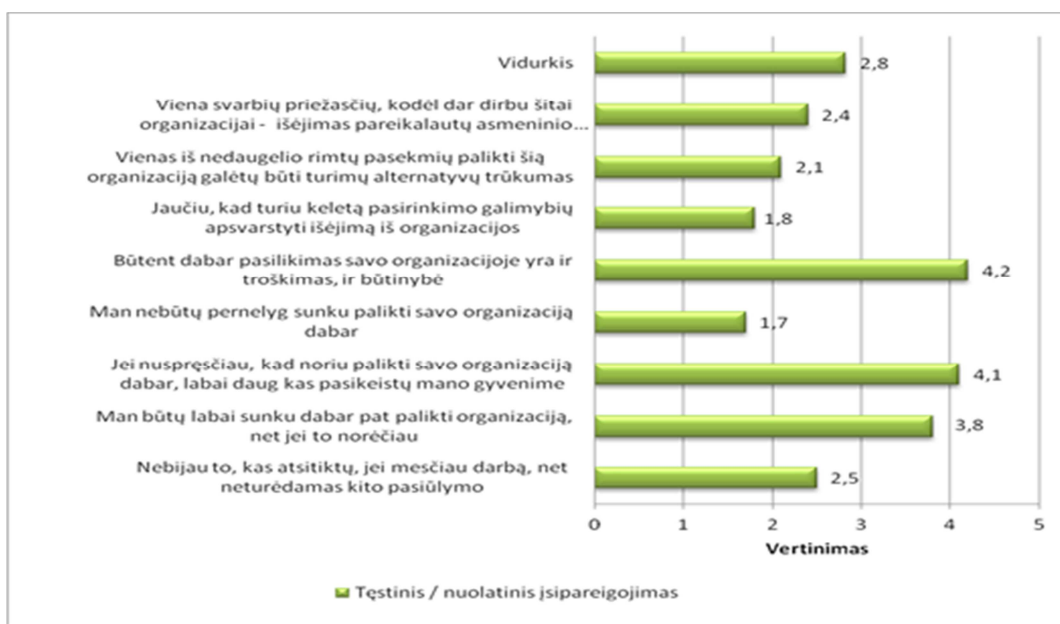


1 pav. Emocinio pobūdžio įsipareigojimo vertinimo pasiskirstymas

Silpniausiai (nesiekė net vidutiniškai 2,0 balų) įvertinti tokie teiginiai kaip: nesijaučiu „šeimos dalis“ savo organizacijoje (vidurkis $1,2 \pm 0,5$ balo), nejaučiu stiprių jausmų priklausyti šiai organizacijai (vidurkis $1,5 \pm 0,8$ balo) ir nesijaučiu „emociškai prisirišęs“ prie organizacijos (vidurkis $1,6 \pm 1,2$ balo).

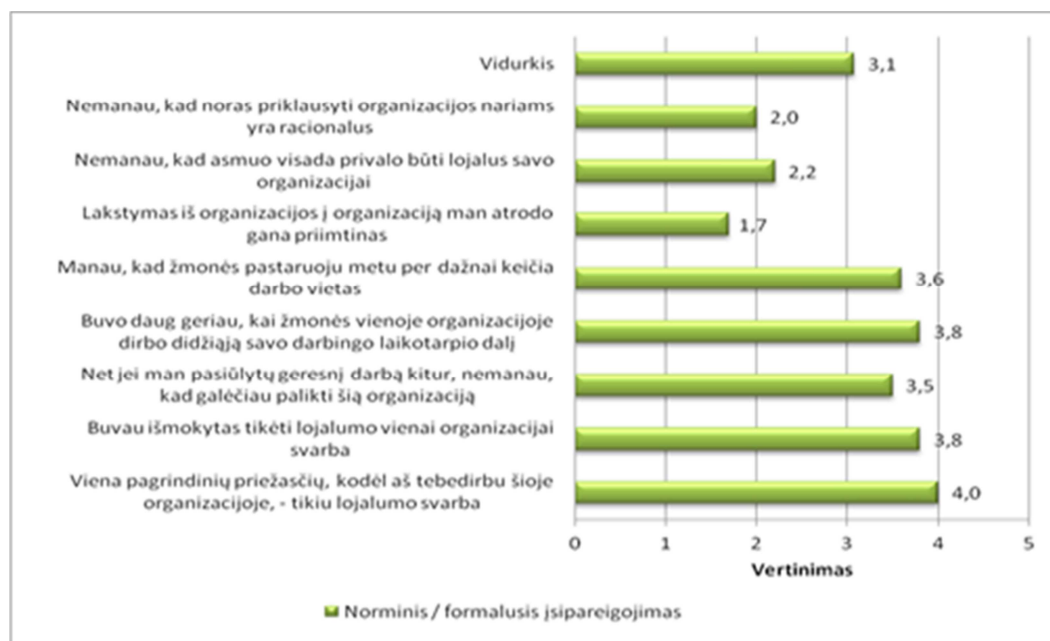
Analizuojant sportinių šokių klubų trenerių tęstinio pobūdžio įsipareigojimą organizacijai buvo nustatyta, kad vidutiniškai jis siekė 2,8 balo (2 pav.). Trenerių tęstinio įsipareigojimo raiškos tyrimas atskleidė, kad tiriamųjų įsipareigojimo organizacijai formos pagal didžiausius vidurkius gavusius teiginius pasiskirstė taip: „Būtent dabar pasilikimas organizacijoje yra ir troškimas, ir būtinybė“ (vidurkis $4,2 \pm 0,9$ balo), „Jei nuspręščiau, kad noriu palikti organizaciją būten dabar – daug kas pasikeistų mano

asmeniniame gyvenime“ (vidurkis $4,1 \pm 1,2$ balo), „Man būtų labai sunku dabar pat palikti dabartinę organizaciją, net jei aš to norėčiau“ (vidurkis $3,8 \pm 1,2$ balo). Taigi šie tęstinio pobūdžio įsipareigojimo aspektai pasireiškė stipriausiai, t. y. surinko didesnę vidurkį, nei bendras visų teiginių vidurkis (2,8 balo). Silpniausiai (nesiekė net vidutiniškai 2,0 balų) įvertinti tokie teiginiai: „Man nebūtų pernelyg sunku palikti savo organizaciją dabar“ (vidurkis $1,7 \pm 0,9$ balo), „Jaučiu, kad turiu keletą pasirinkimo galimybių apsvarstyti išėjimą iš organizacijos“ (vidurkis $1,8 \pm 0,9$ balo).



2 pav. Tęstinio pobūdžio įsipareigojimo vertinimo pasiskirstymas

Analizuojant sportinių šokių klubų trenerių norminio pobūdžio įsipareigojimą organizacijai buvo nustatyta, kad vidutiniškai jis siekė 3,1 balo (3 pav.).



3 pav. Norminio pobūdžio įsipareigojimo vertinimo pasiskirstymas

Šokių trenerių norminio įsipareigojimo raiškos tyrimas atskleidė, kad įsipareigojimo organizacijai formos pagal didžiausius vidurkius gavusius teiginius pasiskirstė taip: „Viena pagrindinių priežasčių, kodėl aš tebedirbu šioje organizacijoje, yra ta, kad tikiu lojalumo svarba, taigi jaučiuosi moraliai įsipareigojęs likti šioje organizacijoje“ (vidurkis $4,0 \pm 1,2$ balo), „Buvo daug geriau tuomet, kai žmonės vienoje organizacijoje išdirbdavo didžiąją savo darbingo laikotarpio dalį“ ir „Buvau išmokytas (-a) tikėti lojalumo vienai organizacijai svarba“ (abiejų vidurkis $3,8 \pm 1,2$ balo), „Manau, kad žmonės pastaruoju metu per dažnai keičia darbo vietas“ (vidurkis $3,6 \pm 1,1$ balo) ir „Net jei man pasiūlytų geresnį darbą kitur, nemanau, kad galėčiau palikti šią organizaciją“ (vidurkis $3,5 \pm 1,4$ balo).

Šiais teiginiais apibūdinti norminio / formaliojo pobūdžio įsipareigojimo aspektų vidurkiai buvo didesni nei bendras visų teiginių vidurkis, t. y. buvo aukštesnis nei 3,1 balo. Silpniausiai buvo įvertintas teiginys „Lakstymas iš organizacijos į organizaciją man atrodo ganėtina priimtinas“, gavęs $1,7 \pm 0,8$ balo vidurkį.

Išvados

1. Sportinių šokių klubai turėtų būti vertinami ir kaip sporto, ir kaip kūrybinės organizacijos, nepamirštant, kad šių klubų treneriai, siekdami sportinių rezultatų kartu yra kuriančios, meninį polinkį turinčios asmenybės. Atsižvelgiant į tai reikėtų akcentuoti, kad sportinių šokių trenerių įsipareigojimo klubui raiška gali skirtis nuo kitų sporto šakų trenerių ar kitokio pobūdžio organizacijų darbuotojų įsipareigojimo.
2. Kauno miesto sportinių šokių trenerių organizacinio įsipareigojimo sistemoje stipriau pasireiškia emocinio ir norminio pobūdžio nei tęstinio pobūdžio įsipareigojimas organizacijai. Tai leidžia numanyti, kad športinių šokių klubuose dirbantys treneriai buvimą konkrečios organizacijos nariais sieja su jausmais, t.y. noru dirbti tą darbą, kurį jie vertina, mėgsta ir tiki tuo, ką daro. Taip pat jiems yra svarbi atliekama veikla, kadangi kiti jais pasitiki ir tikisi tam tikrų rezultatų. Tačiau šiems darbuotojams mažiausiai svarbi nauda, siejanti juos su organizacija.

Literatūros sąrašas

1. Armas, A. (2012). Socialinių gebėjimų ugdymas sportinių šokių treneruotės metu. Sportininkų rengimo valdymas ir sportininkų darbingumą lemiantys veiksniai. LSU Treniravimo mokslo katedros mokslinė konferencija, 2012 m. gruodžio 20 d. Pranešimų tezės, 15 – 16.
2. Chelladurai, P. (2006). Management of human resources in sport and recreation (2nd ed.). Champaign, IL: Human Kinetics.
3. Genevičiūtė-Janonienė, G., Endriulaitienė, A. (2010). Darbuotojų asmenybės bruožų, subjektyviai vertinamo transformacinio vadovavimo stiliaus, darbo motyvacijos ir įsipareigojimo organizacijai sąveikos modelis. *Psichologija*, 41, 50–67.

-
4. Jankauskienė, R. (2008). Lietuvos gyventojų fizinio aktyvumo skatinimo strategija: kūno kultūra ar kūno kultas? *Medicina (Kaunas)*, 44(5), 346-355
 5. Kavaliauskienė, Ž. (2012). Darbuotojo išipareigojimo organizacijai koncepto evoliucija vadybos moksle. *Management theory and studies for rural business and infrastructure development*, 1 (30), 72 – 80.
 6. Labatmedienė, L., Endriulaitienė, A., Gustainienė, L. (2007). Individual correlates of organizational commitment and intention to leave the organization. *Baltic Journal of Management*, 2 (2), 196 – 212.
 7. Petkevičiūtė, N. & Kalinina, I. (2004). Veiksniai, didinantys darbuotojų organizacinį išipareigojimą. *Organizacijų vadyba: sisteminiai tyrimai*, 31, 179–193.
 8. Pociūtė, B., Bulotaitė, L., Bliumas, R. (2012). Universiteto studentų išipareigojimas profesijai: sąsajos su asmenybės bruožais ir pasitenkinimu studijomis. *Acta paedagogica Vilnensia*, 29, 111-122.
 9. Savareikiene, D., Daugirdas, L. (2009). Forms of expression of employee loyalty. *Socialiniai tyrimai*, 2(16), 86-93.
 10. Stallworth, H. L. (2004). Antecedents and consequences of organizational commitment to accounting organizations. *Managerial Auditing Journal*, 19 (7), 945-955.
 11. Ušpurienė, A. B., Čepulėnas, A. (2012). Kiek ir kokio meistriškumo sportinių šokių šokėjų yra Lietuvoje. *Sporto darbingumą lemiantys veiksniai*, 5, 192 – 198.
 12. Vveinhardt, J. & Kotovskienė, J. (2008). Darbuotojų lojalumo ir rotacijos ryšys rekreacines paslaugas teikiančiose organizacijose. *Vadyba*, 2(13), 184-197.
 13. Терехова, М. А. (2008). Методика физической подготовки танцоров 10-11 лет на этапе начальной спортивной специализации. Диссертация на соискание ученой степени кандидата педагогических наук, ФГОУ ВПО, Москва: Московской государственной академии физической культуры.

LYDERYSTĖS VAIDMUO VYSTANT SPORTINĘ REKREACIJĄ

Fominienė V.B., Jesevičiūtė-Ufartienė L.

Lietuvos sporto universitetas

Anotacija. Vadovavimo žinių trūkumai nevyriausybinėse organizacijose įvardijami kaip būtinybė jų valdymui ir vystymui. Šios organizacijos vis aktyviau reiškia dėmesį sportinei rekreacijai. Dėl šios priežasties lyderystės vaidmens reikšmė vystant sportinę rekreaciją yra aktuali tema šiuolaikiniame moksle ir praktikoje.

Tyrimo problema. Nors pastaraisiais metais užsienio autoriai (Havitz, Kaczynski, Mannell, 2013, Shilbury, Ferkins, 2011 ir kt.) skyrė nemažai dėmesio lyderystės studijoms, šis fenomenas Lietuvos sporto ir laisvalaikio industrijose nėra pakankamai tyrinėjamas. Dėl šios priežasties straipsnyje keliamą problema, kaip lyderystės gali padėti plėtoti sportinę rekreaciją nevyriausybinėse organizacijose.

Tyrimo objektas – lyderystė. Tyrimo objektas analizuojamas sportinės rekreacijos nevyriausybinėse organizacijose kontekste.

Tikslas – atskleisti lyderystės vaidmenį vystant sportinę rekreaciją nevyriausybinėse organizacijose.

Uždaviniai:

1. Išanalizuoti lyderystės vaidmenį sportinės rekreacijos veikloms.
2. Paaiškinti lyderystės svarbą nevyriausybinėse organizacijose.
3. Tyrimo metodai: mokslinės literatūros analizė.

Lyderystės vaidmuo sportinės rekreacijos veikloms

Nors pasaulyje lyderyste susidomėta praeito šimtmečio pradžioje, Lietuvos mokslininkai ši reiškinį pradėjo tyrinėti neseniai (Razauskas, 1988, Butkus, 1990, Jucevičius, 1996, Jucevičienė, 1996 ir kt.). Nemažai tyrimų, aiškinančių lyderystės fenomeną atlikta ir pastaraisiais metais (Paulienė, 2012, Smaliukienė, 2012, Miniotaitė, Bučiūnienė, 2013 ir kt.). Didelė jų dalis analizuoja vadovų lyderystės raišką Lietuvos valstybės tarnyboje (Butkevičienė, Vaidelytė, Žvaliauskas, 2009), viešojo administravimo institucijose (Smaliukienė, 2010), statutinėse organizacijose (Adamonienė, Ruibytė, 2012), švietimo įstaigose (Navickaitė, 2012), verslo įmonėse (Jesevičiūtė, Kvedaravičius, 2010, Katilienė, Bakanauskienė, 2012), gamybos įmonėse (Petkevičiūtė, Giedraitis, 2013). Tačiau, įsivyraujant moderniam požiūriui į organizacijų vadybą, kuris lyderystę akcentuoja jau kaip visos organizacijos, o ne tik jos vadovo, sugebėjimą, tampa aktualu lyderystę analizuoti visuose organizacijų lygmenyse (Stewart, Courtright, Mantz, 2011) Todėl dalis pastarųjų metų tyrimų tiek pasaulyje, tiek ir Lietuvoje fokusuojasi į visų organizacijos dirbančiųjų lyderystės tyrimus (Hopson, Lawson, 2011) ar lyderystę tyrinėja kaip atskiro individo kompetencijos dalį (Šilingienė, 2011, Diskienė, Narmontaitė, 2011, Malmir, Azizzadeh, 2013).

Ir nors pastaraisiais metais lyderystės fenomenas Lietuvos sporto ir laisvalaikio industrijose netyrinėtas, užsienio autoriai (Havitz, Kaczynski, Mannell, 2013, Shilbury, Ferkins, 2011 ir kt.) jam skyrė nemažai dėmesio. Šie tyrimai rodo, kad lyderystės raiškos rezultatas yra visų socialinių sluoksnių žmonių dalyvavimas aktyviose rekreacinėse veiklose ar sporte. Atskleista, kad tiek organizacijų vadovų, tiek ir paslaugas teikiančių – instruktorių nuostatos, vertybės ar savybės, atliepančios lyderiams būdingus bruožus, laikomos kaip svarbi determinantė, turinti įtakos visų grupių žmonių dalyvavimui įvairiose fizinio aktyvumo veiklose (Estabrooks et al, 2004, Chiang, Seman, Belza, Hsin-Chun Tsai, 2008). Tačiau tik nedidelė dalis tyrimų atskleidžia kaip organizacijų, teikiančių aktyvias rekreacines paslaugas pagyvenusiems žmonėms, vadovo lyderystė lemia pagyvenusių žmonių motyvaciją laisvalaikį leisti aktyviai (Chiang ir kt., 2008, Fox, Stathi, Mckenna, Davis, 2007). Nors netrūksta tyrimų, įrodančių kad pagyvenusių žmonių fizinis aktyvumas lemia jų fizinę bei psichinę sveikatą (Klizas ir kt., 2012, Sun, Norman, While, 2013 ir kt.), socialinį aktyvumą bei psichologinę savijautą (Pinquart, Schindler, 2009, Miežytė-Tijūšienė, Bulotaitė, 2012 ir kt.), pasigendama tyrimų, atskleidžiančių kas ir kaip šio tarpsnio

žmones gali efektyviausiai įtraukti į tokias veiklas. Žinojimas, kad aktyvios rekreacinės paslaugos pagyvenusiems žmonėms dažnai teikiamos nevyriausybinėse organizacijose, kuriose lyderystė irgi labai svarbi (Carver, 2006), suponuoja šio tyrimo tikslą.

Lyderystė nevyriausybinėse organizacijose

J. Hailey ir R. James (2004) pažymi, kad vis didėjantis nevyriausybinių organizacijų vaidmuo ir reikšmė tarptautinėje arenoje reiškia, kad tokių organizacijų vadovybė susiduria su vis sudėtingesnėmis valdymo problemomis. Būtent ekonominių perversmų akiratyje nevyriausybinių organizacijos susiduria su itin ribotais ištekliais. J. Hailey ir R. James straipsnyje „Trees Die From The Top“ (2004) rašoma, kad būtent dėl nevyriausybinių organizacijų veiklos plėtimosi ir tarptautinės veiklos sudėtingumo, iškeliami būtinybė parengti naujos kartos nevyriausybinių organizacijų (toliau NVO) vadovus.

Vadovavimo žinių trūkumai įvardijami kaip būtinybė, nes mintis, kad „medžiai genda nuo viršaus“, tampa kaip įspėjimas visai nevyriausybinių organizacijų veiklai. Autoriai kritiškai vertina vadovavimą nevyriausybinių organizacijose teigdami, kad „mokslinių tyrimų stoka apie vadovavimą NVO reiškia mažą supratingumą apie skirtingus vaidmenis ir atsakomybes, bei kokių įgūdžių ir gebėjimų reikia NVO vadovui“ (Apostu, 2013). Pabrėžiama, kad dauguma mokslinių tyrimų, nagrinėjančių nevyriausybinių organizacijų veiklą, yra nukreipti dvejomis kryptimis: į socialines ir ekonomines vystymosi aplinkybes, pilietinę visuomenę, žmogaus teises, valstybės pagalbos vaidmenį ir kt., bei į mikro klausimus, tai: projektinė veikla, bendruomenės dalyvavimo procesai ir kt. Kartu pažymima, kad labai mažai dėmesio skiriama mezo klausimams, tokiems kaip valdymas žmonių organizacijoms, kuriose įgyvendinama daug veiklos ir plėtros.

Vadovavimo tyrimų trūkumą nevyriausybinių organizacijose, kaip pažymi Allison (2002) gali lemti nenoras pripažinti, kad nevyriausybiniame organizacijoje dominuoja vieno asmens įtaka ir kad egzistuoja vadovavimo stiliai. Taip pat tyrimų trūkumą gali lemti idėja apie nevyriausybinių organizacijose esančią lygybę ir demokratiją. Tyrinėjimai, kurių yra nedaug, paprastai sukoncentruoti į asmenines atskirų lyderių savybes, tokias kaip motyvavimas ir novatoriškumas. Tyrimai parodė, kad svarbu derinti reikalavimus, savo laiką ir energiją su vertybėmis ir siekiais. Parodoma vadovavimo įgūdžių svarba, tai aiškūs vystymosi aspektai, gebėjimas suprasti ir dirbti su tais resursais, kuriuos duoda kintanti aplinka. Tokie, Hailey ir James (2004) įvardinti plėtros lyderiai charakterizuojami kaip orientavimosi į vertę, žinių ir atsakomybės.

kompleksas. Autoriai išplečia savo mintį išsamiau charakterizuodami plėtros lyderius: pirma - aiški vizija, organizacijos vertės nustatymas ir laikymasis bei stiprus įsipareigojantis jausmas padėti kitiems.

Antra, tai noras mokytis ir eksperimentuoti, įdiegti naujas technologijas, trečia - mokėti analizuoti aplinką ir susidariusias aplinkybes, ketvirta - tai komunikacija ir bendravimas su organizacijos nariais, motyvavimas. Penkta - gebėjimas balansuoti skirtinguose vaidmenyse. Visi šie požymiai - vieni pagrindinių sėkmingo vadovo NVO bruožų. Hailey ir James (2004) teigia, kad toks besivystantis lyderis turi turėti chameleono savybių - prisitaikyti skirtinguose vaidmenyse ir organizaciniuose reikalavimuose.

Efektyvi lyderystė apima aplinką, kultūrą ir kontekstą, kuriame ji yra. Ir nors lyderystė yra išsisknijusi, neatmetama vieno asmens įtaka. Ateities iššūkis yra tai, kaip surasti arba sukurti naujos kartos lyderius, galinčius įveikti sunkumus.

Išvados

Mokslinės literatūros analizės rezultate galima teigti, kad organizacijų vadovų ir paslaugas teikiančių vadovų nuostatos, vertybės ar savybės, atliepančios lyderiams būdingus bruožus, yra laikomos kaip svarbi determinantė, turinti įtakos visų grupių žmonių dalyvavimui įvairiose fizinio aktyvumo veiklose.

Svarbu derinti reikalavimus, savo laiką ir energiją su vertybėmis ir siekiais. Tuo parodoma vadovavimo įgūdžių svarba ir aiškūs vystymosi aspektai, gebėjimas suprasti ir dirbti su tais resursais, kuriuos duoda kintanti aplinka. Dėl šios priežasties lyderystės vaidmuo yra reikšmingas siekiant aktyvinti sportinę rekreaciją nevyriausybinėse organizacijose.

Literatūros sąrašas

1. Adamonienė, R., Ruibytė, L. (2013). Evaluation of performance of leaders in Lithuania police organization by applying common assessment framework. *Visuomenės saugumas ir viešoji tvarka*, 9, 5-18.
2. Allison, K., (2002). The UK pre-hospital management of burn patients: current practice and the need for a standard approach. *Burns* 28, 135–142
3. Apostu, D.C. (2013). Non-Governmental organization leadership And Development. A Review of the literature. *Change and Leadership*. No. 17. p.145-161
4. Butkevičienė, E., Vaidelytė, E., Žvaliauskas, G. (2009). Lyderystės raiška Lietuvos valstybės tarnyboje. *Viešoji politika ir administravimas*, 27. 36-44.
5. Butkus, F. S. (1996). *Organizacijos ir vadyba*. Vilnius. Alma littera.
6. Carver, J. (2006). *Boards that make a difference: A new design for leadership in public and nonprofit organizations*. San Francisco: Jossey-Bass.
7. Chiang, K.C., Seman, L., Belza, B., Tsai, J.H. (2008). "It Is Our Exercise Family": Experiences of Ethnic Older Adults in a Group-Based Exercise Program. *Preventing Chronic Disease: Public Health Research, Practice, and Policy*, 5(1), 1-12
8. Diskienė, D., Narmontaitė, S. (2011), Asmeninės lyderystės raiška sparčiai kintančioje aplinkoje. *Informacijos mokslai*, 55, 7-18.

-
9. Estabrooks, P. A., Lee, R. E., Gyurcsik, N. C. (2003). Resources for physical activity participation: does availability and accessibility differ by neighborhood socioeconomic status? *Annals of Behavioral Medicine*, 25(2):100–104.
 10. Fox, K.R., Stathi, A., Mckenna, J., Davis, M.G. (2007). Physical activity and mental well-being in older people participating in the Better Ageing Project. *European Journal of Applied Physiology*, 100(5), p.591-602.
 11. Havitz, M. E., Kaczynski, A. T., Mannell, R. C. (2013). Exploring relationships between physical activity, leisure involvement, self-efficacy, and motivation via market segmentation. *Leisure Sciences*, 35, 45-62.
 12. Hailey, J. and James, r. (2004). Trees die from the top: international perspectives on NGO leadership development”. Vol. 15(4) p. 343 – 53.
 13. Hopson, L., Lawson, H. (2011). Social Workers' Leadership for Positive School Climates via Data-informed Planning and Decision Making. *Children & Schools*, 33(2), 106- 118.
 14. Jucevičius R. (1996) *Strateginis organizacijų vystymas*. Kaunas: Technologija.
 15. Jucevičienė P. (1996). *Organizacijos elgsena*. Kaunas: Technologija
 16. Katilienė, R., Bakanauskienė, I. (2012). Dvasinės lyderystės raiška Lietuvos verslo įmonėse. *Organizacijų vadyba: Sisteminiai tyrimai*, 64, 53-63.
 17. Klizas, Š. Sipavičienė, S., Klizienė, I., Pliauga, V. (2012). Fizinio aktyvumo poveikis vyresnio amžiaus moterų psichofizinei sveikatai. *Medicinos teorija ir praktika*, 18(3), 267-72
 18. Malmir, A., Azizzadeh, F. (2013). Evaluation of self leadership statue and providing solutions to improve self leadership statue. *International Journal of Managing Public Sector Information and Communication Technologies*, 4, 1-16.
 19. Miežytė-Tijūšienė, J., Bulotaitė, L. (2012). Pensinio amžiaus žmonių socialinis aktyvumas bei psichologinė savijauta. *Gerontologija*. 13 (4): 199–205.
 20. Miniotaitė, A., Bučiūnienė, I. (2013). Explaining Authentic Leadership Work Outcomes from the Perspective of Self-Determination Theory. *Organizacijų vadyba: Sisteminiai tyrimai* , 65, 63-76.
 21. Navickaitė, J. (2007). Projekto „Lyderių laikas“ sėkmės stebėseną. *Lyderių laikas*. Vilnius: Švietimo aprūpinimo centras
 22. Paulienė, R. (2012). The Complexity Approach to New Leadership Phenomenon. *International Journal of Advances in Management and Economics*, 1(4), 48-59.
 23. Petkevičiūtė N., Giedraitis A., (2013). Leadership skills formation in workgroup of the first level managers in manufacturing companies. *Organizacijų vadyba: sisteminiai tyrimai*, 63, 69-82.
 24. Pinguart, M., Schindler, I. (2009). Change of leisure satisfaction in the transition to retirement: A latent-class analysis. *Leisure Sciences*, 31, 311-329.
 25. Razauskas, R. (1988), *365 vadovo dienos : (vadovo ir pavaldinių santykiai)*. Vilnius: Mintis.
 26. Shilbury, D., Ferkins, L. (2011) Professionalisation, sport governance and strategic capability, *Managing Leisure*, 16 (2), 108-127.
 27. Smaliukienė, R. (2012). Vadybos ypatumai Rytų ir Vidurio Europoje: lyderystė ir jos apraiškos. *Viešasis administravimas*, 2 (34), 63-70.
 28. Stewart, G. L., Courtright, S. H., Barrick, M. R. (2012). Peer-based control in self-managing teams: linking rational and normative influence with individual and group performance. *The Journal Of Applied Psychology*, 97 (2), 435-447.
-

-
29. Sun, F, Norman I. J., While, A. E. (2013). Physical activity in older people: a systematic review. *BMC Public Health*, 13, 449.
30. Šilingienė, V. (2011). Lyderystės kompetencijos raiška individualios karjeros kontekste. *Ekonomika ir vadyba*. 16, 961-968.

PROFESINIO PERDEGIMO SINDROMO IR MENTORYSTĖS ĮTAKA ORGANIZACIJOS VEIKLAI

Gruodytė I., Navickienė R.

Lietuvos sporto universitetas

Anotacija. Straipsnyje supažindinama su neigiama profesinio perdegimo sindromo įtaka organizacijai ir nagrinėta mentorystės įtaka valdant minėtąjį sindromą. Rašant straipsnį atlikta ne tik mokslinės literatūros analizė, bet taikyti ir kiekybinis bei kokybinis tyrimai. Kiekybinis tyrimas parodė, kad Lietuvoje didžioji dalis turizmo įmonių taiko formalią arba neformalią mentorystę, kuri sumažina profesinio perdegimo sindromo pasireiškimą organizacijoje; kelios turizmo įmonės mentorystės savo veikloje netaiko sąmoningai, nes laikosi koncepcijos, kad paslaugų sektoriuje (ypač kontaktiniams darbuotojams) jos buvimas neskatina savarankiškumo ir atsakomybės prisiėmimo stresinėse ar konfliktinėse situacijose. Kokybinis tyrimas atskleidė, kad praktikuojama mentorystė leidžia greičiau ir efektyviau pasiekti išsikeltus organizacijos tikslus, kokybiškai aptarnauti klientus, mažina klaidų ir konfliktų skaičių.

Aktualumas ir problema. Vienas iš svarbiausių klausimų, aptariamų organizacijose visame pasaulyje - profesinio perdegimo sindromo problema darbo vietose. Profesinio perdegimo sindromas - emocinio, psichinio ir fizinio išsekimo būseną, susiformavusi veikiant ilgalaikiams neišspręstiems stresams, kylantiems darbinėse situacijose (Maslach ir kt., 2001). Darbuotojai patiriantys profesinį perdegimą tampa abejingi, ciniški, suformuoja neigiamą požiūrį į savo darbą, organizaciją, todėl mažėja organizacijos produktyvumas, darbo našumas bei efektyvumas. Būtent todėl, vis aktualesne problema tampa darbuotojų profesinio perdegimo sindromo pasireiškimas organizacijose, tačiau Lietuvoje dar nėra kreipiamas pakankamas dėmesys šiai problemai, jos analizei, juo labiau jo daromai įtakai organizacijose, nors tai svarbu įmonių vadovams, besirūpinantiems darbuotojų motyvacija, darbo sąlygomis bei kokybe. Todėl reikia aiškintis ne tik profesinio perdegimo sindromo pasireiškimą daromą įtaką organizacijos veiklai, bet ir priemones bei būdus profesinio perdegimo sindromo pasireiškimui valdyti. Daugelis mokslininkų mentorystę įvardija kaip profesinio perdegimo sindromo valdymo priemonę, tačiau ar jos buvimas mažina stresines situacijas darbe turizmo sektoriuje - tyrimų nepavyko rasti.

Tyrimo tikslas. Išsiaiškinti mentorystės daromą įtaką mažinant profesinio perdegimo sindromo pasireiškimą turizmo organizacijų darbuotojų tarpe.

Uždaviniai. Tyrimo tikslui pasiekti buvo išskirti trys uždaviniai: (1) išanalizuoti profesinio perdegimo sindromo daromą įtaką organizacijos veiklai; (2) išsiaiškinti mentorystės vietą organizacijos veikloje; (3) ištirti mentorystės ir profesinio perdegimo sindromo sąsajas organizacijos veikloje.

Tyrimo metodai. Mokslinės literatūros analizė, sisteminimas, kiekybinis bei kokybinis tyrimai. Tyrimas suskirstytas į tris etapus. Pirmojo etapo metu atlikta mokslinės literatūros analizė; antrasis etapas - kiekybinis tyrimas, kurio metu apklaustos 293 Lietuvos turizmo įmonių vadovai; trečiasis etapas – kokybinis tyrimas, kuriame dalyvavo penki turizmo įmonių vadovai - ekspertai, kurie savo organizacijose 3 metus ir daugiau taiko mentorystės principus naujų darbuotojų įvedimui į profesinę veiklą bei tolimesniuose darbo santykiuose siekiant užsibrėžtų organizacijos tikslų. Kokybinio tyrimo metu vadovai - ekspertai komentavo gautus kiekybinio tyrimo rezultatus. Empirinis tyrimas buvo atliktas 2014 metų sausio - vasario mėnesiais.

Profesinio perdegimo sindromo daroma įtaka organizacijos veiklai

Vienas iš svarbiausių klausimų, aptariamų organizacijose visame pasaulyje šiandien - profesinio perdegimo problema darbo vietose ir darbuotojų pasirengimas palikti organizacijas (Dotun ir kt., 2013). Dėl globalizacijos darbo spaudimas yra didesnis nei anksčiau, nes iš darbuotojų tikimasi atlikti daugiau per trumpesnį laiką, nei jie buvo pratę anksčiau, o tai darbuotojus sekina, veikia jų efektyvumą bei našumą darbe, sukelia profesinę įtampą, kuri darbo aplinkos viduje siejasi su neigiama patirtimi, o ją sukelia pusiausvyros nebuvimas tarp aukštų darbo reikalavimų ir nepakankamų darbuotojų gebėjimų (Nagar, 2012). Karatepe ir Uludag (2008) pastebėjo, kad kai darbuotojai yra linkę į aukštus emocionalaus išsekimo lygius, depersonalizaciją ir asmeninių pasiekimų mažėjimą, jų darbo našumas pradeda irti. Tai akivaizdu, nes darbuotojai nebegali turėti pakankamų išteklių susidoroti su sunkumais, kurie susiję su trimis perdegimo komponentais, todėl Schaufel ir kt. (2009) profesinio perdegimo sindromą, kaip metaforą, apibrėžia žvakės ar ugnies malšinimu, jei ugnis negauna pakankamai reikiamų išteklių, ji užges po kurio laiko.

Schaufeli (2003) teigia, kad tarnautojai, kenčiantys nuo išdegimo, patiria pažintinį pablogėjimą, kuris pasižymi tokiais simptomais kaip nesugebėjimas susikoncentruoti, užmaršumas ir sunkumai su sudėtingų užduočių išsprendimu. Tokie pažintiniai simptomai tipiškai įvyksta, kai kiekvienas jaučiasi išvargęs, todėl darbuotojai linkę būti mažiau produktyvūs, o tai gali sukelti rimtų nuostolių organizacijai vertingų žmogiškųjų išteklių požiūriu, taip pat dėl šios priežasties gali būti patiriami finansiniai nuostoliai (Mostert, 2011). Anot Thomas ir Lankau (2009), perdegimas priklauso nuo organizacinių problemų, kurios daro įtaką pravaikštų skaičiaus didėjimui, apyvartos, produktyvumo bei organizacinio

įsipareigojimo mažėjimui. Kaip teigia Donut ir kt. (2013), viena iš pagrindinių pasekmių, susijusių su profesiniu perdegimu yra darbuotojų kaita, kuri anot Martin ir kt. (2012) gali būti per brangu organizacijoms.

Nagar (2012) tyrimo tikslas buvo nustatyti pedagogų pasitenkinimo darbu ir įsipareigojimo organizacijai ryšį. Įrodyta, kad mokytojai patiriantys aukšto lygio emocinį išsekimą – pirmąjį profesinio perdegimo komponentą - jaučia kur kas mažesnę pasitenkinimą darbu, o asmenys jaučiantys aukštą pasitenkinimą darbu, demonstruoja didesnę įsipareigojimą organizacijai. Jie yra patenkinti savo darbu, todėl labiau linkę būti laimingais ir turi stipresnę valią dirbti, veiksmingiau atlieka savo užduotis darbe. Sumažintas organizacinis įsipareigojimas turi didelę reikšmę organizaciniams rezultatams, apimantiems darbuotojų lojalumą, ketinimą palikti darbą bei darbo atlikimą.

Tie žmonės, kurie lieka savo darbe nepaisant jų perdegimo, susiduria su produktyvumo ir veiksmingumo sumažėjimu (Beheshtifar, Omidvar, 2013), jiems būdinga entuziazmo ir motyvacijos stoka, nusivylimas, neigiamos emocijos bei ciniškas elgesys (Dotun ir kt., 2013), jaučiamas vis mažesnis pasitenkinimas darbu, dėl kurio sumažėja darbo našumas (Martin ir kt., 2012). Darbuotojai tampa abejingi, ciniški, nepastabūs, neįsipareigoję, sunkiai atlieka skirtas užduotis ar suformuoja neigiamą požiūrį į savo darbą, organizaciją, nors organizacijos tikisi iš savo darbuotojų taip pat ir emocionalios darbo jėgos, t. y. linksmų ir draugiškų emocijų bendraujant su klientais, kad šitos teigiamos emocijos taip pat pasklistų klientų tarpe (Chen ir kt., 2012), kitu atveju, jie daugiau nebenorės naudotis organizacijos paslaugomis ar neigiamai atsilieps kitiems norintiems jomis naudotis. Profesinis perdegimas paveikia taip pat socialinius santykius ir požiūrius, sukeldamas sunkumus tiek darbe, tiek namuose, o dėl socialinio atitraukimo „perdegęs“ darbuotojas tampa vis labiau prieštaringas (Donut ir kt., 2013). Anot Chen ir kt. (2012), teigiamų emocijų parodymas, tokių kaip šypsojimasis ir draugiškumo perdavimas, yra teigiama jungtis su klientų ketinimu sugrįžti, su jų ketinimu rekomenduoti paslaugą kitiems, ir su visaapimančiu paslaugos kokybės suvokimu.

Mentorystės vieta organizacijos veikloje

Eby ir kt. (2006) mentorystę apibrėžia kaip tarpasmeninį santykį tarp mažiau patyrusio ir labiau patyrusio asmens (mentoriaus), kurios tikslas aukština asmeninį ir profesinį naujai priimto darbuotojo išsivystymą. Vadybiniu aspektu Paquette ir kt. (2012) mentorystę apibūdina kaip praktiką, didinančią organizacinę veiklą ir užtikrinančią naujo darbuotojo sėkmę, nes jis nėra suvaržytas organizacijos sienų, kadangi gali siekti pagalbos ir patarimo, o Struyk ir kt. (2012) teigia, kad mentorystė yra karjeros progresavimo priemonė.

Anot Swap ir kt. (2001) mentorystės nauda organizacijoje matuojama padidintu pasitenkinimu darbu ir jo išsaugojimu, stipriais organizaciniais įsipareigojimais. Asmenys, kuriems yra paskirti

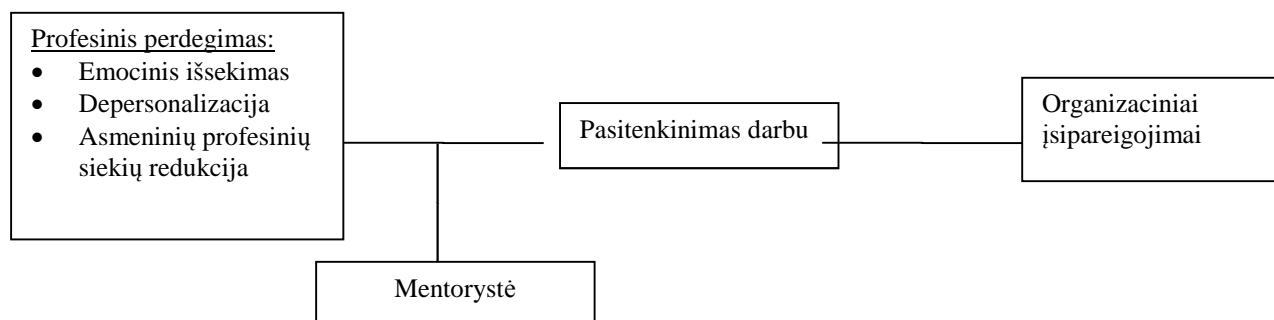
mentoriai darbą atlieka daug geriau ir greičiau, nes jie „sugeria“ žinias iš jau patyrusių ir puikiai savo darbą išmanančių kolegų. Kad mentorių nauda yra teigiamai susijusi su darbuotojo pasitenkinimu darbu bei organizaciniais įsipareigojimais patvirtina ir Eby ir kt. (2006), Paquette ir kt. (2012).

Eby ir kt. (2006) teigia, kad mentorystė yra naudinga ne tik naujam darbuotojui, bet ir pačiam mentoriui, nes ji suteikia abipusį mokymą, asmenybės vystymąsi ir augimą. Patys mentoriai patiria trumpalaikę (tiesiogiai susijusią su gerais darbo santykiais) ir ilgalaikę (daugiau periferiniai karjeros pasiekimai ir darbo požiūris) mentorystės naudą. Mentorystė mentoriams suteikia asmeninį pasitenkinimą, organizacinį pripažinimą ir stipresnį pasisekimo karjeros atžvilgiu suvokimą negu tiems, kuriems trūksta patirties būnant mentoriais.

Mentorystės įtaka valdant profesinio perdegimo sindromo pasireiškimą organizacijoje

Nagar (2012) nagrinėjo, kaip padidėjęs profesinio perdegimo sindromo pasireiškimas gali turėti didelę įtaką organizacinės veiklos rezultatams, tokiems kaip organizacinio įsipareigojimo bei pasitenkinimo darbu sumažėjimas. Anot jo, organizacinis įsipareigojimas yra labai svarbus norint išlaikyti ir pritraukti kvalifikuotus darbuotojus, nes tik atsidavę darbui ir juo patenkinti darbuotojai yra pasirengę tęsti bendradarbiavimą su organizacija ir įdėti daug pastangų siekiant jos tikslų. Srivastava (2011) atliekant tyrimą su vadybininkais, norėjo sužinoti ryšį tarp profesinio perdegimo, pasitenkinimo darbu bei mentorystės, taip pat patvirtino, kad profesinio perdegimo sindromas daro neigiamą įtaką pasitenkinimo darbu, ypač neigiama koreliacija yra tarpt pasitenkinimo darbu, emocinio išsekimo ir depersonalizacijos, tačiau atliktas tyrimas parodė, kad mentorystė gali labai stipriai sumažinti neigiamą ryšį tarp darbo išsekimo ir pasitenkinimo darbu, jei vadovybė supras, kad vadovai turėtų suvokti organizaciją kaip paramą darbuotojams, siekiant padaryti juos labiau įsipareigojančius jai, tokiu būdu padėdama sumažinti profesinio perdegimo sindromą ir padidindama darbuotojo pasitenkinimą darbu.

Remiantis Nagar (2012) ir Srivastava (2011) tyrimų rezultatais, buvo sudaryta schema, kuri parodo ryšį tarp profesinio perdegimo, pasitenkinimo darbu, organizacinių įsipareigojimų ir mentorystės (žr. 1 pav).



1 pav. Profesinio perdegimo, pasitenkinimo darbu, organizacinių įsipareigojimų ir mentorystės tarpusavio ryšys (sudaryta remiantis Nagar, 2012; Srivastava, 2011)

Kaip matome profesinio perdegimo sindromo komponentai emocinis išsekimas, depersonalizacija ir asmeninių siekių redukcija turi didelę įtaką darbuotojo pasitenkinimui darbu, o pastarasis organizaciniams įsipareigojimams. Kuo didesnę profesinį perdegimą patiria darbuotojai, tuo jaučiamas mažesnis pasitenkinimas darbu ir mažesni įsipareigojimai organizacijai. Mentorstė gali padidinti pasitenkinimą darbu, nes jos dėka yra sumažinama profesinio perdegimo sindromo pasireiškimo rizika, o didesnis pasitenkinimas darbu padidina organizacinius įsipareigojimus.

Rezultatai ir jų analizė. Mokslinės literatūros analizė parodė, kad profesinio perdegimo sindromas darbuotojams trukdo susikonzentruoti ir sėkmingai atlikti darbe skirtas užduotis, todėl mažėja produktyvumas, organizacinis įsipareigojimas, didėja pravaikštų skaičius, dažna darbuotojų kaita organizacijoje. Darbuotojai tampa abejingi, ciniški, nepastabūs, neįsipareigoję, todėl klientams trūksta entuziastingų, paslaugiu, draugiškai nusiteikusių darbuotojų, dėl ko klientai pasigenda svetingumo koncepcijos ir tai gali turėti įtakos pasirenkant turizmo paslaugos teikėją.

Mentorstė organizacijoje vaidina svarbų vaidmenį, ji naudinga ir pačiam mentoriui, ir naujam darbuotojui, nes suteikia abipusį mokymą, asmenybės vystymąsi ir augimą, didina pasitenkinimą darbu ir organizacinius įsipareigojimus, o svarbiausia mažina profesinio perdegimo sindromo pasireiškimą darbuotojų tarpe.

Atliktas kiekybinis tyrimas parodė, kad turizmo įmonių vadovai puikiai žino kas yra mentorstė. Reikėtų atkreipti dėmesį, kad 98 proc. turizmo įmonių vadovų taiko formalią arba neformalią mentorstę darbo santykiuose ir tik 2 proc. įmonių - netaiko. Neformali mentorstė – tai mentorstė, kuri nėra proceduriškai aprašyta, nenumatytos mentoriavimo taisyklės – yra taikoma beveik kiekvienoje organizacijoje, nes naujas darbuotojas yra supažindinamas su įmonės taisyklėmis, apmokomas ir nurodoma į kurį asmenį gali kreiptis pagalbos iškilus tam tikriems klausimams ar problemoms. Formalią mentorstę taiko 37 % apklaustų turizmo organizacijų ir 2 % organizacijų visai netaiko mentorstės. Šios organizacijos specialiai neskiria mentoriaus naujiems darbuotojams todėl, kad darbas su klientais visuomet turi netikėtumo aspektą, todėl yra skatinamas darbuotojų savarankiškumas, kaip vienas respondentas pasakė: „darbuotojas turi mokėti savarankiškai spręsti iškilusias problemas darbo metu, nes mentorius šalia visą laiką nestovės“. Tikėtina, kad tokie darbuotojai su laiku patirs profesinį perdegimą, nes įsitvirtinimas naujame darbe be pagalbos, sukelia daug streso.

Neformalioje mentorstėje dažnai yra nurodomas ne vienas asmuo galintis padėti naujam darbuotojui: mentoriais tampa visi, kurie jau turi tam tikrą darbo patirtį organizacijoje, tai vadinama išskaidyta mentorstė, kuri visapusiškai neatspindi mentorstės funkcijų ir daugiau apibrėžiama kaip pagalba naujam darbuotojui.

Vienas įmonės, kurioje yra taikoma mentorystė, vadovas-ekspertas pasakė: „...mentorystė yra egoistinis dalykas, nes mentorius yra skiriamas ne dėl darbuotojo, o dėl organizacijos, kad klientas būtų kokybiškai aptarnautas ir neturėtų nusiskundimų“. Tačiau kitas respondentas prieš tai minėtą frazę ir patvirtino ir paneigė, nes anot jo „...mentorystė suteikia sinergijos efektą, nes patenkinti lieka visi“. Kokybinis tyrimas parodė, kad mentorystės buvimas organizacijoje užtikrina kokybiškų paslaugų teikimą ir klientų pasitenkinimą, tuo pačiu skatina darbuotojo motyvaciją ir atsidavimą darbui, kas mažina stresą ir profesinio perdegimo sindromo pasireiškimą.

Išvados

Shalini Strivastava (2011) atliktas tyrimas, kad mentorystė gali sumažinti profesinio perdegimo sindromo pasireiškimą organizacijose pasitvirtina, nes darbuotojas nepatiria didelio streso ir įtampos žinodamas, kad iškilus problemai gali kreiptis į mentorių ir jam bus suteikta pagalba, jis nedaro klaidų, nes mentorius nukreipia teisinga linkme, dėl šių priežasčių mažėja tikimybė pasireikšti profesinio perdegimo sindromui. Todėl darbdaviai turėtų skirti mentorių naujiems darbuotojams, nes profesinis perdegimas mažina organizacinius įsipareigojimus, todėl mažėja darbo našumas, didėja pravaikštų skaičius ir galima dažna darbuotojų kaita.

Literatūros sąrašas

1. Beheshtifar, M., Omidvar, R. A. (2013), Causes to create job burnout in organizations, *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, Vol 3. No 6, p. 107-113.
2. Chen, Z., Sun, H., Lam, V., Hu, Q., Huo, Y., Zhong, A. J. (2012), Chinese hotel employees in the smiling masks: roles of job satisfaction, burnout, and supervisory support in relationships between emotional labor and performance, *The International Journal of Human Resource Management*, Vol. 23, No 4, p. 826-845.
3. Dotun, O. F., Nneka, A. A., Akinlolu, A. A. (2013), Job burnout and intention to quit: an empirical study of the Nigeria Police, *International Journal of Business and Economic Development*, Vol. 1, No 3, p. 25-36.
4. Eby, T. L., Durley, R. J., Evans, S. C., Ragins, R. B. (2006), The relationship between short-term mentoring benefits and long-term mentor outcomes, *Journal of Vocational Behavior*, Vol. 69, No 3, p. 424-444.
5. Karatepe, M., O., Uludag, O., (2008), Role Stress, Burnout and Their Effects on Frontline Hotel Employees' Job Performance: Evidence from Northern Cyprus, *International Journal of Tourism Research*, Vol.10, pp. 111-126.
6. Maslach, C., Schaufeli, W. B., Leiter, M. P. (2001), Job burnout, *Annual Review of Psychology*, 52:397-422.
7. Matin, Z. H., Kalali, S. N., Anvari, A. R. M. (2012), Do Demographic Variables Moderate the Relationship Between Job Burnout and its Consequences?, *Iranian Journal of Management Studies (IJMS)*, Vol. 5, No 1, p. 47-62.
8. Mostert, K. (2011). Job characteristics, work-home interference and burnout: testing a structural model in the South African context. *The International Journal of Human Resource Management*. Vol. 22, No 5, p. 1036-1053.
9. Nagar, K. (2012), Organizational Commitment and Job Satisfaction among Teachers during Times of Burnout, *Vikalpa*, Vol. 37, No 2, p. 45-60.
10. Paquette, J. (2012), Mentoring and Change in Cultural Organizations: The Experience of Directors in British National Museums, *The Journal of Arts Management, Law, And Society*, Vol. 45, p. 205-216.

-
11. Schaufeli, W. B., Leiter, P. M., Maslach C. (2009), Burnout: thirty five years of research and practice, *Career Development International*, Vol. 14, No 3, p. 204-220.
 12. Schaufeli, W.B. (2003), Past Performance and Future Perspectives of Burnout Research, *South African Journal of Industrial Psychology*, Vol. 29, No 4, p. 1 – 15.
 13. Srivastava, Sh. (2011), Analysing the Impact of Mentoring on job Burnout – Job Satisfaction Relationship: an Empirical Study in Indian Managers, *Paradigm*, Vol. 15, No 1 & 2, p. 48-57.
 14. Struyk, J. R., Haddaway, R., S. (2012), Mentoring Policy Research Organizations: Project Evaluation Results, *Voluntas*, Vol. 23, p. 636-660.
 15. Swap, W., Leonard, D., Shields, M., Abrams, L. (2001), Using Mentoring and Storytelling to Transfer Knowledge in the Workplace, *Journal of Management Information Systems*, Vol. 18. No 1, p. 95-114.
 16. Thomas, C. H., Lankau, M. J. (2009), Pre-venting Burnout: The Effects of LMX and Mentoring on Socialization, Role Stress, and Burnout, *Human Resource Management*, Vol. 48, No 3, p. 417–432.

IŠMANIŲJŲ TELEFONŲ APLIKACIJŲ TAIKYMAS AKTYVAUS LAISVALAIKIO SKATINIMUI: TEORINIS ASPEKTAS

Gudaitytė G., Valantinė I.

Lietuvos sporto universitetas

Anotacija. Siekiant paskatinti visuomenę užsiimti aktyviu laisvalaikiu, vis dažniau išmaniųjų technologijų kūrėjai, kuria naujas išmaniųjų telefonų aplikacijas skirtas skatinti visuomenės fizinį aktyvumą laisvalaikio metu. Esminė problema analizuojama straipsnyje: kaip skatinti aktyvų laisvalaikį panaudojant išmaniųjų telefonų aplikacijas? Straipsnyje pristatomas inovatyvios laisvalaikio funkcijos bei analizuojami aktyvaus laisvalaikio skatinimo būdai panaudojant išmaniųjų telefonų aplikacijas.

Temos aktualumas. Aktyvus laisvalaikis yra plačiai pripažintas svarbiu elementu žmonių gyvenimuose, kuriam kiekvienais metais skiriamas vis didesnis dėmesys. Tačiau, vis dėl to šiandien žmonių fizinis aktyvumas laisvalaikio metu yra nepakankamas. Mokslininkai (Godbey, Mowen, 2010, Horka, Hromadka, 2010, Preetinder, Ashwini, Tejkaran, 2012 ir kt.) pripažįsta, kad šiandien viena iš priemonių spręsti fizinio pasyvumo problemą yra aktyvaus laisvalaikio skatinimas panaudojant inovatyvius išmaniųjų technologijų sprendimų būdus.

Išmaniųjų telefonų rinkoje yra kuriamos sveikatinamo aplikacijos, kurios yra laikomos viena tinkamiausių priemonių skatinti fizinį aktyvumą bei aktyvų laisvalaikį tiek patalpoje, tiek gamtoje. Išmaniajame telefone įdiegtos sporto, sveikatinimo programos (aplikacijos) naudojamos siekiant padidinti visuomenės motyvaciją būti fiziškai aktyviais laisvalaikio metu, tam jog būtų lengviau siekti tam tikrų numatytų asmeninių tikslų (Olofsson, 2010). Dėl šios priežasties yra svarbu suprasti, jog išmaniųjų

telefonų sveikatinimo aplikacijų pagalba galima paskatinti žmones domėtis sportu – leisti laisvalaikį aktyviai.

Straipsnio problema: kaip skatinti aktyvų laisvalaikį panaudojant išmaniųjų telefonų aplikacijas?

Straipsnio tikslas: įvertinti išmaniųjų telefonų aplikacijų taikymą aktyvaus laisvalaikio skatinimui.

Uždaviniai:

1. Atskleisti inovatyvaus laisvalaikio funkcijų teorinę esmę.
2. Apibrėžti išmaniųjų telefonų aplikacijų svarbą aktyvaus laisvalaikio skatinimui.

Tyrimo metodai. Išmaniųjų telefonų aplikacijų taikymas aktyvaus laisvalaikio skatinimui atskleidžiamas atliekant mokslinę literatūros analizę.

Inovatyvaus laisvalaikio funkcijų teorinė esmė

Šiandien esama pažanga tikrai neįsivaizduojama be naujų žinių, gebėjimo taikyti ir kurti naujoves bei naujų mokslinių rezultatų diegimo laisvalaikio praktikoje. Siekiant, jog keistūsi visuomenės požiūris į fizinį aktyvumą laisvalaikio metu bei norint jog visuomenė pasyvią gyvenimą keistų į aktyvią būtina apžvelgti inovacijos sampratą, nes tik inovacijos padeda žmogui tenkinti savo poreikius. O poreikiai savo esme yra savotiškas pažangos katalizatorius, nes žmogus, tenkindamas juos per tikslią veiklą, pažįsta gamtos paslaptis, daro atradimus bei kuria kokybiškai naujas materialines ir dvasines vertybes (Jakubavičius, Strazdas ir Gečas, 2003).

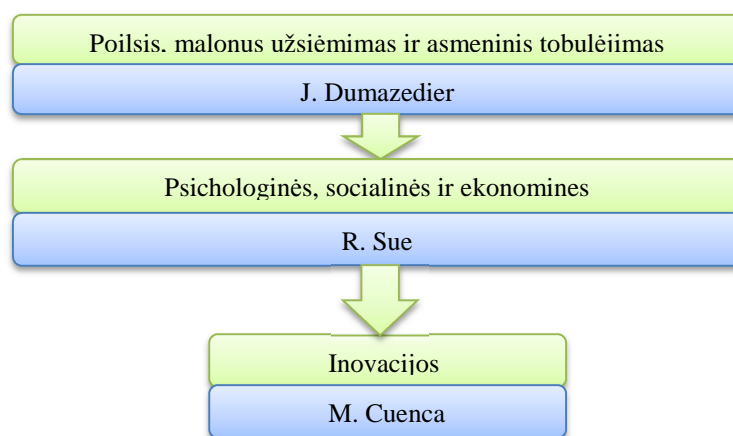
Ieškant žodžio „Inovacija“ kilmės, grįžtama į istorijos gilumą, į XV amžių. Šis žodis yra kilęs iš Vidurio Prancūzijoje tuo metu naudoto žodžio „*inovation*“, kuris verčiant pažodžiui reikštų „atnaujinimas“ arba „naujo pavidalo suteikimas esančiam daiktui“. Anglų kalboje vartojami šie terminai: „*innovation*“ ir „*novation*“ (Jakubavičius, Strazdas ir Gečas, 2003).

Bet kokios inovacijos pradai – naujos žinios. O žinias kuria tik žmonės. Žinios – protinio ir kūrybinio darbo rezultatas. Be to, naujos žinios kuriamos remiantis jau turimomis žiniomis. Dažnai naujos žinios tapatinamos su idėjomis. Yra ne visai taip. Idėjos gali būti tik naujų žinių atsiradimo arba žinių panaudojimo katalizatorius. Idėjų atsiradimą skatina nepasitenkinimas esama situacija, noras keisti ir pan. Nepasitenkinimas ir pokyčių būtinybė yra paskatos inovacijoms. Šiuolaikinėmis sąlygomis tik inovacijos gali garantuoti išlikimą ir plėtrą (Melnikas ir kt., 2011).

Anot, inovaciją galima vertinti dviem aspektais: kaip reiškinių ir kaip procesą. Pirmu atveju inovacija yra bet koks tikslinis pakeitimas, kuriuo siekiama pakeisti tiriamo objekto būklę jį tobulinant. Antru atveju inovacija – tai procesas, apimantis tyrimą rengimą, valdymą ir stabilų funkcionavimą. S. Notaro ir kt. (2012) pateikia tokį inovaciją apibūdina kaip, sėkmingą naujovių įvedimą, kurių pasisekimas priklauso nuo dviejų dalyvių bendrų rezultatų: pramonės verslininkų ir institucijų. Inovacijų plitimas yra

pagrindinis elementas visuose ekonomikos sektoriuose, įskaitant ir laisvalaikio sektorių. Jokubavičius, Strazdas ir Gečas (2003) išskiria keturias inovacijų rūšis, kurios priskiriamos šiam sektoriui: produktų naujovės, paslaugų inovacijos, technologinės naujovės, organizacinės inovacijos.

Prieš apibūdinant ryšį tarp laisvalaikio, kūrybiškumo ir inovacijų būtina apžvelgti galimas laisvalaikio pasekmės visuomenei. M. Cabeza ir kt. (2010) remdamasis atliktais tyrimais išskiria tokias laisvalaikio funkcijas kaip: poilsis, malonus užsiėmimas ir asmeninis tobulėjimas bei psichologinė, socialinė ir ekonominės funkcijos darančios įtaką visuomenei. M. Cabeza ir kt. (2010) teigimu laisvalaikis taip pat padeda išnaudoti žmonių kūrybiškumą, todėl yra kuriamos palankios sąlygos kurti naujoves. Atsižvelgdami į tai, M. Cabeza ir kt. (2010) išskiria ir inovacinę laisvalaikio funkciją, kuri yra susijusi su inovacijų greitu paplitimu, visuomenės poreikių patenkinimu bei asmenine nauda (1 pav.)



1 pav. Laisvalaikio funkcijos (Cabeza ir kt., 2010)

Remiantis atliktu laisvalaikio tyrimu yra pastebima, jog inovacinė laisvalaikio funkcija (žr. 1 pav.) igiją ypatingą svarbą visuomenės kontekste. Ji yra susijusi ir su palankia laisvalaikio sektoriaus plėtra bei naujos gyvensenos skatinimu, taip pat su naujomis socialinėmis vertybėmis, kurios yra naudojamos kaip motyvacinė priemonė aktyvaus laisvalaikio skatinimui. Dauguma pasikeitimų pastaraisiais metais, ypač išsivysčiusiose šalyse, pabrėžė naujos gyvensenos svarbumą, kuri visuomenei kelia daug nežinomų klausimų. Šių pasikeitimų esminis elementas yra laisvalaikis, kuris tampa vis svarbesnis visuomenei. Laisvalaikio skirtumai tarp jaunimo ir pagyvenusių asmenų yra labai reikšmingi. Tačiau abiem atvejais laisvalaikis yra svarbus aspektas, kad abi amžiaus grupės suprastų jų gyvenimų ir motyvacijos užsiimti laisvalaikiu prasmę. Šiandieninėje visuomenėje esant dideliame informacijos srautui visuomenė išmoksta gyventi kitaip, keičia savo įpročius, išmoksta visas veikla tarp jų ir laisvalaikį praleisti kitaip (Cabeza ir kt., 2010).

Šiandien pagrindinis inovacinis iššūkis laisvalaikyje yra paremtas šiais aspektais: klaidingų idėjų atsisakymas, laisvalaikio prasmės žinojimas ir jo dažnumas, aktyvaus, iš esmės gydomojo,

kūrybiško ir solidaraus laisvalaikio skatinimas, naujų laisvalaikio praleidimo interesų ir įpročių kūrimas visuomenėje, inovacijų diegimu užkirsti kelią žalingiems laisvalaikio įpročiams, naujų inovacijų kūrimu skatinti naujas laisvalaikio formas (Cabeza ir kt., 2010).

Taigi, norint išsaugoti visuomenės požiūrį į šiuolaikinio laisvalaikio svarbą, būtina suprasti inovacijų ir socialinės plėtros svarbą. Sveika visuomenė turėtų užtikrinti, kad laisvalaikis yra labai svarbi sritis, kuri atitinka žmogaus socialinės raidos poreikius.

Išmaniųjų telefonų aplikacijų svarba aktyvaus laisvalaikio skatinimui

Šiuolaikiniame pasaulyje, technologijų vaidmuo nuosekliai didėja visose visuomeninio gyvenimo srityse. Nebegalima technologijų termino suvokti siaurai kaip gamybos procesų ir įrenginių, reikalingų tam tikrai produkcijai gaminti, visumos. Toks techninis apibrėžimas socialinėje erdvėje yra adaptuojamas platesniam suvokimui ir gali būti modifikuojamas į kitą lygmenį, technologijas apibrėžiant kaip tam tikrą socialinės problemos sprendimo procesų paieškos ir sprendimo įgyvendinimo teorinį metodą (Skaržauskienė ir Žalėnienė, 2010).

Tiek plačioji tiek ir siauroji socialinių technologijų sampratos atskleidžia mums tuos pačius raktinius žodžius – socialinės technologijos yra tai, kas inovatyvu, efektyvu ir keičia mums buvusius įprastais socialinius procesus. Taigi kalbėdami apie socialines technologijas visuomet lygiagrečiai omenyje turėsime ir technologinę pažangą bendrai, ir jos efektyvų pritaikymą socialinėje tikrovėje ir tos tikrovės modifikavimą pagal iš anksto nustatytus scenarijus (Skaržauskienė ir Žalėnienė, 2010).

Šiandien vienu iš inovatyviausių socialinių technologijų įrankių yra laikomi išmanieji telefonai, kurie tampa vienu labiausiai naudojamų prietaisų visame pasaulyje. JAV tyrimų ir konsultacijų įmonė „Strategy Analytics“ teigia, kad 2012 metais mobiliuosius telefonus turėjo 87 % viso pasaulio gyventojų, o išmaniųjų telefonų naudotojų skaičius 2012 metais peržengė milijardą. Dabar tokiu prietaisu naudojasi kas septintas pasaulio gyventojas.

Autorių (Olofsson, 2010, Preetinder, Ashwini ir Tejkarana, 2012, Buttussi, Chittaro ir Nadalutti, 2008) teigimu, išmanieji telefonai yra tinkama platforma aktyvaus laisvalaikio skatinimui, nes juos naudoja didžioji dalis pasaulio gyventojų. Autorių teigimu išmanieji telefonai yra viena iš priemonių padedanti keisti žmonių elgesį, todėl, kad jie gali būti naudojami teisingu laiku ir teisingame kontekste, nes jie yra visur su juo naudotoju.

Išmaniųjų telefonų veikimo principas priklauso nuo programinės įrangos ir naudojamų aplikacijų. Išmaniųjų telefonų aplikacijos yra apibrėžiamos kaip programinės įrangos dalis, kurios įvykdo specifines užduotis mobiliam vartotojui. Yra išskiriami du išmaniųjų telefonų aplikacijų tipai: gimtasis aplikacijos (iš karto įdiegiamos į prietaisą prieš jį paleidžiant į rinką) ir tinklo aplikacijos (funkcijoms reikalingas serveris kuris yra gautas per internetą) (Preetinder, Ashwini & Tejkarana, 2012). Laisvalaikui,

mėgėjiškam sportui ir sportinėms treniruotėms didžioji išmaniųjų telefonų aplikacijų dalis priklauso tinklui.

Remiantis PC Magazine, MobiThinking, IntoMobile, Google, Apple, Microsoft, Blackberry atliktu statistiniu tyrimu pastebima išmaniųjų telefonų aplikacijų naudojimo išaugimo tendencija (žr. 1 lentelė).

1 lentelė. Išmaniųjų telefonų aplikacijų statistika

	Pavadinimas	iPhone	Android	Blackberry	Windows
2014 m.	Parsiųstų aplikacijų skaičius	27 mln.	29 mln.	2, 400 mln.	4,100 mln.
	Aplikacijų parsisiuntimo vidurkis vienam telefonui	88	68	49	57
	Bendras aplikacijų skaičius e-parduotuvėje	905	850	130	220

(Šaltinis: „Statistic Brain“)

Remiantis „Statistic Brain“ pateikta statistika, matoma kad 2014 m. daugiausia išmaniųjų telefonų aplikacijų parsisiuntė „Android“ operacinės įrangos vartotojai (29,000,000,000), nedaug atsiliko ir „iPhone“ vartotojai (27,000,000,000), ženkliai mažiau aplikacijų parsisiuntė „Windows“ (4,100,000,000) bei Blackberry programinės įrangos (2,400,000,000) vartotojai. Remiantis pateikta statistika, galima daryti prielaidą, kad parsisiųstų aplikacijų skaičius yra pakankamai aukštas, tam, kad būtų galima užtikrinti augantį išmaniųjų telefonų populiarumą ir svarbą visuomenėje.

2 lentelėje yra pateikiamas statistiniai duomenys, išryškinantys laisvalaikio aplikacijų, parsisiuntimo statistiką.

2 lentelė. Aplikacijų parsisiuntimas pagal kategoriją

Pasyvus laisvalaikis	
Žaidimų aplikacijos	23%
Pramogų aplikacijos	11%
Viso parsisiūsta	34%
Aktyvus laisvalaikis	
Gyvenimo būdo aplikacijos	5%
Sveikatos ir sveikatingumo aplikacijos	4%
Kelionės	4%
Sportas	3%
Viso parsisiūsta	16%

(Šaltinis: sudaryta autoriaus modifikuojant „Mobile Phone App Store“ pateiktą statistiką)

Remiantis statistiniais duomenimis, matoma, kad net 50 proc. visų parsisiunčiamų aplikacijų yra priskirta laisvalaikio kategorijai, tad galima daryti prielaidą, jog išmaniųjų telefonų aplikacijos yra tinkama priemonė motyvuoti visuomenę būti fiziškais aktyviais laisvalaikio metu. Tačiau atsižvelgus į statistiką pastebima tendencija, jog daugiausiai yra siunčiamasi žaidimų (23 proc.) ir pramogų (11 proc.) aplikacijų, kas turi įtakos pasyvaus laisvalaikio skatinimui.

Apibendrinant būtina akcentuoti, kad socialinės technologijos yra inovatyvus metodas, kurio pagalba įmanoma laiku ir efektyviai išspręsti visuomenėje kylančius konfliktus, sumažinti socialinę įtampą, pozityvia linkme pakeisti kitus socialinius procesus. Šiandien nemažai inovacijų yra kuriama socialinių technologijų rinkoje, tarp kurių yra kuriami ir išmanieji telefonai bei naujos sveikatingumo aplikacijos (App's), skatinančios aktyvų ir kūrybišką laisvalaikį. Inovacijos išmaniųjų technologijų srityje padeda spręsti problemas, kurios dažniausiai kyla iš fizinio neveiklumo. Išmanieji telefonai be kurių daugelis žmonių neįsivaizduoja savo gyvenimo, yra puiki priemonė skatinti juos būti fiziškai aktyviais ir leisti aktyvų laisvalaikį, tuo pačiu suteikiant galimybę stebėti savo organizmą ir gerinti savo savijautą. Išmaniuosiuose telefonuose įdiegtos sveikatingumo programos suteikia visuomenei galimybę vertinti fizinę būklę, aplinką bei tapti šiuolaikinės socialinės visuomenės dalimi. Išmaniuosiuose telefonuose sveikatingumo programos įdiegtos su tikslu pakeisti žmonių elgesį, įpročius bei suformuoti žmonių požiūrį, jog šiuolaikinės technologijos gali ne tik skatinti visuomenę būti fiziškai aktyviais tačiau tai ir puiki priemonė gerinti gyvenimo kokybę.

Išvados

1. Išanalizavus mokslinę literatūrą atkleista, kad esminės inovatyvaus laisvalaikio funkcijos yra susijusios su inovacijų kūrimu. Šiandien inovacinė laisvalaikio funkcija įgyja ypatingą svarbą visuomenės kontekste. Ji yra susijusi su palankia laisvalaikio sektoriaus plėtra bei naujos gyvenamos skatinimu, taip pat su naujomis socialinėmis vertybėmis, kurios yra naudojamos, kaip motyvacinė priemonė skatinti aktyvų laisvalaikį.
2. Nustatyta, kad išmaniųjų telefonų aplikacijų kūrimas yra inovatyvus metodas, padedantis skatinti visuomenę būti fiziškai aktyviais laisvalaikio metu, tuo pačiu suteikiantis galimybę stebėti savo organizmą ir gerinti savijautą. Išmaniuosiuose telefonuose įdiegtos sveikatingumo programos suteikia visuomenei galimybę vertinti fizinę būklę, aplinką bei tapti šiuolaikinės socialinės visuomenės dalimi. Išmaniųjų telefonų aplikacijų pažanga keičia žmonių elgesį, įpročius bei formuoja naują žmonių požiūrį, jog išmanieji telefonai gali ne tik skatinti žmones būti fiziškai aktyviais tačiau tai ir puiki priemonė padedanti gerinti gyvenimo kokybę.

Literatūros sąrašas

1. Buttussi F., Chittaro L. & Nadalutti D., (2008). Fitness Mobile Guides and Virtual Trainers on PDAs: Supporting Users during their Physical Activities in Outdoor Fitness Trails. *HCI Lab, Dept. of Math and Computer Science*, (6), 12–15. Žiūrėta [2013-02 17] Prieiga per internetą: <http://mobileguide06.di.unito.it/pdf/Buttussi&al.pdf>
2. Cabeza et. al. (2010). *Contribution of leisure to creativity and innovation of a region*. Institute of Leisure Studies, University of Deusto. [Žiūrėta 2012-03-06] Prieiga per internetą: <http://ec.europa.eu/education/lifelong-learning-policy/doc/creativity/report/leisure.pdf>

-
3. Godbey G. ir Mowen A., (2010). The Benefits of Physical Activity Provided by Park and Recreation Services: The Scientific Evidence. National Recreation and Park Association. [žiūrėta 2013-03-30]
Prieiga per internetą: http://www.nrpa.org/uploadedFiles/nrpa.org/Publications_and_Research/Research/Papers/Godbey-MowenResearch-Paper.pdf.
 4. Horka H., Hromadka Z., (2010). Active Leisure for health in context of environmental care. *Health Education: International Experiences*, 275-289. [žiūrėta 2013-03-30]
Prieiga per internetą: http://www.ped.muni.cz/z21/knihy/2010/35/35/texty/eng/horka_hromadka.pdf
 5. Jokubavičius A., Strazdas R. ir Gečas K. (2003). *Inovacijos: procesaim valdymo modeliai, galimybės*. Vilnius: Lietuvos inovacijų centras.
 6. Melnikas B., (2011). *Žinių ekonomikos kūrimas: inovacijų paramos sistema*. Vilnius: Lietuvos inovacijų centras.
 7. Notaro S., Paleto A. & Piffer M., (2012). Tourism innovation in the forestry sector: comparative analysis between Auckland Region (New Zealand) and Trentino (Italy). *Technical Report*, (5) 262-271. [žiūrėta 2012-03-30]
Prieiga per internetą: <http://web.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=58c9ae4baf424ca3916c5266087c7365%40sessionmgr104&vid=4&hid=121>
 8. Preetinder S.G., Ashwini K. & Tejkaran S.G., (2012). Distraction: an assessment of smartphone usage in health care work settings. *Risk Manag Healthc Policy*, 105–114. [žiūrėta 2013-03-21]
Prieiga per internetą: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3437811/>
 9. Skaržauskienė A. ir Žalėnienė I. (2010). *Socialinės technologijos – nauja tarpdisciplininė vadybos mokslo šaka: tarptautinės konferencijos (Vilnius, 2010 m. lapkričio 25, 26d.) pranešimų medžiaga* (p. 1-3). Vilnius: MRU.
 10. Olofsson E., (2010). Wellness Applications: Design Guidelines to Encourage Physical Activity. *Department of Computing Science*, 111–125. [žiūrėta 2013-03-21] Prieiga per internetą:
<http://hmukhtar.seecs.nust.edu.pk/HCIResearchPapers/15.%20Wellness%20ApplicationsDesign%20Guidelines%20to%20Encourage%20Physical%20Activity.PDF>
 11. *Mobile Phone App Store Statistics*. Prieiga per internetą: <http://www.statisticbrain.com/mobile-phone-app-store-statistics/>.

VEIKSNIAI, SKATINANTYS STUDENTUS SPORTUOTI

Ivaškienė V.¹, Čepelionienė J.^{1,2}, Šimokaitis B.³

Lietuvos sporto universitetas¹, Mykolo Romerio universitetas², Kėdainių sporto mokykla³

Anotacija. Tyrimo tikslas – nustatyti veiksnių, skatinančių studentus sportuoti, kaitą. Anketavimas vykdytas 2009 ir 2013 metais pavasarį. Jame dalyvavo I kurso studentai iš aukštųjų universitetinių mokyklų. Sportuojančių studentų 2009 m. buvo 403 (108 vaikinai ir 295 merginos), o 2013 m. – 453 (156 vaikinai ir 297 merginos). Sportuoti skatinantiems veiksniams nustatyti anketoje buvo pateikta 11 teiginių. Buvo galima pažymėti kelis tinkamus veiksnis.

Studentams (vaikinams ir merginoms) svarbiausi veiksniai, skatinantys sportuoti, yra noras tapti

fiziškai stipresniems, geriau jaustis bei geriau atrodyti, sumažinti kūno svorį. Per 4 metų laikotarpį labai sustiprėjo studentų noras tapti fiziškai stipresniems, vaikinių noras geriau atrodyti, merginų – sumažinti kūno svorį. Daug daugiau vaikinių sportuoja paskatinti draugų.

Aktualumas. Studentų kūno kultūra ir sportas tampa vis svarbesniu tarptautiniu reiškiniu, dėl to pasaulyje didėja valstybinių institucijų dėmesys studentų fiziniam aktyvumui ir sportui. Valstybė ir visuomenė turi keisti savo požiūrį į kūno kultūrą, skatinti besimokantį jaunimą fiziškai grūdintis, stiprinti sveikatą, ugdyti fizines ir dvasines vertybes, numatyti savo šalies jaunimo sveikatos ateitį. Kaip rodo Lietuvos aukštosiose mokyklose atlikti tyrimai (Armonienė, 1998; Poteliūnienė, 2000; Tubelis, 2001), į aukštąją mokyklą ateina studentai turėdami teigiamą požiūrį į kūno kultūrą, bet be vidinio fizinės saviugdos poreikio, prastas jų kūno kultūros žinių lygis, silpni savarankiško darbo įgūdžiai (Poteliūnienė, 2010).

Dabar universitetuose ypač aktualu įtraukti kuo daugiau studentų į fiziškai aktyvią veiklą, sudaryti sąlygas studentams kūno kultūros ir sporto priemonėmis stiprinti sveikatą, likviduoti fizinio krūvio deficitą, pagerinti fizinį parengtumą, padėti išsiugdyti gyvenimui ir profesijai būtiną mankštinimosi ir sportavimo įgūdžių, gebėjimų ir kompetencijų sistemą (Tamošauskas, 2012).

Sportas skatina žmonių socialinį aktyvumą, įvairių kompetencijų ugdymąsi, vertybinių orientacijų formavimąsi, saviraišką, savivertę, pasitikėjimą savimi, saviugdą. Kiekvienu amžiaus tarpsniu sportavimo priežastys yra įvairios, nes kiekvienu amžiaus tarpsniu yra savitų fizinės būklės ir su tuo susijusių gyvenimo būdo pokyčių. Studentiškas amžius yra vienas svarbiausių su mokymusi susijusios asmenybės raidos etapų, kai nuolat patiriama įtampa, kai tampama savarankišku, kai pasirenkamos vertybės ir gyvenimo būdas.

Pakankamas fizinis aktyvumas yra būtinas bet kurio amžiaus žmonėms, nes jis gerina nuotaiką, savijautą, sveikatą, darbingumą, miegą, fizinę išvaizdą, padeda įveikti stresus, emocinį nuovargį, formuoti ir tobulinti socialinius įgūdžius ir kompetencijas. Studentai į aukštąsias mokyklas ateina su jau susiformavusia elgsena, o kaip rodo įvairių mokslininkų tyrimai, pakankamai fiziškai aktyvių ir sportuojančių yra nedaug. Mokslinių tyrimų, kuriais siekiama išsiaiškinti, kokie veiksniai skatina studentus sportuoti, stokojava. Todėl aktualu nuolat tirti veiksnius, skatinančius studentus sportuoti, ir analizuoti jų kaitą.

Tyrimo tikslas – nustatyti veiksnius, skatinančius studentus sportuoti, ir jų kaitą.

Tyrimo metodai ir organizavimas

Taikyti šie tyrimo metodai: mokslinės literatūros šaltinių analizė ir apibendrinimas, anketavimas, statistinė analizė.

Anketavimas vykdytas 2009 ir 2013 metais pavasarį. Jame dalyvavo I kurso studentai iš aukštųjų

universitetinių mokyklų. Sportuojančių studentų 2009 m. buvo 403 (108 vaikinai ir 295 merginos), o 2013 m. – 453 (156 vaikinai ir 297 merginos). Sportuoti skatinantiems veiksniams nustatyti anketoje buvo pateikta 11 teiginių. Buvo galima pažymėti kelis tinkamus veiksnus.

Duomenys buvo analizuojami naudojantis *SPSS 20.0 for Windows* programiniu paketu. Skirtingų grupių procentinių įverčių statistiniams skirtumams tikrinti taikytas chi kvadrato kriterijus (χ^2). Skirtumas su klaidos tikimybe mažiau nei 0,05 buvo vertinamas kaip statistiškai patikimas.

Rezultatai

Tyrimas atskleidė, kad studijuojantiems vaikinams svarbiausias veiksnys, skatinantis sportuoti yra noras tapti fiziškai stipresniu: taip nurodė 61,2 % vaikinių 2009 m., o 2013 m. žymiai daugiau – 72,8 %, ir tai ženklus skirtumas ($p = 0,035$) (1 lent.). Antroje vietoje pagal reikšmingumą yra noras geriau jaustis (tai nurodė atitinkamai 54,3 ir 58,0 % respondentų). Trečioje vietoje yra noras geriau atrodyti (atitinkamai 39,5 ir 52,1 % vaikinių), bet 2013 m. tai nurodžiusių respondentų skaičius yra ženkliai didesnis nei prieš 4 metus ($p = 0,032$). Ketvirtoje vietoje pagal reikšmingumą 2009 m. apklaustieji nurodė norą sumažinti svorį (16,3 %), o penktoje – norą siekti aukštų sportinių rezultatų (12,4 %). 2013 metais abu minėti veiksniai pasikeitė vietomis (IV vietoje 13,0 % nurodė norą siekti aukštų sportinių rezultatų, o V – 12,4 % norą sumažinti kūno svorį). Kitus veiksnius nurodė nedidelis respondentų skaičius. Reikšmingas skirtumas nustatytas pagal veiksnį „paskatino draugai“: 2009 m. jį nurodė tik 2,3 % vaikinių, o 2013 m. – net 9,5 % ($p = 0,012$).

1 lentelė. Veiksniai, skatinantys vaikinių pasirinkimą sportuoti (%)

Eil. Nr.	Veiksnys	2009 m. (%)	2013 m. (%)	χ^2 reikšmė	p reikšmė
1.	Noras siekti aukštų sportinių rezultatų	12,4	13,0	0,25	0,875
2.	Noras tapti fiziškai stipresniu	61,2	72,8	4,462	0,035
3.	Noras geriau atrodyti	39,5	52,1	4,620	0,032
4.	Noras neatsilikti nuo kitų	7,0	5,3	0,351	0,553
5.	Noras geriau jaustis	54,3	58,0	0,413	0,521
6.	Noras sumažinti kūno svorį	16,3	12,4	0,897	0,344
7.	Paskatino tėvai	2,3	4,7	1,193	0,275
8.	Paskatino kūno kultūros mokytojas	3,1	3,6	0,046	0,831
9.	Paskatino treneris	4,7	4,7	0,001	0,973
10.	Paskatino draugai	2,3	9,5	6,251	0,012
11.	Nepatiko aplinkinių pašaipos dėl mano kūno išvaizdos	2,3	1,8	0,112	0,737

Studentėms pagrindiniai veiksniai, skatinantys jų pasirinkimą sportuoti yra noras geriau atrodyti (2 lent.) (2009 m. tai nurodė 66,6 %, o 2013 m. – 71,4 % merginų), geriau jaustis (atitinkamai 60,8 ir 61,8 %) bei noras tapti fiziškai stipresne (atitinkamai 49,2 ir 62,4 %). 2013 metais yra žymiai daugiau merginų, norinčių tapti fiziškai stipresnėmis ($p = 0,000$). Ketvirtoje vietoje pagal svarbą merginoms yra noras sumažinti kūno svorį (atitinkamai 33,1 ir 40,8 %), ir jis 2013 m. tyrimų duomenimis yra ženkliai

reikšmingesnis ($p = 0,035$). Kitus veiksnius nurodė nedidelis studentų skaičius, statistiškai reikšmingu skirtumų nenustatyta.

2 lentelė. Veiksniai, skatinantys merginų pasirinkimą sportuoti (%)

Eil. Nr.	Veiksny	2009 m. (%)	2013 m. (%)	χ^2 reikšmė	p reikšmė
1.	Noras siekti aukštų sportinių rezultatų	3,0	2,9	0,009	0,923
2.	Noras tapti fiziškai stipresne	49,2	62,4	12,468	0,000
3.	Noras geriau atrodyti	66,6	71,4	1,938	0,164
4.	Noras neatsilikti nuo kitų	0,8	2,3	2,593	0,107
5.	Noras geriau jaustis	60,8	61,8	0,079	0,778
6.	Noras sumažinti kūno svorį	33,1	40,8	4,448	0,035
7.	Paskatino tėvai	2,5	1,5	0,957	0,328
8.	Paskatino kūno kultūros mokytojas	3,3	1,7	1,735	0,188
9.	Paskatino treneris	1,4	1,2	0,065	0,799
10.	Paskatino draugai	7,7	6,1	0,708	0,400
11.	Nepatiko aplinkinių pašaipos dėl mano kūno išvaizdos	2,2	2,3	0,012	0,913

Aptarimas

Sportas, grindžiamas vertybėmis, turi ypatingą ugdomąjį poveikį besiformuojančiai asmenybei, nes jis išplečia kultūros lauką: sužadina vidinį nusiteikimą asmens teigiamiems sprendimams, įprasmina pozityvų elgesį konkrečioje situacijoje ir tarsi sudvasina žmogaus kūną, suteikdamas jam kitokį raiškos pavidalą (Budreikaitė ir Adaškevičienė, 2010).

Mūsų atliktas tyrimas atskleidė, kad studentus labiausiai skatinantys sportuoti veiksniai yra noras tapti fiziškai stipresniems, geriau jaustis bei geriau atrodyti, sumažinti kūno svorį. Tai sutampa su S. Dadelo ir kt. (2008) tyrimo rezultatais: jie nustatė, kad pirmo kurso studentams yra stiprus noras būti fiziškai stipriems, formuoti gražų kūną.

Studentų noras būti stipriems ir sveikiems, gerai jaustis išryškintas S. Poteliūnienės (2000, 2010), L. Tubelio (2001), S. Poteliūnienės ir kt. (2006), R. Tamulaitienės ir V. Lukavičienės (2009) tyrimuose. Atkreiptinas dėmesys į tai, kad mūsų 2013 m. tyrime (lyginant su 2009 m.) smarkiai sustiprėjo sportuojančių vaikinių ir merginų noras tapti fiziškai stipresniems, geriau atrodyti. Galima daryti prielaidą, kad didėja jaunimo sąmoningumas, kad sportas suvokiamas kaip ugdymosi ir formavimosi priemonė.

Svarbiausiais socializacijos veiksniais, kurie neabejotinai turi reikšmės jauno žmogaus motorikos lavėjimui ir fizinio aktyvumo įpročių formavimuisi, laikomi su ugdytiniu kontaktą turintys asmenys (šeimos nariai, draugai, mokytojai, treneriai, kaimynai ir pan.), aplinkos sąlygos (sportinis ir žaidimų inventorių, erdvė judėjimui namuose ir mokykloje, salės, aikštelės, stadionai, pakankami ištekliai laisvalaikio organizavimui ir pan.) ir asmeniniai veiksniai – motyvacija ir savivertė (Juškelienė ir kt., 2010). E. Adaškevičienė ir N. Strazdienė (2013) teigia, kad naujų technologijų plėtra ir sklaida verčia galvoti apie ugdymo kokybę ir jos kaitą, siekiant užtikrinti fiziškai išsivysčiusio, pajėgaus ir sveiko žmogaus ugdymą.

Draugai turi reikšmingą įtaką bendraamžių fiziniam aktyvumui. Užsienio mokslininkai šią problematiką tyrinėja, tačiau Lietuvoje mokslinių studijų trūksta (Rutkauskaitė ir Maciulevičienė, 2013). Nustatyta, kad jaunuoliai, ieškodami tapatumo, dažnai įtraukia ir kitus žmones. A. Narbutienės ir kt. (2011) atlikto tyrimo rezultatai atskleidė, kad moksleiviai, kurie pasiūlo draugams užsiimti sportu yra fiziškai aktyvesni. Draugai yra susiję su teigiama įtaka fiziniam aktyvumui ir su teigiamu pasirinkimu dalyvauti fiziškai aktyvioje veikloje R. Rutkauskaitės ir E. Maciulevičienės (2013) tyrime nustatyta, kad draugai dažnai (25,5 %) arba kelis kartus (26,2 %) siūlė apklaustiems tiriamiesiems užsiimti viena ar kita fizine veikla kartu. Žmonės yra labiau linkę būti aktyvūs, kai yra socialinė parama ir skatinanti šeima, draugai, kolegos ir kiti (Sallis et al., 1999).

Mūsų tyrimu nustatyta, kad tėvai, kūno kultūros mokytojas, treneris ir draugai menkai skatina studentų apsisprendimą sportuoti, tik 2013 m. tyrime vaikinams draugų skatinimas yra daug didesnis, bet siekia tik 9,5 proc. Tačiau T. Gulbino (2012) tyrimu nustatyta, kad merginas sportuoti paskatino draugai ar draugės (38,9 %) ir tai, jog patinka trenerio ar mokytojo asmenybė (33,4 %). R. Tamulaitienės ir V. Lukavičienės (2009) tyrimu atskleista, kad įtakingiausi sportinei veiklai yra geri santykiai su treneriu.

Vienas pagrindinių veiksnių, garantuojančių su sveikata susijusio fizinio aktyvumo skatinimo strategijų ir programų sėkmę, yra studentų poreikių analizė, patrauklių fizinio aktyvumo ir sporto programų kūrimas, įvairių sektorių ir organizacijų bendradarbiavimas. Fizinis aktyvumas gali būti integruotas į studentų kasdienybę tik tada, kai tai padaryti bus lengva, natūralu ir studentas pats to norės (Strazdienė ir Adaškevičienė, 2012). Lietuvos aukštosiose mokyklose studentų fizinis aktyvumas yra nepakankamas, fizinė saviugda menka, jų fiziniam aktyvumui trukdo negebėjimas derinti sporto pratybu su studijomis, dažnai jie neturi noro, valios ir energijos domėtis kitomis laisvalaikio praleidimo formomis (Vaščila ir kt., 2007). Panaši situacija ir kitose šalyse (Grininė ir Zachovajevs, 2008). Todėl manytume, kad studentų sportavimą skatinančius veiksnius reikėtų tyrinėti plačiau.

Išvados

Studentams (vaikinams ir merginoms) svarbiausi veiksniai, skatinantys sportuoti, yra noras tapti fiziškai stipresniems, geriau jaustis bei geriau atrodyti, sumažinti kūno svorį. Per 4 metų laikotarpį labai sustiprėjo studentų noras tapti fiziškai stipresniems, vaikinų noras geriau atrodyti, merginų – sumažinti kūno svorį. Daug daugiau vaikinų sportuoja paskatinti draugų.

Literatūros sąrašas

1. Adaškevičienė, E., Strazdienė, N. (2013). Mokinių fizinio aktyvumo didinimo pedagoginės strategijos sveikatos požiūriu. *Sportinį darbingumą lemiantys veiksniai (VI): mokslinių straipsnių rinkinys*. Kaunas: LSU, 6–15.
2. Armonienė, J. (1998). *Jaunimo fizinio aktyvumo ugdymo pagrindai*. Vilnius.
3. Budreikaitė, A., Adaškevičienė, E. (2010). Sportuojančių ir nespportuojančių paauglių požiūris į vertybes ir jų

-
- prasmės suvokimą. *Ugdymas. Kūno kultūra. Sportas*, 1 (76), 13–20.
4. Grininė, E., Zachovajevs, P. (2008). Lietuvos kūno kultūros akademijos studentų socialinės integracijos, požiūrio į sveikatą ir sveiką gyvenimą kaita. *Ugdymas. Kūno kultūra. Sportas*, 2 (69), 40–46.
 5. Gulbinas, T. (2012). Profesinės mokyklos merginų neformalųjį fizinį aktyvumą lemiantys veiksniai. *Jaunųjų mokslininkų darbai*, 3 (36), 8–12.
 6. Juškelienė, V., Poteliūnienė, S., Gudžinskienė, V., Blauzdys V. (2010). Lietuvos kūno kultūros mokytojų sveikatos ugdymo kompetencija stiprinti ugdytinių sveikatą. *Sporto mokslas*, 4 (62), 53–59.
 7. Narbutienė, A., Rutkauskaitė, R., Bujanauskas, D. (2011). 15–16 metų mokinių fizinis aktyvumas ir artimiausios socialinės aplinkos įtaka fiziniam aktyvumui. *Sportinį darbingumą lemiantys veiksniai (IV): mokslinių straipsnių rinkinys*. Kaunas: LKKA, 151–159.
 8. Poteliūnienė, S. (2000). *Studentų, būsimų mokytojų, fizinės saviugdros edukacinis skatinimas: disertacija*. Vilnius: VPU.
 9. Poteliūnienė, S. (2010). *Studentų fizinį ugdymą ir sportininkų rengimą skatinantys veiksniai*. Vilnius: VPU.
 10. Poteliūnienė, S., Tamošauskas, P., Karoblis, P. (2010). Studentų požiūris į kūno kultūros vyksmą Lietuvos aukštosiose mokyklose. *Sporto mokslas*, 4 (34), 54–60.
 11. Poteliūnienė, S., Veršinskas, R., Muliarčikas, A. (2006). Mykolo Romerio universiteto studentų fizinės saviugdros prielaidos. *Ugdymas. Kūno kultūra. Sportas*, 4 (63), 90–95.
 12. Rutkauskaitė, R., Maciulevičienė, E. (2013). 15–17 metų mokinių fizinis aktyvumas bei šeimos ir draugų įtaka jam. *Sporto mokslas*, 2 (72), 67–73.
 13. Sallis, J. F., Prochaska, J. J., Taylor, W. C. (1999). A review of correlates of physical activity of children and adolescents. *Medicine and Science in Sports and Exercise*, 32 (5), 963–975.
 14. Strazdienė, N., Adaškevičienė, E. (2012). Studentų sveikatą stiprinantis fizinis aktyvumas, jo raiška laisvalaikiu. *Tiltai*, 4, 93–104.
 15. Tamošauskas, P. (2012). Studentų fizinio ugdymo kaitos pedagoginiai ir psichologiniai ypatumai. *Sporto mokslas*, 1 (67), 2–7.
 16. Tamulaitienė, R., Lukavičienė, V. (2009). Kūno kultūros specialybės studentų sportinės veiklos motyvacija: refleksijų analizė. *Mokytojų ugdymas*, 12 (1), 85–102.
 17. Tubelis, L. (2001). *Studentų fizinės saviugdros skatinimo sistema ir jos efektyvumas: disertacija*. Vilnius: VPU.
 18. Vaščila, V., Siaurodinas, A., Vyskupaitis, E., Raupelis, A. (2007). Jaunimo sveikatos savianalizė ir sveika elgsena. *Ugdymas. Kūno kultūra. Sportas*, 2, 250–254.

SUVALKIJOS SOCIALINĖS GLOBOS NAMŲ GYVENTOJŲ POŽIŪRIS Į SPORTINĖS VEIKLOS TENKINIMĄ

Janulevičiūtė M., Beržanskienė M.

Marijampolės kolegija

Anotacija. Straipsnyje analizuojama Suvalkijos socialinės globos namų gyventojų požiūris į sportinę veiklą. Suvalkijos socialinės globos namuose gyvena žmonės su proto bei fizine negalia. Sporto

kai kurios šakos specialiai yra taikomos ne tik neįgalių žmonių kūno sveikatai palaikyti, bet kaip dvasinio nusiramino, kai kuriais atvejais ir fizinės iškrovos priemonė. O ūmaus susierzinimo metu tai yra viena iš nusiramino bei bendravimo formų.

Dalyvavimas sporto veiklose Suvalkijos socialinės globos namuose gyventojams teikia visišką pasitenkinimą, per mėgstamiausias veiklas: futbolą, turistinius žygius, dviračių žygius ir kt. Sportuodami jie atskleidžia save, gerina fizinę būklę, sveikatą. Suvalkijos socialinės globos namų gyventojų požiūris į sportinę veiklą yra teigiamas, nes sportas gyventojus tenkina tiek dvasine, tiek fizine ar psichologine prasme, jie gali atskleisti save, bendrauti, susipažinti su kitais žmonėmis, kai keliauja į kitus miestus ar kaimus.

Išvada

Neįgalieji mūsų visuomenės nariai turi išskirtines fizines ir psichologines ypatybes ir specialiųjų poreikių, kurie randasi neįgaliesiems siekiant lygių galimybių dalyvauti fizinio ugdymo, neįgaliųjų sporto, rekreacinės ir buitinės fizinės veiklos srityse (R. Adomaitienė, 2003). Lietuvoje žmonės su negalia sunkiai patenka į sporto, rekreacinius ir turizmo objektus, tai riboja nepritaikyta aplinka. Pagal Neįgaliųjų teisių konvencijos 30 straipsnį raginama šalis skatinti ir raginti neįgaliosius kiek įmanoma platesniu mastu dalyvauti bendro profilio sporto veiklose visais lygmenimis, užtikrinti neįgaliųjų galimybę organizuoti, plėtoti ir dalyvauti jiems skirtose sporto ir rekreacinėje veiklose (Nacionalinė žmonių su negalia socialinės integracijos programa).

Suvalkijos socialinės globos namai yra valstybinė stacionari socialinės globos įstaiga prie Lietuvos Respublikos Socialinės apsaugos ir darbo ministerijos, skirta gyventi asmenims nuo 18 metų, kuriems dėl proto/psichinės negalios nustatyta 0 – 40% darbingumo lygis arba didelių ar vidutinių specialiųjų poreikių lygis ir, įvertinus jų savarankiškumą, rekomenduojama ilgalaikė (trumpalaikė) socialinė globa institucijoje (<http://www.suvalkijossgn.lt/>). Šių globos namų gyventojai turi galimybę lankytis treniruočių salėje, žaisti stalo tenisą, futbolą, žaisti šaškėmis, šachmatais, o taip pat dalyvauti pėsčiųjų žygiuose, dviračių žygiuose, rytinėje mankštoje. Šios sąlygos sportuoti ir atitinka gyventojų poreikius, galimybes ir pageidavimus, kadangi gyventojai turi galimybę užsiimti mėgstama veikla, kas verčia juos jaustis pilnaverčiais visuomenės nariais. Žmonės turintys proto negalią reikalauja daug dėmesio, tad sporto užsiėmimai, parinkti pagal žmogaus poreikį ir galimybes tampa jam saviraiškos priemone, kuri teikia jam pasitenkinimą, kad „jis“ apskritai geba užsiimti viena ar kita sporto šaka.

Tyrimo aktualumas. Daugelyje išsivysčiusių šalių vis labiau neįgalūs asmenys yra įtraukiami į įvairią sportinę veiklą. Sportinė veikla – viena iš sėkmingos neįgaliųjų socialinės integracijos į visuomenę veiksnių. Sportas tiesiogiai veikia neįgaliųjų savivertę. K. Skučas, atlikdamas tyrimus nustatė, kad 78 proc. sportuojančių neįgaliųjų sąmoningai suvokia ir priima savo negalią, o nesportuojantys „stengiasi

apie tai negalvoti“. Nė vienas sportuojančių neįgaliųjų necharakterizavo savęs kaip silpno, ligoto, nieko negalinčio (K. Skučas, 2003). Aktyvus sportas laiduoja ne tik geresnę organizmo fizinę būklę, bet ir gali daryti teigiamą poveikį psichosocialinės sveikatos rodikliams (K. Kardelis, K. Karpavičius, 2000).

Tyrimas aktualus tuo, kad Suvalkijos socialinės globos namų gyventojai, įsijungdami į sportinę veiklą, išreiškdami save mėgiamose sporto šakose tuo pagerins savo gyvenimo kokybę.

Tyrimo problema. Apie neįgaliųjų problemas Lietuvoje viešai prabilta tik prieš du dešimtmečius. Per tą laiką buvo išleisti įstatymai, reglamentuojantys neįgaliųjų ir jų artimųjų teises, kuriamos socialinės, psichologinės, reabilitacijos ir kt. paslaugos. Daug diskutuojama apie negalios asmenų sėkmingą socializaciją ir kitus veiksnius, nulemiančius žmogaus dalyvavimą visuomeniniame, kultūriniame gyvenime, siekiama sudaryti tinkamas sąlygas, kad jie jaustųsi saugūs ir pilnaverčiai kasdieninėje veikloje (R. Adomaitienė ir kt., 2008). Neįgalūs žmonės dažnai praranda domėjimąsi aplinka, užsislendžia savo pasaulyje, praranda aktyvumą, norą gyventi. Sportinė veikla, integraciją į normalų gyvenimą ir yra pagrindinės priemonės, kurios užtikrina jų visavertiškumą. Didžiulę reikšmę turi ir neįgaliųjų sportinis aktyvumas. Tačiau Lietuvoje dar nepakankamai atliekama tyrimų, analizuojama neįgaliųjų poreikis sportinei veiklai. Tyrimo problema ir siejama su nežinomu Suvalkijos socialinės globos namų gyventojų požiūriu į sportinės veiklos tenkinimą.

Tyrimo tikslas. Išanalizuoti Suvalkijos socialinės globos namų gyventojų požiūrį į sportinės veiklos tenkinimą.

Tyrimo uždaviniai:

1. Išanalizuoti mokslinę literatūrą apie sportinės veiklos reikšmę ir įtaką neįgaliesiems;
2. Išanalizuoti kaip Suvalkijos socialinės globos namų gyventojai vertina sporto veiklas šiuose namuose ir kokie veiksniai skatina jų dalyvavimą sportinėje veikloje;
3. Išsiaiškinti kokios sporto veiklos yra paklausiausios ir kokių sportinių veiklų pageidautų.

Tyrimo metodai. Mokslinės literatūros analizė sportinės veiklos aktyvumo klausimais, kiekybinis tyrimas, vertinant veiksnius įtakančius Marijampolės kolegijos studentų sportinį aktyvumą.

Tyrimo metodika

Buvo naudojamas kiekybinis tyrimo metodas. Suvalkijos socialinės globos namuose gyvena 208 neįgalumą turintys gyventojai. Iš viso buvo apklausta 60 gyventojų. Respondentais buvo parinkti visi gyventojai, kurie užsiiminėja sportine veikla arba kada nors ja užsiiminėjo. Anketa buvo anoniminė, nes buvo siekiama gauti kuo objektyvesnį atsakymą į pateiktus klausimus. Gyventojai buvo supažindinti su tyrimo tikslu, gautos informacijos panaudojimu. Anketą sudarė 7 multichotominiai klausimai.

Teoriniai tiriamos problemos aspektai

Nuo gimimo neįgaliajam arba gyvenant įgijusiam negalę žmogui jo paties negalė yra normalu (arba ji gali tapti normalia jo gyvenimo dalimi), o kiek tai normalu, priklauso nuo visuomenės požiūrio į neįgaliuosius (Vilkelienė, 2003).

Fizinė veikla, anot C. Sherrill, kaip viena iš keturių taikomosios fizinės veiklos mokslo metateorijos pagrindinių idėjų, apima neįgalių asmenų fizinį ugdymą per neįgaliųjų sportą, jų fizinę reabilitaciją ir fizinę veiklą poilsio metu, siekiant rekreacijos tikslų (C. Sherrill, 1998)

Neįgaliųjų sportas gali būti rekreacinis – sporto šakų ar jų elementų taikymas neįgaliųjų rekreacijos tikslais, ugdomasis – sporto šakų ir jų elementų taikymas fizinio ugdymo tikslais ir varžybinis – neįgaliųjų šakos kultivavimas siekiant varžybinių rezultatų. (R. Adomaitienė, 2003).

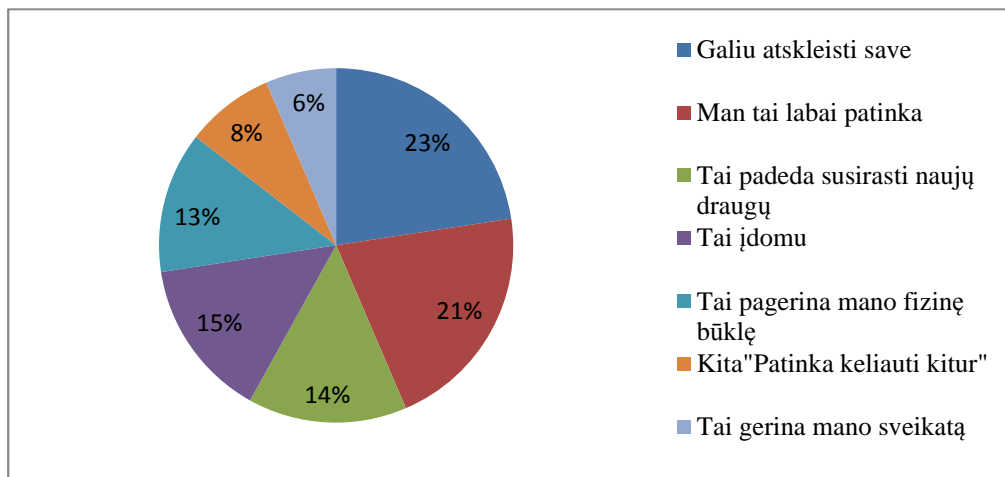
Mokslininkų yra pastebėta, kad sportuojantys neįgalieji būna žvalesni, fiziškai pajėgesni, sveikesni, gerėja jų gyvenimo kokybė. Neįgaliųjų dalyvavimas sportinėje veikloje ir mankštoje siejamas su pagerėjusiu fiziniu pajėgumu ir psichologine nauda. Daugelio mokslininkų darbuose, kuriuose nagrinėjamos sportinės veiklos įtakos asmenybės ugdymui problemos, išryškunami sportinės veiklos pozityvumo aspektai (J. Mikelkevičiūtė, 2002).

Neįgalieji, dalyvaudami sportinėje veikloje, geriau vertina save, savo galimybes, labiau pasitiki savo jėgomis (K. Kardelis, K. Karpavičius, 2000). Sportinės veiklos poveikio neįgaliųjų gyvenimo kokybei tyrimai rodo, kad tokioje veikloje dalyvaujantys neįgalieji tampa labiau integruoti už tuos, kurie nedalyvauja sportinėje veikloje.

Tyrimo rezultatai

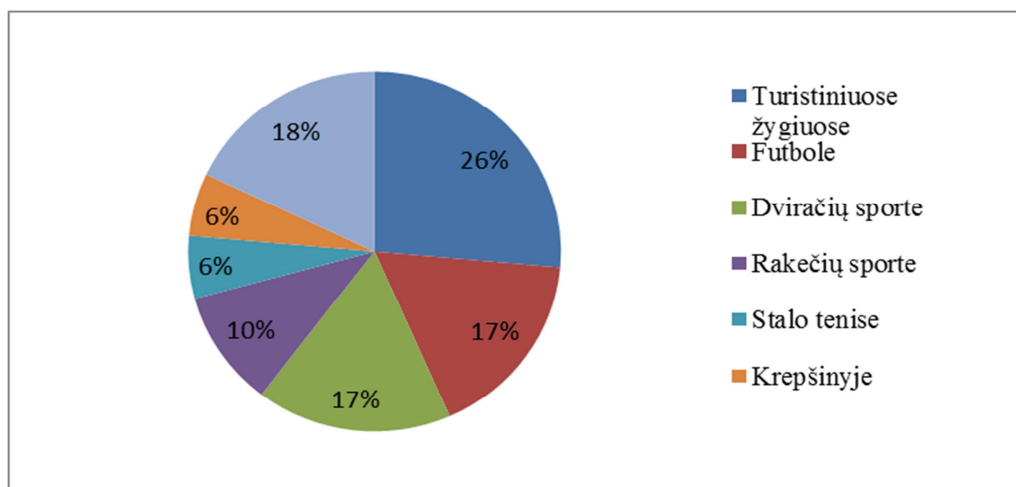
Kadangi tai yra ne paprasta įstaiga, o žmonių su negalia globos namai, tad sunkiau yra ir atrinkti žmones, kurie gebėtų objektyviai atsakyti į pateiktus klausimus, todėl šis tyrimas nebuvo orientuotas apklausti pagal lytį ar amžių. Stengtasi klausti žmonių, kurie lankosi sporto veiklose arba kada nors lankėsi. Nepaisant to, iš visų apklaustųjų 73 % sudarė vyrai, o tik 27% moterys. Galime sakyti, kad vyrai yra aktyvesni nei moterys. Pagal amžių rezultatai pasiskirstė taip: daugiausiai atsakiusių gyventojų buvo 41-50 metų amžiaus, jie sudarė net 53% visų apklaustųjų, 28% buvo 31-40 metų amžiaus, 12% sudarė 51 ir daugiau metų amžių, o 7% buvo nuo 21-30 metų.

Paklausus kodėl dalyvaujate vykdomoje sporto veikloje, atsakymai pasiskirstė taip: 23% gyventojų teigė, kad gali save atskleisti, 21% tai patinka, 15% tai įdomu, 14% padeda susirasti naujų draugų, 13% žymėjo, jog tai pagerina jų fizinę būklę, o 8% gyventojų į klausimą “kita” atsakė, kad “jiems patinka keliauti kitur”. 6% renkasi dalyvauti sporto veikloje, nes tai gerina jų sveikatą. Todėl galima sakyti, kad didžioji dalis renkasi dalyvauti sporto veikloje, nes jiems ši sritis padeda atskleisti save. (žr. 1 pav.)



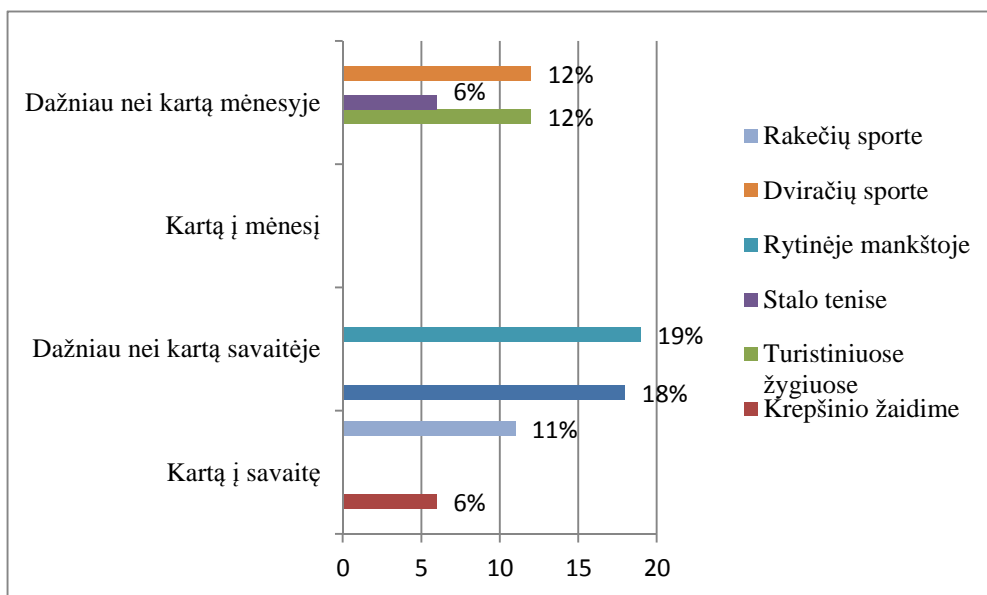
1 pav. Veiksniai, skatinantys užsiiminėti sportine veikla

Sekantis klausimas buvo apie tai, kokiuose sportiniuose užsiėmimuose jie dalyvauja. Šiuo klausimu buvo norima sužinoti kokie yra paklausiausi sporto užsiėmimai. 26% (žr. 2 pav.) renkasi turistinius žygius, 18% dalyvauja rytinėje mankštoje, po 17% apklaustųjų rinkosi futbolo užsiėmimus bei dviračių sportą, o 10% - rakečių sportą. 6% dalyvauja krepšinio žaidime ir stalo tenise. Darant išvadą šiuo klausimu, paklausiausi užsiėmimai yra turistiniai žygiai, kuriuose dalyvauti renkasi daugiausiai apklaustųjų. Bet taip pat gyventojams svarbi yra ir rytinė mankšta.



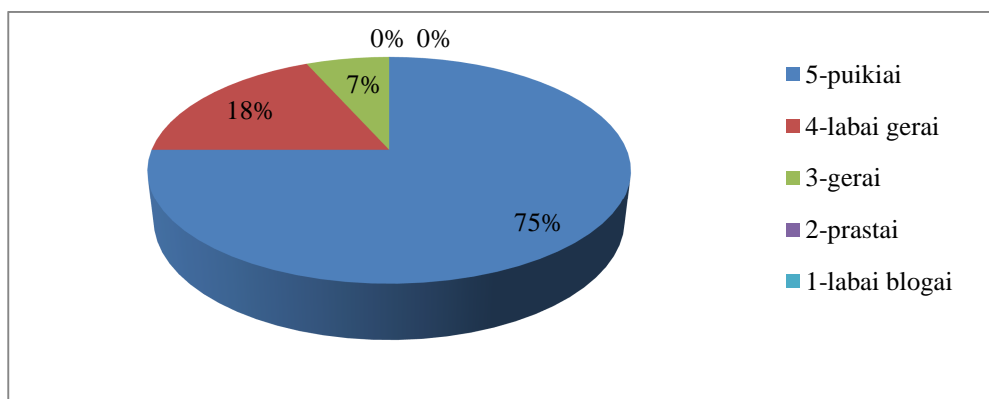
2 pav. Sportinių užsiėmimų paklausa

Aktualu buvo sužinoti kaip dažnai jie renkasi dalyvauti jiems patinkančiuose sporto užsiėmimuose. 19% gyventojų (žr. 3 pav.) dalyvauja rytinėje mankštoje dažniau nei kartą savaitėje. Taip pat 18% dažniau nei kartą savaitėje dalyvauja futbolo žaidime. 12% dažniau nei kartą mėnesyje dalyvauja turistiniuose žygiuose, bei dviračių sporte. Rakečių sporte, kartą į savaitę dalyvauja 11% apklaustųjų gyventojų. O 6% kartą savaitėje žaidžia krepšinį, likusieji 6% dažniau nei kartą mėnesyje žaidžia stalo tenisą. Taigi, dažniausiai užsiiminėja rytine mankšta, bet taip pat dažnai gyventojai mėgsta žaisti futbolą, o rečiau užsiiminėja krepšiniu bei stalo tenisu.



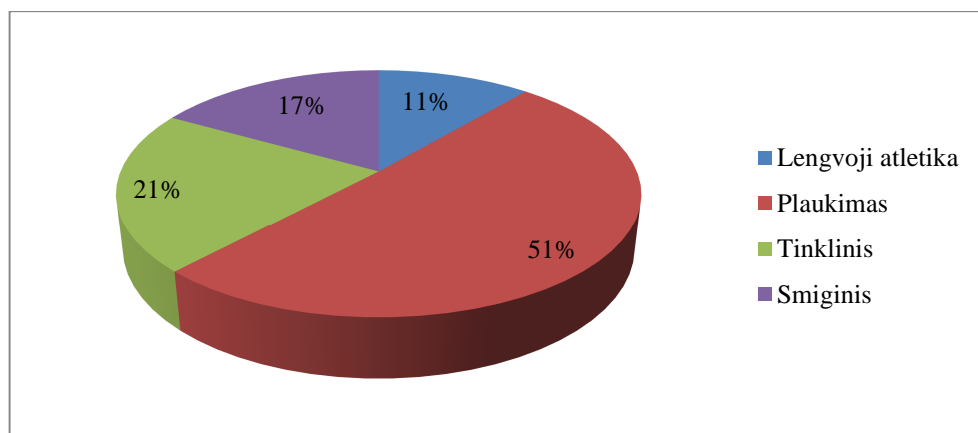
3 pav. Respondentų sportinių užsiėmimų lankomumo dažnumas

Kad sužinoti Suvalkijos socialinės globos namų gyventojų nuomonę apie vykstančius sporto užsiėmimus, buvo užduotas klausimas, kaip jie vertina vykstančius sporto užsiėmimus. Reikėjo vertinti 5 balų skalėje, kur 1- reiškė labai blogai, o 5- puikiai. Net 75% vykstančius sporto užsiėmimus vertina 5 balais, arba „puikiai“. 18% vertina 4, kas reiškia „labai gerai“, o tik 7% įvertino 3 - „gerai“. Taigi, gyventojų nuomonė apie sportinius užsiėmimus yra labai gera, nes dauguma vertina puikiai ir nei vienas asmuo neįvertino sportinių veiklų neigiamai. (žr. 4pav.)



4 pav. Respondentų sportinių veiklų įvertinimas Suvalkijos socialinės globos namuose.

Buvo išsiaiškinta, kad gyventojai norėtų ir naujų sportinių veiklų. Plaukimo norėtų net 51% gyventojų (žr. 5pav.), tinklinio pageidautų 21% gyventojų. 17% norėtų smiginio ir 11% - lengvosios atletikos.



5 pav. Naujų veiklų paklausa

Matome, kad respondentai suvalkijos socialinės globos namuose labiausia pageidautų plaukimo, mažiausiai - lengvosios atletikos.

Išvados

1. Dalyvaujantys sportinėje veikloje neįgalieji geriau išreiškia save, gerėja jų fizinis pajėgumas, lengviau adaptuojasi visuomenėje, užtikrinama geresnė gyvenimo kokybė.
2. Išanalizavus sportines veiklas, galima teigti, jog Suvalkijos socialinės globos namų gyventojų požiūris į sportines veiklas yra teigiamas, juos tenkina esamos sporto šakos.
3. Gyventojai, kiek leidžia galimybės, stengiasi kuo aktyviau dalyvauti sportiniuose užsiėmimuose, ypač tuose, kuriuos mėgsta labiausiai: rytinėje mankštoje, futbole, turistiniuose žygiuose.
4. Nors Suvalkijos socialinės globos namuose ir yra daug įvairių sportinių užsiėmimų, bet gyventojai pageidautų kelių naujų veiklų, tokių kaip plaukimo, tinklinio ar smiginio. Atsiradus šioms veikloms bus dar geriau tenkinami šių socialinės globos namų gyventojų poreikiai.

Literatūros sąrašas

1. Adomaitienė, R. Neįgaliųjų socializacija taikomojoje fizinėje veikloje. Medicina. 2008, p. 877-884.
2. Adomaitienė, R., Augustinaitytė-Jurčikonienė G., Mikelkevičiūtė, J., Morkūnienė A. ir kiti. (2003). Taikomoji neįgaliųjų fizinė veikla. - Kaunas. Vadovėlis Lietuvos aukštųjų mokyklų studentams.
3. Kardelis, K., Karpavičius, K. (2000). Skirtingo fizinio aktyvumo sveikų ir fiziškai neįgalių paauglių psichosocialinės sveikatos rodiklių lyginamoji analizė. Ne įgalusis ugdytinis švietimo sistemos kaitos kontekste (p. 51-57). Lietuvos kūno kultūros akademija.
4. Mikelkevičiūtė, J. (2002). Taikomosios fizinės veiklos poveikis nežymiai protiškai atsilikusių paauglių savęs vertinimui ir kompetencijos suvokimui (Nepublikuota edukologijos daktaro disertacija, Lietuvos kūno kultūros akademija, 2002)
5. Nacionalinė žmonių su negalia socialinės integracijos programa. Žin., 2012, Nr. 137-7021

-
6. Poteliūnienė, S., Sližauskienė, N., Bendoraitienė V. (2007). Mankštinkimės savarankiškai. - Vilnius. Mokomoji metodinė priemonė.
 7. Sherrill, C. 1998. Adapted Physical Activity, Recreation and Sport. Crossdisciplinary and lifespan. 5ed. Boston, MA: WCB Mc Graw-Hill
 8. Skučas, K. (2003). Neįgaliųjų taikomosios fizinės veiklos (TFV) teorija, metodika ir organizavimas R. Adomaitienė (Red.). Taikomoji neįgaliųjų fizinė veikla (p. 240-273). Kaunas: Lietuvos kūno kultūros akademija
 9. *Vilkėlienė, A.* Ypatingųjų vaikų integruotas muzikinis ugdymas. Vilnius: Kronta, 2003. ISBN 9986-879-87-6.

VARTOTOJO ELGSENOS YPATUMAI BATAIS PREKIAUJANČIŲ ORGANIZACIJŲ PAVYZDŽIU

Jesevičiūtė-Ufartienė L.

Lietuvos sporto universitetas

Anotacija. Šiuolaikinės organizacijos sėkmę rinkoje lemia vartotojai (Išoraitė, 2013), tai yra žmonės, perkantys įmonės prekes ar paslaugas. Dėl šios priežasties organizacijos siekia analizuoti vartotojų elgseną ir suvaldyti vartotojų elgsenos procesus. Atitinkamai bandomos kurti ryšių su vartotojais sistemos. Kadangi ryšių su vartotojais valdymo sistemos padeda pardavėjams dirbti, jos gali būti labai naudingos organizacijai. Tačiau dauguma atliktų studijų rodo, kad to įgyvendinti nepavyksta (Zoltners, Sinha, 2008).

Organizacijos renka duomenis apie vartotojus, bet neanalizuoja vartotojų elgseną lemiančių veiksnių. Pavyzdžiui, prekybos rinkoje galima pastebėti batais prekiaujančias organizacijas, kurios susiduria su ypač didele konkurencija. Iš kyla klausimas, kaip pritraukti vartotoją būtent į savo parduotuvę. Dėl to keliama problema, kokie veiksniai, susiję su vartotojų elgsena, lemia vartotojo elgseną prieš pirkimą ir pirkimo situacijoje.

Tyrimo objektas – vartotojų elgsena.

Straipsnio tikslas yra nustatyti vartotojų elgsenos ypatumus, lemiančius vartotojų apsisprendimą pirkti batais prekiaujančių organizacijų pavyzdžiu.

Tyrimo metodai: mokslinės literatūros analizė, anketinė apklausa.

Pagrindiniai rezultatai. Vartotojai yra svarbūs kiekvienos organizacijos išlikimui, dėl šios priežasties tikslinga analizuoti vartotojų elgseną lemiančius veiksnius. Atliktas tyrimas leidžia teigti, kad kokybė ir kaina išlieka pagrindiniais kriterijais, į kuriuos, pirkdami batus respondentai labiausiai atkreipia dėmesį. Prekių asortimentų vienodumas skirtingose parduotuvėse gali būti susijęs su vartotojo

pasirinkimu pirkti toje parduotuvėje, kurioje jo norima prekė yra pigesnė, nes dizainas, mada ir patogumas yra antriniai veiksniai, susiję su vartotojų elgseną batų rinkoje.

Vartotojų elgsenos teoriniai aspektai

Prekės ir paslaugos, kurios netenkina vartotojų poreikių, yra neperkamos ir išstumiamos iš rinkos. Vartotojų poreikiai nustato pageidaujamą prekių asortimentą, įmonės tikslai ir galimybės – galimą prekių asortimentą. Norimo ir galimo asortimento sankirta – tai realus prekių asortimentas, kuris yra formuojamas atsižvelgiant į prekių liniją. Prekių linija – tai panašios paskirties prekių rinkinys (Martinkus, Stoškus, Beržinskienė, 2010; Pranulis ir kt., 2012).

Kuvykaitė (2001) teigia, jog įmonės prekių asortimento struktūra formuojama atsižvelgiant į:

1. Vartotojų poreikius,
2. Įmonės tikslus ir galimybes.

Labai svarbu yra suprasti ir įgyvendinti vartotojo poreikius per gaminamus ir parduodamus produktus ir paslaugas. Kokybės skirtumų išsiaiškinimas gali atvesti prie unikalių konkurencinių pranašumų rinkoje (Kaziliūnas, 2007).

Anot Bakanausko (2006) nuomone, vartotojai yra gyvybiškai svarbūs organizacijai. Priimdami sprendimus pirkti, jie lemia organizacijos pardavimus ir pelną. Organizacijai, kuri nori pasiekti savo tikslus tenkindama vartotojo norus ir poreikius, labai svarbu gerai žinoti vartotojo savybes, elgsenos tendencijas, vartotojo elgesį lemiančius veiksnius bei jiems galimą įtaką. Labai svarbu vartotojų tipo parinkimas.

Vartotojų yra labai didelė įvairovė, todėl organizacijos renkasi vartotojus strategiškai, orientuodamiesi į vienos ar kelių pagrindinių rūšių vartotojus. Kaziliūnas (2007) išskiria tris vartotojų tipus:

1. Tie, kurie pabrėžia kainą,
2. Tie, kuriems tiek kokybė, tiek kaina vienodai svarbi,
3. Tie, kuriems svarbiausia geriausia kokybė.

Milleris ir Heimanas (2004) išskyrė tris vartotojų tipus. Terminas „ekonominis vartotojas“ tapo standartinio pardavimų žodyno dalimi, o juo vadinamas žmogus, daugelio suprantamas kaip asmuo, „pasirašantis čekį“, arba bent jau galintis įgalioti jį pasirašyti. Taip pat pateikiami kiti du vartotojų tipai: „vartojimo pirkėjai“ ir „techniniai vartotojai“.

Vartotojai pirmiausia yra žmonės – su savo simpatijom ir antipatijom, su savo nuostatom ir nuotaikom, su savo emocijomis ir ambicijomis, pagaliau, su savo unikalia patirtimi, ir tik po to vartotojai yra organizacijų vadovai, skyrių vedėjai, asmenys atsakingi už tam tikrų klausimų sprendimą. Tačiau kebliausia yra tai, kad vartotojai kaip žmonės yra skirtingi.

Kiekvienas potencialus vartotojas gali būti organizacijos vartotoju. Svarbu nepraleisti nei vieno šanso turėti, kuo daugiau savo vartotojų (Laursen, Salter, 2005).

Vartotojų suradimas ir išlaikymas yra susijęs su vartotojų poreikių tenkinimu. Anot Šaulinsko ir Tilvytienės (2013) tikrieji vartotojų poreikiai ir lūkesčiai vadinami laukiama kokybe. Tai kokybė, kokios vartotojai tikisi iš produkto. Vartotojams svarbūs tokie paslaugų ir produktų požymiai kaip atitiktis, patikimumas, prieinamumas, pristatymo kokybė ir kt.

Atlikti tyrimai vartotojų elgsenos srityje (Kuvykaite, Dovaliene, Navickiene, 2009) parodė, kad vartotojų elgsena pirkimo procese priklauso nuo daugelio skirtingų veiksnių ir vartotojų asmeninių charakteristikų. Remiantis Šaulinsku ir Tilvytiene (2013) vartotojams yra svarbus organizacijos įsipareigojimas užtikrinti aukštą aptarnavimo kultūrą kaip vienodą dėmesį ir pagarbą kiekvienam vartotojui, lankstumą, t.y. klientų poreikių tenkinimą, atsižvelgiant į individualias situacijas, suderinant abipusius interesus, aiškią informaciją apie įmonės paslaugas.

Vadinasi, galima būtų teigti, kad analizuojant vartotojų elgseną svarbūs yra individualūs aspektai, susiję su vartotojo charakteriu, ir organizaciniai, susiję su organizacijos elgsena vartotojo atžvilgiu.

Vartotojų elgsenos veiksnių tyrimo metodika

Tyrimui atlikti pasirinktas duomenų rinkimo metodas – anonimiška anketinė apklausa. Šis metodas pasirinktas dėl šių priežasčių (Kardelis, 2007): yra daugiau galimybių apklausti didesnę respondentų skaičių; gaunami tikslesni duomenys (anonimiškumas skatina didesnę sąžiningumą); apklausėjas negali įtakoti atsakymų; greita, patogiu ir nebrangu.

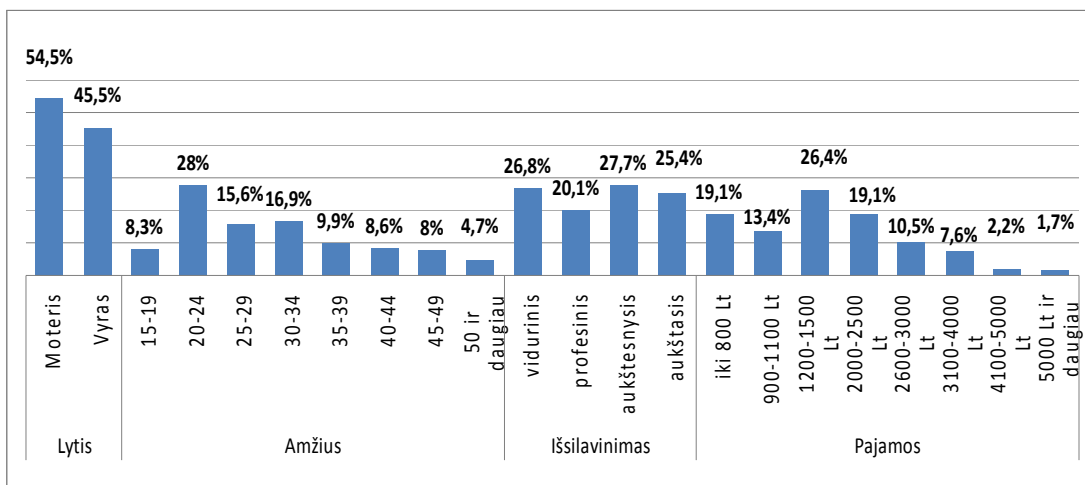
Respondentai – batais prekiaujančių organizacijų vartotojai.

Anketa sudaryta remiantis vartotojų elgsenos teoriniais aspektais. Anketą sudaro 20 klausimų. Siekiant surinkti patikimus ir išsamius duomenis anketos klausimai buvo formuojami įvairaus tipo: uždari dichotominiai ir multichotominiai bei atviri klausimai.

Tyrimo imtis. Siekiant tyrimo tikslumo ir rezultatų patikimumo, paskaičiuota tyrimo imtis, remiantis akredituota statistinės imties skaičiuokle (<http://www.raosoft.com/samplesize.html>). Imties skaičiavimui naudoti tokie duomenys: priimtina klaida 5 proc., konfidencialumo lygmuo 95 proc., atsakymų paskirstymas 50 %. Remiantis šiais duomenimis akredituota statistinės imties skaičiuoklė siūlo apklausti 384 respondentus.

Tyrimo organizavimas. Anketos buvo dalinamos Kauno mieste batų parduotuvėse. Anketos patikimumas, kad būtų atsakyti visi pateikti klausimai, buvo užtikrinamas, anketas dalinant respondentams į rankas. Išdalinta buvo 384 anketos, tačiau atgal sugrįžo 347 anketos. Kaip netinkamos, atmestos 33 anketos, kadangi respondentai atsakė ne į visus pateiktus klausimus arba pažymėjo daugiau nei vieną variantą, ko buvo prašoma prie kiekvieno užduodamo klausimo. Analizei buvo panaudota 314

respondentų anketų. 1 pav. pateiktas respondentų pasiskirstymas pagal lytį, amžių, socialinę padėtį bei gaunamas mėnesines pajamas.

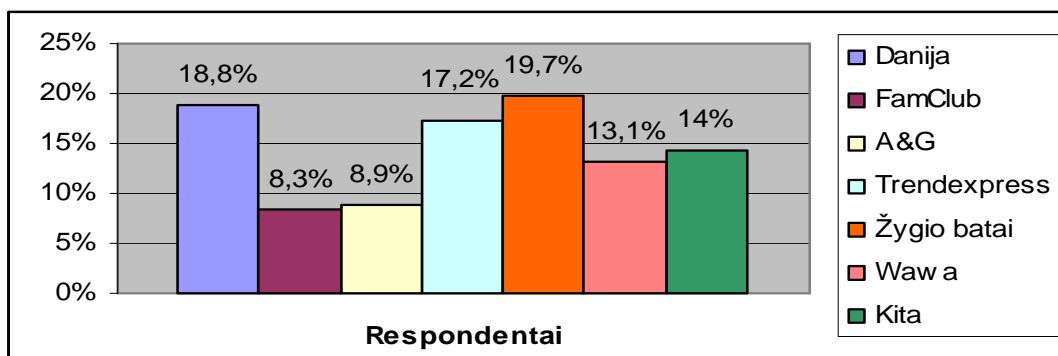


1 pav. Socialinės respondentų charakteristikos

Vartotojų elgsenos veiksnių tyrimo rezultatai

Atlikus empirinį tyrimą su batais prekiaujančių organizacijų vartotojais ir atsižvelgiant į šio tyrimo rezultatus, buvo išskirti vartotojų elgsenos veiksniai, lemiantys vartotojų sprendimą pirkti.

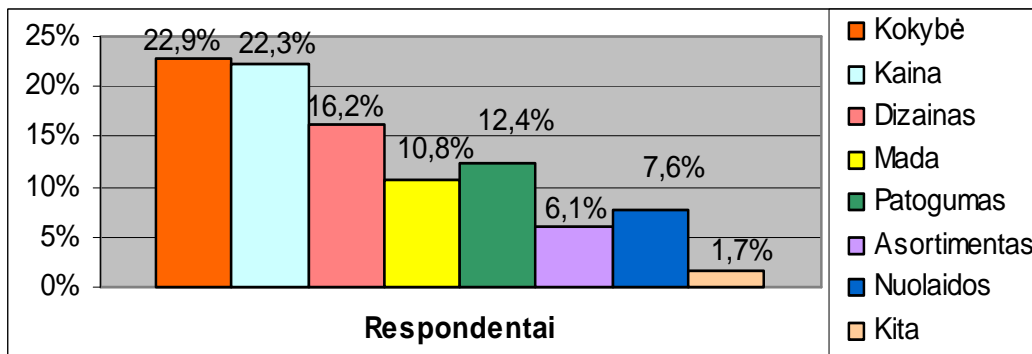
2 pav. pateikiama respondentų pirkimo vieta. Kadangi avalynė nėra priskiriama pirmo būtinumo prekėms ir nėra perkama labai dažnai, kiekvienas klientas turi laiko apsispręsti, kurioje parduotuvėje jam yra geriausia pirkti, įvertinus tam tikrus keliamus kriterijus parduodamai prekei.



2 pav. Avalynės parduotuvių lankomumas

19,7 proc. respondentų dažniausiai avalynę perka parduotuvėje „Žygio batai“, 18,8 proc. – „Danija“ bei 17,2 proc. – „Trenexpress“. Lyginti su kitomis parduotuvėmis parduotuvė „Trendexpress“ užima gan nemažą dalį ir jos pagrindiniais konkurentais išlieka parduotuvės „Danija“, „Žygio batai“ bei „Wawa“ (13,1 proc.). Mažesnę procentinę dalį sudaro „A&G“ (8,9 proc.) bei „FamClub“ (8,3 proc.). Tarp šių atsakymų buvo ir kitų (14 proc.), įvairią nuomonę išreiškusių respondentų, štai kaip pasiskirstė atsakymai: 2,5 proc. - apsipirka turguje, 2,6 proc. – „Urmo“ bazėse, 1,6 proc. – apsipirka įvairiai.

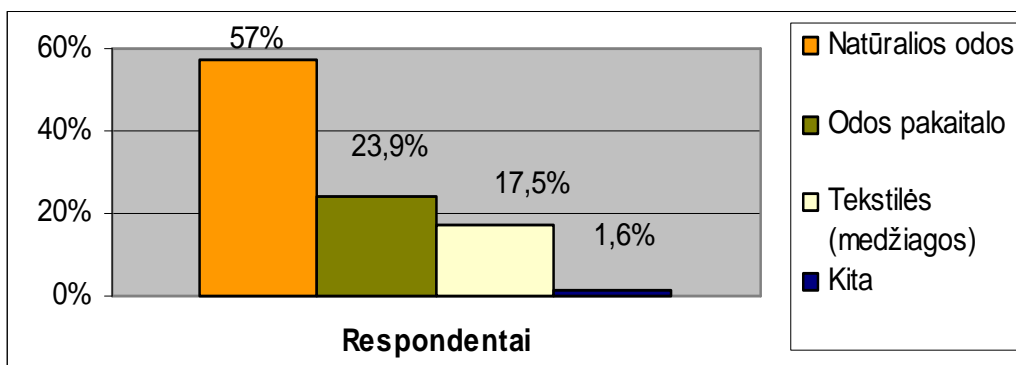
Vartotojams buvo pateikiamas klausimas, kokie kriterijai yra svarbiausi perkant avalynę (3 pav.).



3 pav. Svarbiausi kriterijai perkant avalynę

Į klausimą, kokie svarbiausi kriterijai perkant avalynę (4 pav.) respondentų nuomonės pasiskirstė taip: didžiąją atsakymų dalį, kaip ir tikėtasi, sudarė kaina (22,3 proc.) bei kokybė (22,9 proc.). Galima teigti, kad net perkant skirtingo pobūdžio prekes vartotojams svarbiausiu aspektu išlieka ne tik kokybė ar kaina, bet abu šie veiksniai. Žinoma, kainos pasirinkimas priklauso nuo vartotojo pajamų, gaunantys aukštas pajamas tikėtina, kad rinksis visiškai kito kainų lygio produktus, nei tie, kurie gauna mažas ar vidutines pajamas, todėl tam tikrais atvejais tai yra kintamas dydis, kuris gali būti tik užuomina apie kokybę, ir jei vartotojas nemokės įvertinti šio santykio – kaina taps labai svarbi. 16,2 proc. respondentų yra svarbus dizainas (išvaizda), 10,8 proc. – mada. 12,4 proc. apklaustųjų svarbus patogumas, 6,1 proc. rūpi asortimentas bei 7,6 proc. respondentų - nuolaidos.

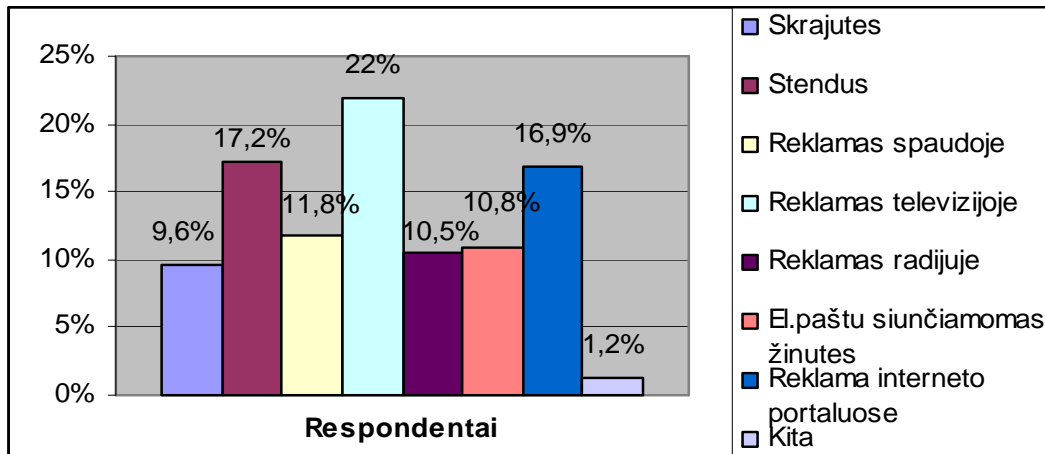
Tyrimo metu išsiaiškinta, kad 57 proc. respondentų parduotuvėje pageidautų įsigyti natūralios odos batų (4 pav.). Per pus mažiau, tačiau taip pat nemaža dalis apklaustųjų norėtų įsigyti batų iš odos pakaitalo (23,9 proc.). Vadinasi, galima daryti išvadą, kad parduotuvė turėtų būti labiau orientuotą į pasirinktą avalynės medžiagą, t.y. natūralią odą bei odos pakaitalą. Mažesnioji dalis tenka tekstilei (medžiagai) - 17,5 proc.



4 pav. Pageidaujama avalynės medžiaga

Remiantis tyrimo rezultatais parduotuvės žinomumas yra svarbus veiksnys, patraukiantis vartotojo dėmesį. Tikslinga reklama gali pagerinti prekių pardavimus, o kartu ir organizacijos įvaizdį, kuris aktualus analizuojant vartotojų elgseną.

Apklausoje metu respondentų buvo paklausta, koku būdu informacija apie nuolaidas bei akcijas jiems būtų priimtinausia ir į kokias reklamas dažniausiai kreipiamas jų dėmesys. Šiais klausimais siekiama išsiaiškinti koku būdu klientai norėtų būti apie tai informuoti ir į ką labiausiai kreipia dėmesį (5 pav.).



5 pav. Labiausiai atkreipiančios dėmesį reklamos

Išsiaiškinta, labiausiai dėmesį atkreipiančios reklamos yra televizijoje (22 proc.), stendai (17,2 proc.), reklama interneto portaluose (16,9 proc.) ir reklama spaudoje (11,8 proc.). Mažiau efektyvios reklaminės skrajutės (9,6 proc.), reklama radijuje (10,5 proc.), elektroniniu paštu siunčiamos žinutės (10,8 proc.). Taigi, galima daryti išvadą, kad labiausiai efektyvi reklama yra televizijoje bei reklaminiai stendai.

Tyrimo metu išsiaiškinta, kad 56,1 proc. respondentų tokius pat batus randa skirtingose batų parduotuvėse. Taigi, galima teigti, kad asortimento įvairovės nebuvimas skirtingose parduotuvėse gali įtakoti vartotojų sprendimą rinktis produktus atsižvelgiant į kainą.

Tyrimo metu išsiaiškinta, kad vartotojai yra linkę lyginti skirtingų parduotuvių kainas: 15 proc. respondentų atsakė, kad visada lygina produktų kainas skirtingose parduotuvėse, 33,1 proc. - dažnai, 32,5 proc. - kartais ir 19,4 proc. teigė kainų nelyginantys.

Vidutiniškai per metus 62,1 proc. respondentų įsigyja daugiau nei 3 poras batų. Įsigyjant kiekvieną naują porą batų jis gali rinktis vis kitą parduotuvę. Dėl šios priežasties tikslinga, kad organizacijos siektų analizuoti vartotojų elgsenos aspektus ir išlaikytų vartotoją, kad šis sugrįžtų kiekvienam naujam batų pirkiniui.

Apibendrinant tyrimo rezultatus galima tvirtinti, kad parduodamos produkcijos kokybė bei kaina yra labai svarbi, todėl būtina daryti daugiau akcijų, kurioms pasiduoda daugelis vartotojų. Taip pat derėtų ieškoti išskirtinumų formuojant prekių asortimentą, kadangi nemažai respondentų tvirtino nerandantys norimų prekių, o randamų prekių kainas lygina skirtingose parduotuvėse, todėl kaina tampa pagrindiniu konkurenciniu veiksniu.

Išvados

Vartotojai yra svarbūs kiekvienos organizacijos išlikimui, dėl šios priežasties tikslinga analizuoti vartotojų elgseną lemiančius veiksnius. Atliktas tyrimas leidžia teigti, kad:

- Kokybė ir kaina išlieka pagrindiniais kriterijais, į kuriuos, pirkdami batus respondentai labiausiai atkreipia dėmesį. Vartotojų labiausiai pageidaujama batų kokybė siejama yra su natūralios odos batais;
- Prekių asortimentų vienodumas skirtingose parduotuvėse gali būti susijęs su vartotojo pasirinkimu pirkti toje parduotuvėje, kurioje jo norima prekė yra pigesnė, nes dizainas, mada ir patogumas yra antriniai veiksniai, susiję su vartotojų elgseną batų rinkoje;
- Įsigyjant kiekvieną naują porą batų vartotojas gali rinktis vis kitą parduotuvę. Dėl šios priežasties tikslinga, kad organizacijos siektų analizuoti vartotojų elgsenos aspektus ir išlaikytų vartotoją, kad šis sugrįžtų kiekvienam naujam batų pirkiniiui.

Literatūros sąrašas

1. Akredituota statistinės imties skaičiuokle. Žiūrėta 2012-02-21. Prieiga per internetą: <http://www.raosoft.com/samplesize.html>
2. Bakanauskas, A. (2006). Vartotojų elgsena. Kaunas: VDU leidykla.
3. Išoraitė, M. (2013). Pardavimų skatinimo tyrimas prekybos centruose. Business systems and economics Vol. 3 (1). Mykolo Riomerio universitetas.
4. Kardelis, K. (2007). Mokslinių tyrimų metodologija ir metodai. Liucijus leidykla. Šiauliai.
5. Kaziliūnas, A. (2007). Kokybės vadyba. Vilnius: Mykolo Romerio universiteto Leidybos centras.
6. Kuvykaite, R., Dovaliene, A., Navickiene, L. (2009). Impact of package elements on consumer's purchase decision. Economics & Management. Vol. 2009.14. Kauno technologijos universitetas.
7. Kuvykaite, R. (2001). Gaminio marketingas. Kaunas: Technologija.
8. Laursen, K. and A. Salter (2005), The Fruits of Intellectual Production: Economic and scientific specialization among OECD countries. Cambridge Journal of Economics, Vol 29(2), p. 289-308.
9. Martinkus, B., Stoškus, S., ir Beržinskienė, D. (2010). Vadybos pagrindai. VšĮ Šiaulių universiteto leidykla
10. Miller, R. B., Heiman, S. E., Sanchez, D., Tuleja, T. (2004) Strategic Selling. Kogan Page Publishers.
11. Pranulis, V., Pajuodis, A., Urbonavičius S., Virvilaitė R. (2012). Marketingas. Prieiga per internet 2014-02-12: [http://www.andriuz.skynet.lt/knygos/Marketingas/Marketingas%2520\(Alboroviene\).pdf](http://www.andriuz.skynet.lt/knygos/Marketingas/Marketingas%2520(Alboroviene).pdf)
12. Šaulinskas, L., Tilvytienė, R. (2013). Paslaugas teikiančių įmonių pardavimų kokybės gerinimo modelis. Ekonomika ir vadyba: aktualijos ir perspektyvos. Vol. 2013.1(29), p. 152–165
13. Zoltners, Sinha (2008). Sales Force Effectiveness: A Framework for Researchers and Practitioners. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, Vol. 28, No. 2, Spring 2008, p. 115-131.

VIEŠBUČIŲ KONKURENCINGUMĄ LEMIANTYS VEIKSNIAI KAUNO MIESTE

Kalėdaitė V., Jasinskas E.

Lietuvos sporto universitetas

Anotacija. Straipsnyje, remiantis mokslinės literatūros analize, yra analizuojama konkurencingumo samprata ir jos svarba viešbučiams, išskiriami ir pateikiami svarbiausi veiksniai, lemiantys įmonių konkurencingumą. Tuo tikslu pristatomas atliktas empirinis tyrimas, nustatantis svarbiausius Kauno miesto viešbučių konkurencingumą lemiančius veiksniai.

Darbo aktualumas. Kiekviena organizacija, tiek gaminanti produktus, tiek teikianti paslaugas, siekia kuo didesnio pelno. Taipogi ne išimtis ir viešbučių verslas. Plečiantis apgyvendimo paslaugų industrijai bei į rinką ateinant naujiems ženkams, konkurencinė kova tampa vis intensyvesnė. Tad norint gauti didesnę pelną, organizacijos turi nuolat tobulėti, diegti naujoves bei efektyvinti savo veiklą. Tačiau būtina turėti omenyje tai, jog tokį patį tikslą turi ne vienas, o visi rinkoje veikiantys viešbučiai. Konkurencingumo įgijimas pastariesiems gali būti esminis raktas į sėkmę. Dėl šios priežasties yra tikslinga nustatyti, kokie konkurencingumo veiksniai vaidina lemiamą vaidmenį Kauno miesto viešbučiams bei kokie vidinės ir išorinės konkurencingumo aplinkos veiksniai turi didžiausią įtaką konkurencingumo formavimui.

Mokslinė problema: kokie yra konkurencingumą lemiantys veiksniai?

Darbo tikslas – įvertinti Kauno miesto viešbučių konkurencingumą lemiančius veiksniai;

Darbo uždaviniai:

1. Apibrėžti konkurencingumo sampratą ir svarbą viešbučiams;
2. Išskirti svarbiausius įmonių konkurencingumą lemiančius veiksniai;
3. Nustatyti svarbiausius Kauno miesto viešbučių konkurencingumą lemiančius veiksniai;

Darbo objektas: konkurencingumą lemiantys veiksniai;

Naudoti metodai: mokslinės literatūros analizė, anketinė ekspertų apklausa, statistinė duomenų analizė.

Konkurencingumo samprata ir svarba viešbučiams

Mokslinėje literatūroje konkurencingumo sąvoka, priklausomai nuo jos analizės lygmens, įvairių autorių (Liučvaitienė ir Peleckis, 2011; Beniušienė ir Svirskienė, 2008; Rinkauskaitė, 2007; Šimberova ir kt., 2007; Porter, 1990; Salazar et al., 2012) ir organizacijų (WEF; OECD, 1997) yra traktuojama skirtingai. Dažniausiai yra išskiriami keturi konkurencingumo analizės lygmenys: valstybės, miesto, ūkio

šakos ir įmonės konkurencingumas. Remiantis autoriais, analizavusiais šiuos lygmenis, viešbučių konkurencingumas turi būti nagrinėjamas įmonių lygmenyje.

Visi šie keturi konkurencingumo lygmenys yra tiesiogiai tarpusavyje susiję, nes šalies konkurencingumas priklauso nuo įmonių bei jų atstovaujamų ūkio šakų pasirodymo, t. y. savo tikslų bei užduočių įvykdymo ar neįvykdymo (Salazar et. al., 2012). Tai, savo ruožtu, apima konkrečiai ir viešbučių industriją. Pastaroji pramonės šaka gauna naudos iš šalies, kurioje vykdo savo veiklą, ekonomikos stabilumo ir augimo bei visuomenės išsivystymo lygio, apimančio verslo pastatus, mažmeninės prekybos centrus ir pramogas, kurios tinka tiek verslo, tiek laisvalaikio keliautojams ir padeda sukurti paklausą viešbučio kambariams (Tsai et al., 2008).

Viešbučių verslas taipogi įneša savo indėlį į bendruomenės ekonominį, socialinį ir kultūrinį vystymąsi. Pastarosios ūkio šakos konkurencingumą apibrėžia tokie faktoriai kaip sąnaudos, technologinis procesas, teikiama produkcija ir galutinis rezultatas (Sancharan, 2011). Apgyvendinimo paslaugas teikianti įmonė, kaip ir visas turizmo sektorius, tiesiogiai priklauso nuo paklausos. Šiuo atveju nuo žmonių noro keliauti ir išleisti pinigus. Taigi pastarieji kuria paklausą turizmo produktams bei paslaugoms. Keliaujantys asmenys yra pasiruošę suvartoti daug ir įvairių prekių ir paslaugų, kurias teikia įvairios ūkio šakos, tarp kurių populiariausios yra transportas, viešbučiai bei restoranai. Taigi čia svarbiausiu uždaviniu tampa sukurti šalies, kaip turistų pasirinkto kelionės tikslo, konkurencingumą. Tik po šio pasirinkimo galima kalbėti apie atskirų ūkio šakų (tarp jų ir apgyvendinimo paslaugų) konkurencingumą (Ioncica et al., 2007).

Tiriant viešbučių konkurencingumą įmonių konkurencingumo lygmenyje, būtų tikslinga šį reiškinį suprasti kaip įmonės sugebėjimą, panaudojant jai palankius išorinės aplinkos veiksnius bei savo turimus išteklius, gaminti ir parduoti paslaugas, pritraukti vartotojus kiek galima efektyviau nei tai daro konkurentai. Šis gebėjimas priklauso nuo kompleksiskai veikiančių veiksnių, tad tiriant viešbučių konkurencingumą būtų tikslinga apibrėžti veiksnius, lemiančius pastarąjį reiškinį.

Įmonių konkurencingumą lemiantys veiksniai

I. Roffe (2007) teigia, kad nepriklausomai nuo dydžio, kiekviena įmonė turi strategiją, kuria vadovaujasi. Strategija suteikia įmonei galimybę pelnyti *vertingą pasiūlymą*, suprantamą kaip vartotojų norą pirkti būtent tos įmonės prekes ar gauti jos teikiamas paslaugas, palyginus su galimomis pasirinkimo alternatyvomis. To paties autoriaus manymu, konkuravimo strategija – tai konkrečių priemonių pasirinkimas, siekiant įgyvendinti įmonės tikslus, pirma įvertinus esamų vidinių išteklių ir supančios aplinkos sąveiką. Panašus požiūris išdėstomas ir R. Ginevičiaus bei A. Krivkos (2010) darbe, kuriame, cituodami Drucker (1986), autoriai teigia, kad konkuravimo strategija turi nusakyti, koks „mūsų“ verslas

yra dabar, koks jis bus ir koks jis turėtų būti. Tinkamą kryptį pasirinkti galima tik nuodugniai išanalizavus vidinę ir išorinę įmonės aplinkas.

I. Beniušienė ir G. Svirskienė (2008) savo straipsnyje apibrėžia, jog išorinė aplinka – tai makroaplinkos ir jos dalies – konkurencinės aplinkos, veiksniai, kurie suformuoja galimybes ir ribojimus, su kuriais įmonė susiduria konkurencinėje aplinkoje. Vidinė aplinka – tai organizacijos vidaus aplinkos veiksniai, kurie yra daugiau ar mažiau pačios organizacijos kontroliuojami (žr. 1 lentelė).

1 lentelė. Išoriniai ir vidiniai konkurencingumo veiksniai
(sudaryta pagal Ginevičius ir Krivka, 2010; Beniušienė ir Svirskienė, 2008)

Išoriniai veiksniai	Vidiniai veiksniai
<u>Makroaplinkos:</u> Politinė, ekonominė, socialinė, technologinė, teisinė ir demografinė aplinka;	Žmogiškieji ištekliai; Žinios ir informacija, intelektualus kapitalas; Strateginiai tikslai ir uždaviniai; Technologijos ir inovacijos; Greito atsako klientų poreikiams svarba, lankstumas; Produkto ir/ar paslaugos išskirtinumas, aukštesnė kokybė, kaina; Įmonių priklausymas tinklui; Tarptautinės strateginės sąjungos ar koalicijos; Organizacinis mokymas; Našumas, žemi įmonės veiklos kaštai; Įvaizdis;
<u>Konkurencinės įmonės aplinkos:</u> Rinkos paklausa; Verslo koncentracija; Prekių ar paslaugų diferenciacija; Įėjimo į rinką barjerai; Rinkos segmentacija; Pakaitalai; Tiekėjai; Paskirstymo kanalai;	

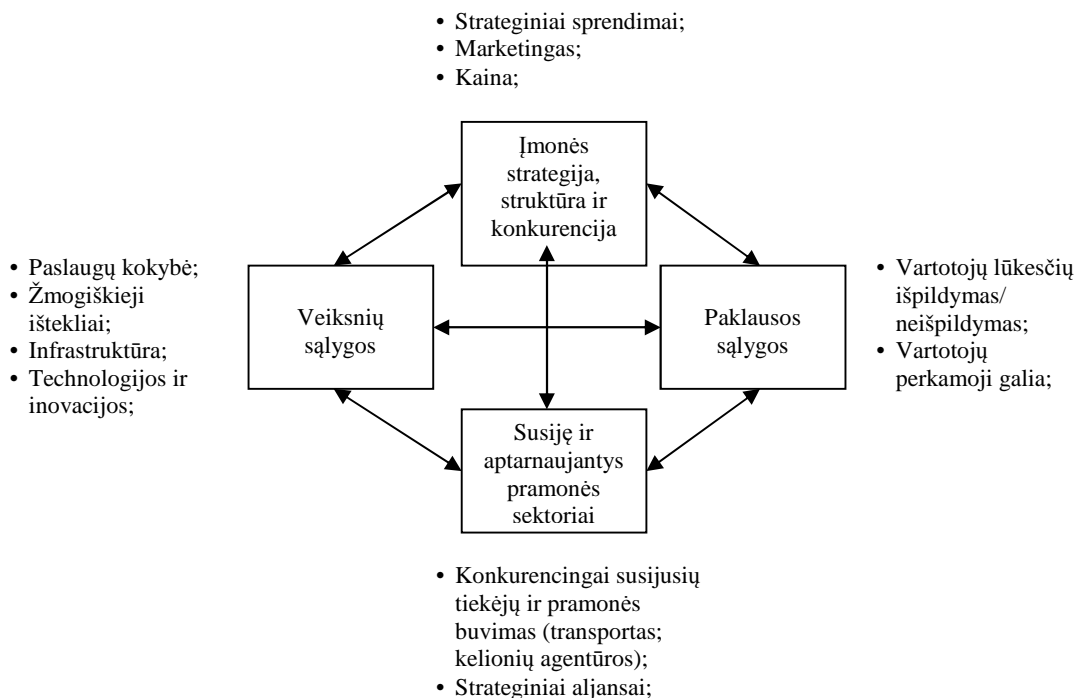
V. Clulow, C. Barry & J. Gerstman (2007) teigia, kad įmonių konkurencingumą labiau lemia jos nematerialusis turtas (klientų pasitikėjimas, įvaizdis, priklausymas įmonių tinklui, intelektualus kapitalas) bei sugebėjimai (žinios, organizacijos kultūra, įgūdžiai ir patirtis) nei materialusis, kuris yra įprastas ir visiems aiškus. Kitaip tariant, vidiniai įmonių konkurencingumo veiksniai. Šie veiksniai, veikiantys kartu, sudaro įmonei galimybes pasiekti unikalų ir nepakartojamą rezultatą bei tapti konkurencingai kitų įmonių atžvilgiu (Beniušienė ir Svirskienė, 2008).

Konkurencingumo modeliai

Konkurencingumo formavimo modeliai atskleidžia konkurencinio pranašumo kūrimo sąlygas. Įmonei, norinčiai įgyti tvirtą pranašumą prieš konkurentus, būtina sukurti savitą tarpusavyje susietų konkurencinių pranašumų kompleksą (Keršienė, 2008).

Mokslinėje literatūroje konkurencingumui analizuoti yra naudojami įvairūs modeliai, tačiau darbe plačiau akcentuosime M. E. Porter „deimanto“ modelį, kurį savo moksliniame darbe išsamiai analizavo Y. G. Chen & P. Hsieh (2008). Pastarieji mokslininkai šį klasikinį modelį nežymiai pakoregavo atsižvelgdami į tai, kas yra būtina paslaugas teikiančioms įmonėms norint pasiekti konkurencinę sėkmę. Taigi yra keturių, tiesiogiai konkurencingumą lemiančių, veiksnių kompleksas: 1) veiksnių (įdėtų pastangų) sąlygos; 2) paklausos sąlygos; 3) susiję ir aptarnaujantys pramonės sektoriai bei 4) įmonės strategija, struktūra ir konkurencija (Porter, 1990). M. E. Porter (1990) teigia, kad visi šie „deimanto“

veiksniai, veikdami kartu, sukuria verslo aplinką, kurioje įmonės kuriasi bei stimuliuoja ir intensyvina konkurenciją (žr. 1 pav.).



1 pav. „Deimanto“ konkurencingumo modelis paslaugas teikiančioms organizacijoms
(Porter, 1990; Chen Hsieh, 2008)

Pirmasis iš keturių konkurencingumą tiesiogiai lemiančių faktorių – *veiksnių sąlygos* – yra suprantamos kaip materialios vertybės, tokios kaip: fizinė infrastruktūra; kapitalas; žinios, gautos iš informacinių srautų; teisinė sistema; kvalifikuoti darbuotojai. Šie veiksniai turi reikšmingą įtaką ir poveikį paslaugų kokybei, ypač tam, kaip ji yra suvokiama įmonės klientų.

Paklausos sąlygos, be jų turimos įtakos pirkimo efektyvumui ir mažesnėms klientų paieškos išlaidoms, yra glaudžiai susijusios su tuo, ar įmonės gali pereiti nuo neoriginalių, žemos kokybės produktų ir paslaugų prie konkuruojančių produktų ir paslaugų diferenciacijos. Trys pagrindiniai diferenciacijos mechanizmai yra: bendra gamyba klientams; tiesioginis kontaktas su klientu; paslaugų pritaikymas individualiam vartotojui (Chen & Hsieh, 2008, pagal Heskett, 1986; Mills, 1986; Normann, 1984).

Trečiasis faktorius – *susiję ir aptarnaujantys pramonės sektoriai*. Bendradarbiavimu pagrįsti santykiai tarp įmonių gali padėti joms sukurti papildomą vertę veiksmingai atliekant operacijas bei taikant kūrybiškas ir inovatyvias idėjas.

Galiausiai tai, kad egzistuoja *konkurencija* ir nuolatinis, paslaugas teikiančių įmonių, tarpusavio lyginimas, skatina pastarąsias nuolat gerinti savo veiklą, formuoti teikiamų paslaugų reputaciją ir įmonės ženklą. Naujų, kokybiškesnių paslaugų teikimo kelių vystymas turėtų būti esminė įmonių kompetencija.

Kauno miesto viešbučių konkurencingumą lemiantys veiksniai

Siekiant nustatyti svarbiausius Kauno miesto viešbučių konkurencingumą lemiančius veiksnius, buvo atlikta anketinė ekspertų apklausa. Tyrime dalyvauti sutiko 14 ekspertų, kurių veikla susijusi su viešbučių verslu Kauno mieste. Pagrindiniai kriterijai, į kuriuos atsižvelgiant apklausoje dalyvavusius asmenis būtų galima įvardinti kaip Kauno miesto viešbučių konkurencingumo veiksnių vertinimo ekspertus, yra:

- vertintojai turi dirbti viešbutyje, įsikūrusiame Kauno mieste;
- vertintojai turi užimti aukštas pareigas (direktoriai, padalinių vadovai).

Viešbučių atstovų atsakymai parodė, jog viešbučiams, siekiantiems būti konkurencingais, vieną svarbiausių vaidmenų atlieka **patogi viešbučio geografinė padėtis**. Šį veiksnių, kaip vieną svarbiausių, išskyrė 13 respondentų. G. Tung, T. Cheng & L. Wu (2009), savo moksliniame darbe analizavę bei tyrę Taivano viešbučių konkurencingumą lemiančius veiksnius, taipogi pastebėjo šio faktoriaus svarbą. Anot jų, vartotojai, pasirinkdami kur jiems apsistoti, pirmiausia atsižvelgia į patogų susisiekimą su svarbiausiais miesto objektais, taip pat jų siūlomas transportavimo paslaugas. R. Kinderis, L. Žalys ir I. Žalienė (2011), remdamiesi Medlick (1999), pabrėžia, kad viešbučio vieta lemia patogumą ir prieinamumą, aplinkos patrauklumą, ramybę ar priešingai. Nuo vietos priklauso netgi viešbučio vartotojų segmentas.

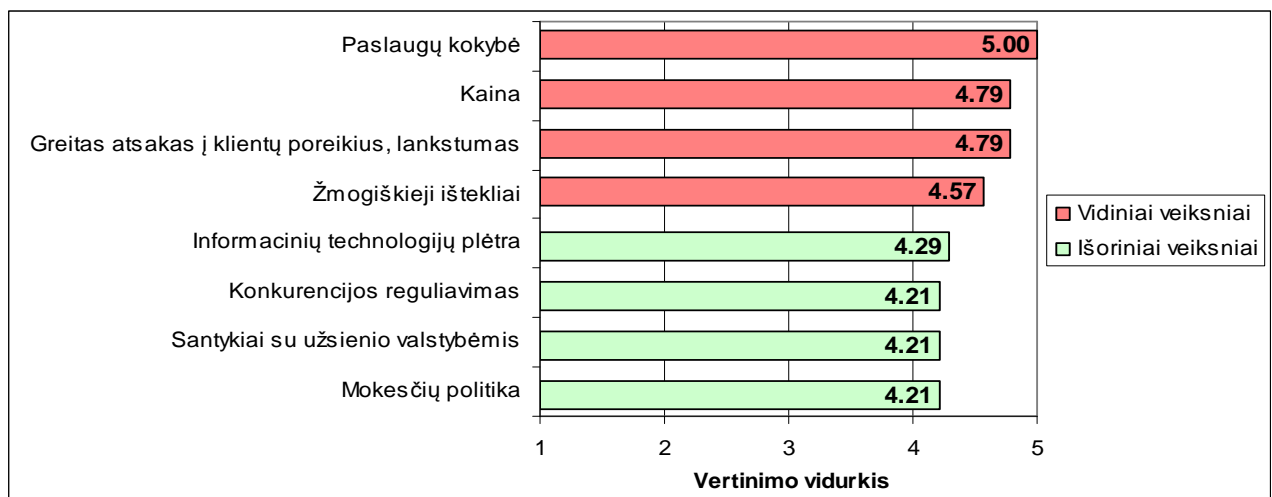
Kaina, atitinkanti teikiamų paslaugų kokybę (11 respondentų) – dar vienas veiksnys, turintis reikšmingą poveikį viešbučio užimtumui. Ji išreiškia vertę, priklausomą nuo vietos, suteiktų paslaugų ir patogumų, aptarnavimo bei suteikto pasitenkinimo visais šiais veiksniais. Vartotojai, mokėdami didesnę kainą tikisi gauti aukštesnio lygio paslaugas (Kinderis ir kt., 2011).

Mokslinėje literatūroje (Roffe, 2007; Jurevičienė ir Komarova, 2010; Beniušienė ir Svirskienė, 2008; Ioncica et al., 2007) teigiama, kad vienas pagrindinių veiksnių, lemiančių įmonių konkurencingumą yra jų turimi darbuotojai. Tam neprieštarauja ir tyrime dalyvavę respondentai – **kvalifikuotą ir paslaugų personalą** (10 respondentų) išskyrė kaip vieną svarbiausių veiksnių. D. Jurevičienė ir A. Komarova (2010), analizavusios darbuotojų konkurencingumą pažymi, jog individo turimos žinios, naudojamos darbe, didina organizacijos konkurencingumą. Darbdaviams svarbu motyvuoti savo personalą, kad jis norėtų ir galėtų savo patirtį, įgūdžius ir žinias pritaikyti profesinėje veikloje.

Be žmogiškųjų išteklių indėlio būtų neįmanoma kurti bei **palaikyti santykių su klientais** (10 respondentų) – dar vieno svarbaus veiksnio, lemiančio konkurencingumą. Anot I. Beniušienės ir G.

Svirskienės (2008), santykiai su klientu yra didžiausias įmonės turtas, leidžiantis joms išlaikyti ir padidinti pardavimus. Geri kliento ir tiekėjo santykiai gali būti apibūdinami kaip ilgaamžis pagrindas įmonės konkurencingumui.

Palyginus vidinės ir išorinės aplinkos veiksnius nustatyta, jog svarbesnę įtaką konkurencingumui turi **vidinės aplinkos** veiksniai. Vidinės aplinkos veiksnius, kitaip nei išorinius, viešbučiai daugiau ar mažiau gali patys reguliuoti sau naudinga linkme. Šie gauti rezultatai patvirtino mokslinės literatūros analizės metu padarytas (remiantis tokiais mokslininkais kaip Keršienė, 2008; Beniušienė ir Svirskienė, 2008; Roffe, 2007; Clulow et al., 2007) išvadas, jog vidinės aplinkos veiksniai (žmogiškieji ištekliai, žinios ir informacija, paslaugų kokybė, greitas atsakas į klientų poreikius) įmonės konkurencingumo formavimo procese atlieka svarbesnį vaidmenį lyginant su išorinės aplinkos veiksniais (žr. 2 pav.).



2 pav. Vidinės ir išorinės aplinkos veiksnių vertinimo vidurkiai
(čia 1 – visai nesvarbu, 2 – nesvarbu, 3 – nežinau, 4 – svarbu, 5 – labai svarbu)

Vertinant vidinių veiksnių įtaką konkurencingumui išsiaiškinta, jog svarbiausia yra viešbučio teikiamų **paslaugų kokybė** (5,00; $p=0 < 0,05$, atsakymai skiriasi statistiškai reikšmingai). R. Kinderis, L. Žalys ir I. Žalienė (2011) savo moksliniame darbe išanalizavę paslaugų kokybės modelių ypatumus, paslaugų kokybę sieja su vartotojų pasitenkinimu, vartotojų lojalumu, verte bei pakartotinu paslaugos įsigijimu. Kaip galima matyti, paslaugų kokybė pagrinde apima santykius su klientais, ką viešbučių ekspertai išskyrė kaip vieną svarbiausių veiksnių, lemiančių jų konkurencingumą.

Greitas atsakas į klientų poreikius ir lankstumas bei **kaina** taip pat turi didelę reikšmę viešbučių konkurencingumui. Šių dviejų veiksnių vienodi vidurkiai (4,79) bei standartiniai nuokrypiai (0,43) rodo, kad ekspertų nuomonės, šio veiksnio įtakos konkurencingumui atžvilgiu, sutapo.

Vertinant išorinės aplinkos veiksnių įtaką viešbučio konkurencingumui, gauti duomenys parodė, jog išorinėje aplinkoje **informacinių technologijų plėtra** (4,29) turi didžiausią įtaką viešbučių konkurencingumui. Šio veiksnio vertinimo moda lygi 4, kas rodo, jog dažniausiai ekspertai jį vertino kaip

turintį svarbią įtaką konkurencingumui. Taip pat svarbūs yra ir politinės aplinkos veiksniai. Tiksliau tariant – **santykiai su užsienio valstybėmis, konkurencijos reguliavimas** bei **mokesčių politika**. Visų šių veiksnių vertinimo vidurkis lygus 4,21. Šiuos išorinės aplinkos veiksnius būtų galima apibrėžti kaip pagrindinius išryškėjusius skirtumus, lyginant su kitų autorių atliktais tyrimais, kuriuose visas dėmesys sutelktas į vidinės aplinkos veiksnius, tokius kaip viešbučio įvaizdis, kategorija, turtas, ženklas, paslaugų diferenciacija ir kt.

Taigi atliktas tyrimas leido nustatyti, jog viešbučių konkurencingumą Kauno mieste labiausiai lemia patogi geografinė padėtis. Taip pat gauti duomenys patvirtino mokslininkų prietas išvadas, jog įmonių konkurencingumo formavimo procese svarbesnę įtaką atlieka vidiniai konkurencingumo veiksniai, nei kad išorinės aplinkos veiksniai. Svarbiausi vidinės aplinkos veiksniai yra: paslaugų kokybė, greitas atsakas į klientų poreikius ir lankstumas bei kaina. Svarbiausi išorinės aplinkos veiksniai yra: informacinių technologijų plėtra bei trys politinės aplinkos veiksniai: santykiai su užsienio valstybėmis, konkurencijos reguliavimas bei mokesčių politika.

Išvados

1. Konkurencingumas suprantamas kaip gebėjimas pritraukti ir išlaikyti vartotojus, parduoti paslaugas efektyviau nei tai daro konkurentai. Šis gebėjimas priklauso nuo kompleksiška veikiančių išorinės aplinkos bei įmonės turimų vidinių veiksnių. Konkurencingumo svarba viešbučiams pirmiausia apibrėžiama gebėjimu sukurti šalies, kaip turistų pasirinkto kelionės tikslo, įvaizdį. Žmonių noras keliauti kurs paklausą viešbučiams, leis pastariesiems sustiprinti stipriąsias bei pagerinti silpnąsias sritis, taipogi suformuluoti tokias verslo strategijas, kurios padėtų išlaikyti konkurencingą poziciją.
2. Įmonių konkurencingumą lemiantys veiksniai yra skirstomi į dvi pagrindines grupes: vidinės ir išorinės aplinkos veiksniai. Nustatyta, jog įmonių konkurencingumą labiau lemia vidiniai negu išoriniai konkurencingumo veiksniai. Vidiniai veiksniai grupuojami į „minkštuosius“, „kietuosius“ veiksnius ir aplinką, kuri dvi pirmąsias grupes susieja į bendrą visumą.
3. Viešbučių konkurencingumą Kauno mieste labiausiai lemia patogi geografinė padėtis bei kaina, atitinkanti teikiamų paslaugų kokybę. Konkurencingumui svarbesnę įtaką turi vidinės aplinkos veiksniai: paslaugų kokybė, greitas atsakas į vartotojų poreikius bei kaina. Kaip to priežastis buvo įvardijami žmogiškieji išteklių: viešbučio personalo dėmesys, kurį gauna vartotojas, greita reakcija ir pagalba iškilus įvairiems klausimams skatina lojalumą, gerus įvertinimus ir tiesiogiai lemia paslaugos pardavimą.

Literatūros sąrašas

1. Beniušienė I., Svirskienė G. (2008). Konkurencingumas: teorinis aspektas. *Ekonomika ir vadyba: aktualijos ir perspektyvos*. 4 (18), 32-40
2. Bracey, G. (2007). What is Competitiveness? [interaktyvus]. [žiūrėta 2012-09-23]. Prieiga internetu: http://www.huffingtonpost.com/geraldbracey/what-is-competitiveness_b_77532.html
3. Chen, Y. G., Hsieh, P. (2008). A Service-based View of Porter's Model of Competitive Advantage. *International Journal of Management*. 25 (1), 39-46.
4. Clucow V., Barry C., Gerstman J. (2007). The resource-based view and value: the customer-based view of the firm. *Journal of European Industrial Training*. 31 (1), 19-35.
5. Ginevičius R., Krivka A. (2010). Įmonės integruotos konkurencijos strategijos modelis oligopolinėje rinkoje. *Verslas: teorija ir praktika*. 11 (2), 87-95.
6. Ioncica M., Tala M., Brindusoiu C., Ioncica D. (2007). The factors of competitiveness in the hospitality industry and the competitive strategy of firms. *Annals of University of Oradea, Economic Science Series*, 212-217.
7. Jurevičienė D., Komarova A. (2010). Darbuotojo konkurencingumo vertinimo teoriniai aspektai. *Verslas: teorija ir praktika*. 11 (2), 124-133.
8. Keršienė, R. (2009). Konkurencingumo išsaugojimo veiksniai globalizacijos sąlygomis. *Ekonomika ir vadyba*. 14, 819-824.
9. Kinderis R., Žalys L., Žalienė I. (2011). Paslaugų kokybės vertinimas viešbučių versle. *Ekonomika ir vadyba: aktualijos ir perspektyvos*. 1 (21), 86-100.
10. Liučvaitienė A., Peleckis K. (2011). Šiuolaikinio verslo konkurencingumo formavimo ir vertinimo teoriniai modeliai ir jų taikymo galimybės. *Contemporary issues in business, management and education*. 15, 195-210.
11. Mihalič T., Konečnik M. (2000). Slovenian Hotel Industry Competitiveness Before and After EU Entry. 537-556.
12. Porter M. E. (2008). On competition. *Harvard Business Review*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2012-10-09] Prieiga internetu: http://books.google.lt/books?id=zNmOfV1XugC&printsec=frontcover&dq=on+competition&hl=lt&ei=ULpBTbeyBozrOc6OzZMC&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=1&ved=0CCgQ6AEwAA#v=onepage&q&f=false
13. Porter M. E. (1990). The Competitive Advantage of Nations. *Harvard Business Review*. March-April, 73-93.
14. Rinkauskaitė K. (2007). Įmonės konkurencingumas ir jo didinimo veiksniai. [interaktyvus]. [žiūrėta 2012-09-27] Prieiga internetu: http://www.lzuu.lt/jaunasis_mokslininkas/smk_2007/vadyba/Rinkauskaite_Kristina.pdf
15. Roffe I. (2007). Competitive strategy and influences on e-learning in entrepreneur-led SMEs. *Journal of European Industrial Training*. 31 (6), 416-434.
16. Salazar A. L., Soto R. C., Mosqueda R. E. (2012). The Impact of Financial Decisions and Strategy on Small Business Competitiveness. *Global Business Review*. 6 (2) 93-103.
17. Sancharan R. (2011). Competitiveness in Service Sector: A Case of Hotel Industry in India. *Global Business Review*. 12 (1), 51-69.
18. Simanavičienė Ž., Šimberova I., Bruneckienė J. (2007). Regionų konkurencingumo vertinimo teoriniai aspektai. *Ekonomika*. 77, 68-81.
19. Tung G., Cheng T., Wu L. (2009). The Measurement of Competitiveness of International Tourist Hotels in Taiwan. *The Journal of International Management Studies*. 4 (2), 41-49.
20. Taiwan. *The Journal of International Management Studies*. 4 (2), 41-49.

-
21. Tsai H., Song H., Wong Kevin K. F. (2008). Tourism and Hotel Competitiveness Research. *Journal of Travel and Tourism Marketing*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2012-10-09] Prieiga internetu: <http://repository.lib.polyu.edu.hk/jspui/bitstream/10397/2584/1/4-tourism-hotel-competitiveness.pdf>

ORGANIZACIJOS MOKYMOŠI ASPEKTAI VIEŠBUTYJE

Karpis V., Jasinskas E.

Lietuvos Sporto Universitetas

Anotacija. Straipsnyje analizuojama organizacijos mokymosi aspektai viešbutyje. Glaustai aptariama organizacijos ir jos mokymosi sampratos. Šalyje egzistuoja daugybė viešbučių, jų yra įvairiausių. Vienas iš sėkmingų viešbučio veikimo aspektų yra jo mokymasis. Sėkmingas viešbučio mokymasis, gali būti sėkmės garantas rinkoje. Siekiant nustatyti mokymosi aspektus viešbutyje, buvo atliktas pilotinis žvalgybinis tyrimas, siekiant nustatyti organizacijos mokymosi aspektus Sfinkso” ir “Perkūno namų” viešbučiuose.

Įvadas

Problema - Kokie yra viešbučio mokymosi aspektai?

Straipsnio tikslas - Nustatyti organizacijos mokymosi aspektus viešbutyje.

Siekiant šio tikslo iškelti **uždaviniai**:

1. Išanalizuoti organizacijos mokymosi charakteristikas mokymosi procesus.
2. Nustatyti svarbiausius veiksnius lemiančius viešbučių mokymosi aspektus.
3. Išanalizuoti “Sfinkso” ir “Perkūno namų” viešbučių mokymosi aspektus.

Straipsnio objektas - Viešbučių mokymosi aspektai.

Naudoti metodai. Mokslinės literatūros analizė, anketinė apklausa, aprašomoji statistinė analizė.

Organizacijos mokymosi samprata ir esmė

Besimokančia organizacija, kaip tyrimo objektą yra pasirinkęs ne vienas mokslininkas, jie pateikia skirtingą besimokančios organizacijos sampratą. Chen (2005) besimokančios organizacijos sampratą sieja su organizacijoje nuolat koreguojamomis ir praturtinamomis žiniomis, bei prisitaikymu prie išorės ir vidaus veiksnių, o šio mokymosi tikslas konkurencingumo rinkoje didinimas. Tuo tarpu Rose et al. (2009) organizacijos mokymąsi pirmiausiai sieja su darbuotojų požiūriu į darbą, bei darbuotoju pasitenkinimu darbu. Minėto mokslininko numonę labai svarbu, kartu mokytis su komandos nariais, atlikti tam tikras užduotis, tik tokiu būdu tobulės tiek pats darbuotojas, tiek pati organizacija, kaups žinias, įmonė bus konkurencinga rinkoje.

Iš šių mokslininkų organizacijos mokymosi sampratos galime matyti, kad yra dvi mokymosi dimensijos: individualus mokymasis (darbuotojo atskirai) ir organizacijos mokymasis (mokymasis su kitais darbuotojais).

Taip pat Hakanen et al. (2008) teigia jog, geras darbuotojų individualus darbas ir asmenine iniciatyva, nulemia spartesnę organizacinę mokymąsi. Nuo darbuotojų noro priimti naujoves darbe, priklauso organizacijos efektyvus darbas.

Organizacijos mokymosi sampratą nagrinėja įvairių šalių mokslininkai, nagrinėja įvairiai. Tam, kad organizacinio mokymosi apibrėžimas būtų kuo tikslesnis, pasitelkiama autorių požiūriai į organizacinę mokymąsi (žr. 1 lentelė).

1 lentelė. Organizacijos mokymosi sąvokos pagal, Hengfu Wen (2014), Garvin et al. (2008), Johnston and Bate, (2013), Kearney & Skerritt (2012), Law and Ngai, (2008)

Autorius, (metai)	Organizacijos mokymosi sąvokos	Aspektai		
		Aplinkos pokyčiai	Naujos žinios	Darbuotojai
Hengfu Wen (2014)	Organizacijos mokymasis - tai procesas kurio metu organizacija, prisitaiko prie aplinkos pokyčių ir į juos tinkamai reaguoja. Prisitaikymas prie aplinkos yra labai naudingas, tada organizacija gali vadinti save "gyva" organizacija.	+		
Garvin et al. (2008)	Organizacijos mokymasis tai "vieta" kur darbuotojai gali tobulėti, kurti, įgyti, ir perduoti žinias. Jis išskiria tris aspektus: palanki mokymosi aplinka, mokymosi procesai ir praktika, vadovavimo elgesys. Palanki mokymosi aplinka atsiranda, tada kai organizacija užtikrina psichologinį saugumą darbuotojams, įvertina darbuotojų pastangas, naujas idėjas. Tai leidžia darbuotojams geriau įsiliesti į patį organizacinio mokymosi procesą. Vadovavimo elgesys jis sustiprina mokymosi procesą, geras vadovas skatina darbuotojus efektyvesniam darbui, juos išklauso.	+	+	+
Johnston and Bate, (2013)	Organizacijos mokymosi procese, organizacijos prioritetą yra darbuotojai, bei jų gebėjimas kaupti naujas žinias. Taipogi yra išskiriama naujos idėjos, padedančios organizacijai mokytis, tobulėti, kaupti žinias, jomis dalintis. Besimokanti organizacija turi būti konkurencinga visose sektoriuose.		+	+
Kearney and Skerritt (2012)	Organizacijos mokymasis – tai procesas, kuris skatina darbuotojus kaupti naujas žinias. Tokia organizacija turi gebėti kritiškai ir kūrybiškai mąstyti. Autoriai teigia, jog mokymasis yra ilgalaikis procesas, besimokanti organizacija turi turėti nustatytus tikslus, žinoti ko siekia. Besimokančioje organizacijoje darbuotojai bendrauja kaip lygus su lygiais, dirba kūrybingai, yra aktyvus, teikia naujas idėjas, žinias, dirba organizacijos labui.		+	+
Law & Ngai, (2008)	Organizacijos mokymasis - tai žinių dalijimasis, nes tai svarbus mokymosi veiksnys, kurias lemia visa organizacijos tobulėjimą. Tuomet aktyviau vykdomi verslo procesai, kyla organizacijos produktų ar paslaugų pasiūla.		+	

Palyginus keletą organizacijos apibrėžimų galima teigti, jog organizacinis mokymasis yra susijęs su žiniomis, jų kaupimu. Taipogi, ši sąvoka susijusi su darbuotojais, kurie dirba organizacijoje,

informacijos sklaida, žinių kaupimu taip pat tobulėjimu. Organizacinis mokymasis taipogi susijęs su problemomis ir jų identifikavimu. Besimokančios organizacijos stengiasi spręsti problemas kartu, operatyviai, efektyviai.

Organizacijos mokymasis yra neatsiejamas nuo žinių valdymo. Žinių valdymas yra svarbus veiksnys organizacijoms kurios nori mokytis, kaupti žinias ir pritaikyti jas praktiškai. Svarbu apibrėžti žinių valdymo sąvoką. Žinių valdymas gali būti apibrėžtas įvairiais būdais. Gao et al. (2002) identifiko žinių vadybą, kaip procesą reikalingą, kad būtų galima tikslingai pradėti kokį nors veiksmą. Tuo tarpu Sun (2010) pripažino, jog žinių vadyba yra kaip procesas, kuris skatina nuolatinį organizacijos augimą. Kai kuriais atvejais žinių valdymas dar yra vadinamas technine platforma, kuri yra naudojama siekiant išsaugoti ar pristatyti žinias. Lastres (2011) (cit. Turner, Zimmerman, Allen 2012) apibrėžia žinių valdymą kaip "didėjančią organizacijų", kolektyvinę išmintį, kuriant sistemas ir įvairius procesus, kad palengvintų identifikavimą. Tačiau King et al. (2008) (Muniz, Batista Jr & Loureiro (2010) teigia, jog žinių valdymas skatina inovacijas ir nuolatinį tobulėjimą naudojant jau turimas žinias. Toks žinių kaupimas skatina profesinį tobulėjimą skatina kurti, tobulėti.

Lopez-Nicolas and Merono-Cerdan, (2011) mano jog, organizacijos, kurios mokosi, turi turėti aiškią žinių kaupimo struktūrą. Aiškios struktūros nebuvimas apsunkina tokių organizacijų darbą. Todėl organizacijos turi turėti veiksmingą žinių kaupimo strategiją, skatinti darbuotojus dalintis žiniomis savo darbo aplinkoje. Lloria, (2007) atkreipia dėmesį į organizacijos struktūrą, teigdama jog, tai dinamiškas ir besikeičiantis mokymosi veiksnys. Organizacijos struktūra laikui bėgant gali keistis. Tačiau darbuotojai visados privalo stengtis įgyti naujų žinių, kurti naujas.

Sakalas and Venskus (2007) teigia, jog pagrindinis organizacijų, kurios mokosi bruožas yra organizacinių struktūrų lankstumas ir gebėjimas prisitaikyti prie kintančios aplinkos.

Viešbučių mokymosi aspektai

Turizmas yra didžiulė verslo rinka, kurioje konkuruoti yra labai sunku. Viena iš tokių rinkų yra viešbučių verslas, kuris yra labai svarbus turizme. Žmonės mėgsta keliauti, aplankyti naujas, nematytas šalis ar vietas. Keliautojai iš kitų šalių pirmiausiai rūpinasi savo būstu kitoje šalyje, vietoje ar regione. Dažniausiai keliautojai renkasi viešbučius. Viešbutis yra ta vieta, kurioje keliautojas gali patirti pirmuosius įspūdžius naujoje vietoje. Taigi viešbutis turi sutikti svečių kuo geriau, prie to prisideda viešbučio darbuotojai.

Evetts (2003) (cit. Burgess 2011) teigia, jog viešbučiai turi skatinti didesnę profesionalumą, nes tai sukelia padidėję įgūdžiai ir tuo pačiu didėja materialinė nauda. Didinant viešbučio profesionalumą galima mokytis efektyviau, nes tada mokymosi procesai vyksta greičiau. Tačiau kitas autorius Asree et al. (2010) mano, kad didesnes kompetencijas ir įgūdžiai su žiniomis gali turėti tiesioginį poveikį pajamoms ir

pelnei. Iš šių teiginių galima suprastu jog mokymasis viešbučiuose yra gana aktualus, nes mokymasis leidžia siekti geresnių rezultatų rinkoje.

Norint viešbučiui sėkmingai mokytis reikia išskirti darbuotojų mokymo tipus, kurie leis geriau suprasti kaip organizacija mokosi. Darbuotojų mokymo tipus išskiria autorius Forster (2000) (cit. Causin, Ayoun & Moreo 2011):

- Tarpkultūrinė komunikacija (efektyviai bendrauti įvairiomis kalbomis su įvairiais žmonėmis)
- Verslas ir kultūra (Suprasti kaip kultūra įtakoja verslą)
- Tarpkultūrinis komandos formavimas (darbas su įvairių arba kitų kultūrų atstovais vienoje komandoje)
- Kultūros įvairovės mokymas (Suprasti įvairių kultūrų poveikį darbe)

Autorius pateikia darbuotojų mokymosi tipus, kurie leidžia suprasti jog viešbučių darbuotojų mokymo tipai yra įvairūs ir apima tiek komunikaciją, tiek verslą su kultūra, bei komandos formavimą, su kultūrų mokymu. Šie mokymosi tipai besimokančių viešbučių darbuotojams, leidžia tobulėti, pavyzdžiui bendrauti įvairiomis kalbomis, ar dirbti su kitų kultūrų atstovais vienoje komandoje. Tokie dalykai kelia ne tik pačių darbuotojų darbo lygį, tačiau ir visos besimokančio viešbučio lygį.

Apibendrinant galima teigti, kad viešbučių mokymosi aspektai yra susiję su sėkmingu žinių valdymu, nustatytais tikslais, strategija, bei geru darbuotojų darbu. Norint sėkmingai mokytis šie aspektai yra neišvengiami, geras žinių valdymas viešbutyje leidžia kaupti žinias jas naudoti praktikoje, konkuruoti su kitais viešbučiais. Taipogi, vienas iš svarbiausių mokymosi ypatumų viešbutyje yra geras darbuotojų darbas. Sėkmingai motyvuojant darbuotojus, gerėja visas viešbučio darbas, mokymosi procesas vyksta greičiau.

Tyrimo metodika ir organizavimas

Darbo objektas – Viešbučių mokymosi aspektai.

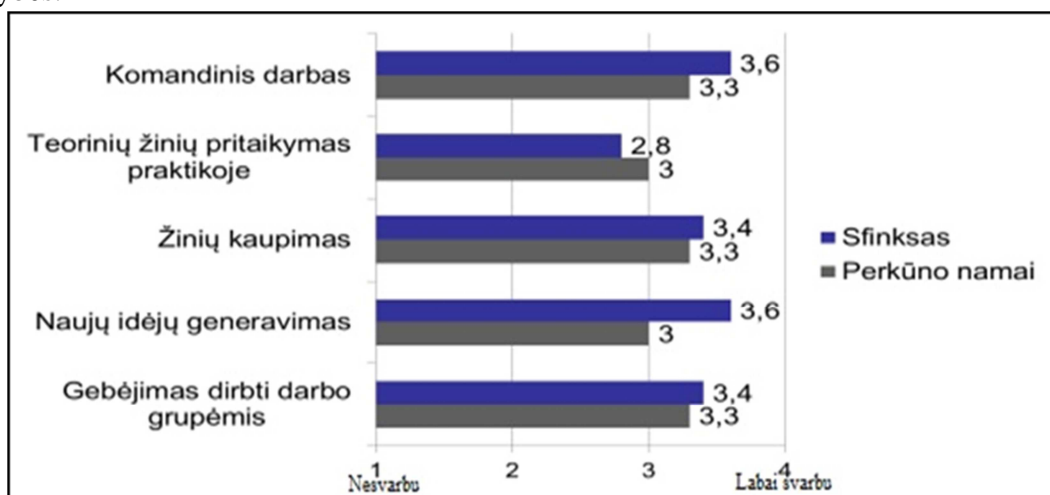
Tyrimo įgyvendinimui pasirinkti du keturių žvaigždučių viešbučiai “Sfinksas” ir “Perkūno namai”. Šio tyrimo tikslas yra išsiaiškinti šių viešbučių mokymosi aspektus. Šie viešbučiai yra miesto centre, taip pat šie pasirinkti viešbučiai yra palankioje geografinėje padėtyje, todėl sulaukia daug svečių. “Sfinkso” viešbutyje dirba daugybė kvalifikuotų darbuotojų, kurie teikia įvairias paslaugas. Viešbutis “Perkūno namai” įsikūręs Ažuolyne, išskirtinės architektūros viešbutis sulaukia daug svečių ne tik iš Lietuvos, tačiau ir iš užsienio.

Viešbučių mokymosi aspektams nustatyti buvo naudojama anketinė apklausa. Ši apklausa pasirinkta siekiant išsaugoti respondentų privatumą, bei apklausos skaidrumą, taip pat geresniam, bei tikslesniems rezultatų susumavimui bei įvertinimui. Anketų duomenys buvo sisteminami Microsoft Exel programa, kuomet gauti anketų duomenys suvedami į diagramas, išvedami vidurkiai.

Šis tyrimas yra pilotinis žvalgybinis, išvados yra taikomos respondentų imčiai apžvelgti. Anketinė apklausa buvo vykdoma viešbučiuose “Sfinksas” ir “Perkūno namai”. Šiose viešbučiuose buvo apklausiami darbuotojai. Viešbučių mokymosi aspektus sutiko vertinti 5 “Sfinkso” darbuotojai, bei 3 “Perkūno namų” darbuotojai.

Organizacijos mokymosi aspektai viešbutyje buvo naudojamas kiekybinis tyrimas. Pirmiausiai, 2013 metų gegužės mėnesį buvo vykdoma anketinė apklausa, pateikiant anketas respondentams. Anketa buvo siekiama išsiaiškinti organizacijos mokymosi aspektus viešbučiuose. Anketa buvo suformuluota iš dviejų klausimų grupių bendros informacijos apie respondentą ir atskleidžiančios problematiką. Anketa sudarė uždari klausimai, kadangi reikalingas objektyvus respondentų vertinimas. Antroje klausimyno dalyje respondentai turėjo įvertinti mokymosi ypatumus, bei mokymosi veiksnius pagal Likerto skalę.

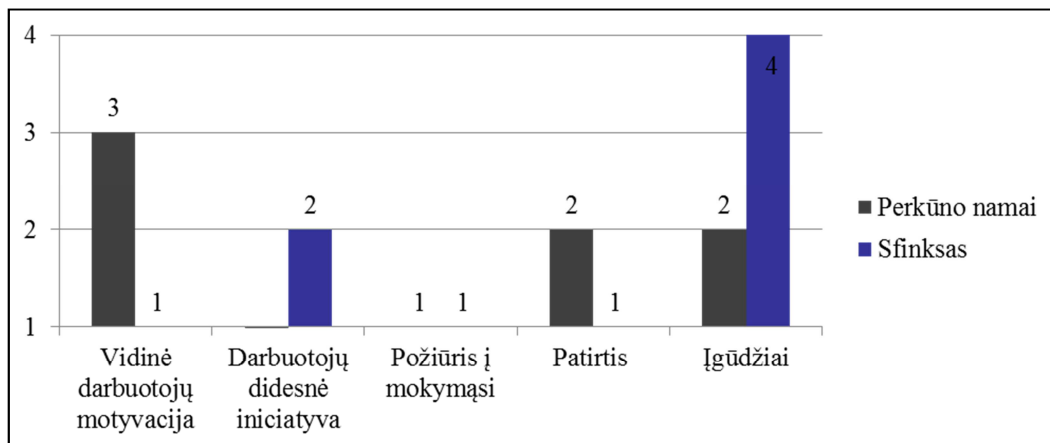
Respondentų skaičius apėmė “Sfinkso” ir “Perkūno namų” viešbučių darbuotojus. Bendras visų respondentų skaičius – 8. Perkūno namuose buvo apklaustos 2 – administratorės, 1 – apgyvendinimo vadovė, o Sfinkso viešbutyje 1 – administratorė, 1 – administratorius, 1 – buhalterė, 1 – barmenė, 1 – barmenas. Lyginant šiuos viešbučius galima teigti, jog apklaustųjų pareigybės yra panašios, skiriasi, tik kelios pareigybės.



1 pav. Svarbiausi mokymosi aspektų vertinimo vidurkiai

Respondentai įvertino svarbiausius mokymosi aspektus (žr. 1 pav.), kai 1 nesvarbu, o 4 labai svarbu. Buvo svarbu įvertinti svarbiausius mokymosi aspektus viešbučiuose, kadangi tai leidžia išsiaiškinti, kurie mokymosi aspektai yra svarbiausi. Respondentų paprašius įvertinti svarbiausius mokymosi aspektus, nuomonės abiejų viešbučių darbuotojų per daug nesiskyrė. Perkūno namų darbuotojai svarbiausius kriterijus išskyrė, gebėjimą dirbti grupėmis vidurkis (3,3) bei komandinį darbą (3,3). Sfinkso darbuotojai išskyrė gebėjimą dirbti grupėmis vidurkis (3,4) bei naujų idėjų generavimą. Lyginant šių dviejų viešbučių respondentų atsakymus galima teigti, jog didžiausią dėmesį darbuotojai skiria komandiniam darbui ir naujų idėjų generavimui.

Taip pat tirti darbuotojų sėkmingus mokymosi veiksniai (žr. 2 pav.). Lyginant Sfinkso ir Perkūno namų viešbučių respondentų atsakymus, labiausiai išsiskyrė du aspektai. Sfinkso viešbučio respondentai išskyrė darbuotojų įgūdžius (4), tuo tarpu Perkūno namų respondentai išskyrė vidinę motyvaciją (3). Mažiausią dėmesį respondentai skyrė požiūriui į mokymąsi.



2 pav. Darbuotojų sėkmingi mokymosi veiksniai

Causin, Ayoun & Moreo (2011) savo tyrime parodė tai, jog viešbučių darbuotojai privalo turėti gerus darbo įgūdžius, bei gerą psichologinį pasirengimą, tai pagrindiniai faktoriai lemiantys sėkmingą organizacijos mokymąsi. Taip pat bendras tikslų siekimas bei, gera darbo aplinka prisideda prie gerų organizacijos rezultatų. Autoriai nustatė, tai jog svarbu atkreipti dėmesį į tarptautinius santykius su kitais viešbučiais, taip mokosi bei tobulėja, tiek pats viešbutis, tiek patys darbuotojai, kurie dirba tarptautinėse komandose, kaupia naujas žinias, įgyja naujos darbo patirties.

Burgess (2011) savo tyrimu atskleidė, kad reikia stiprinti darbuotojų priėmimo sistemą. Darbuotojai turi norėti mokytis, norėdami dirbti viešbutyje, tai svarbus kriterijus norint sėkmingai vykdyti užsibrėžtus tikslus viešbučiui. Viešbutis turi nusistatyti tam tikras vertybes, kuriomis vadovausis. Darbuotojai turi susipažinti su mokymosi esme, bei turėti mokymosi tikslus.

Lyginant autorių tyrimus, bei „Sfinkso“ ir „Perkūno namų“ viešbučių atliktą tyrimą išaiškėjo keli skirtumai. Autorių tyrimuose išaiškėjo nauji mokymosi niuansai tokie kaip, geras darbuotojų psichologinis pasirengimas, bendravimas su tarptautiniais partneriais, taipogi paaiškėjo, jog turi vykti efektyvesnė darbuotojų priėmimo tvarka. Norint priimti tuos darbuotojus, kurie padėtų mokytis, tobulėti viešbučiui.

„Sfinkso“ ir „Perkūno namų“ viešbučių atliktas tyrimas parodė, jog šiuose viešbučiuose mokymasis yra svarbus. Tyrimas atskleidė svarbiausius mokymosi aspektus, kurie yra naujų idėjų generavimas, žinių kaupimas, komandinis darbas, tai svarbūs aspektai, galima teigti, jog abu viešbučiai yra besimokantys, kaupiantys žinias.

Išvados

1. Organizacijos sampratą analizuoja daugybė autorių. Nėra vieningos sampratos, nes mokslininkai pateikia skirtingas sampratas. Tačiau sutariama dėl to, jog organizacijos mokymasis yra neatsiejamas nuo žinių kaupimo, jų dalijimosi, bei panaudojimo. Besimokančios organizacijos turi generuoti naujas žinias, jas kurti, tik tokiu atveju jos galės vadintis besimokančiomis.
2. Svarbiausi veiksniai lemiantys viešbučių mokymosi ypatumus yra ne tik žinių kaupimas, tačiau ir naujų žinių kūrimas, bei jų panaudojimas praktikoje, tai svarbūs aspektai, nes besimokantys viešbučiai turi gebėti, reaguoti į rinkos pokyčius tinkamai. Taipogi, svarbu atkreipti dėmesį į viešbučių darbuotojus. Jie yra svarbi viešbučių dalis norint organizacijai mokytis. Tinkamai motyvuojant darbuotojus gerėja, ne tik viešbučio mikroklimatas, tačiau ir organizacijos mokymasis.
3. Tyrimo rezultatai parodė tai, jog „Sfinkso“ bei „Perkūno namų“ darbuotojai yra linkę mokytis ir kaupti žinias. Tyrimas atskleidė, jog šių viešbučių darbuotojai, ne tik kaupia naujas žinias, stengiasi mokytis, bet ir dirba komandinį darbą, siekia ne tik savo, bet ir organizacijos tikslų. Tačiau paaiškėjo ir tobulintinų mokymosi aspektų, nes viešbučių darbuotojai neišnaudoja visų mokymosi galimybių. Tai lemia keli faktoriai, pirmasis tai, jog darbuotojai nepakankamai ilgai dirba viešbučių sferoje. Antra tai, jog darbuotojams trūksta darbo patirties.

Literatūros sąrašas

1. Asree, S., Zain, M., Razall, M. (2010). Influence of leadership: competency and organizational culture on responsiveness and performance of firms. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 22 No. 4, pp. 500-16.
2. Burgess, C. (2011). Are hotel managers becoming more professional: the case of hotel financial controllers? *International Journal of Contemporary Hospitality Management* Vol. 23 No. 5, pp. 681-695.
3. Causin, G, F. Ayoun, B., Moreo, P. (2011). Expatriation in the hotel industry An exploratory study of management skills and cultural training. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. Vol. 23 No. 7, pp. 885-901
4. Chen, G. (2005). An organisational learning model based on western and Chinese management thoughts and practices. *Management Decision*, Vol. 43 No. 4, pp. 479-500
5. Gao, F., Li, M., Nakamori, Y. (2002). Systems thinking on knowledge and its management: systems methodology for knowledge management. *Journal of Knowledge Management*, Vol. 6 No. 1, pp. 7-17.
6. Garvin, D. A, Edmondson, A. C., & Gino, F. (2008). Is yours a learning organization?. *Harvard Business Review*, March, 109–116

-
7. Hakanen, J.J., Perhoniemi, R. and Toppinen-Tanner, S. (2008), "Positive gain spirals at work: from job resources to work engagement, personal initiative and work-unit innovativeness", *Journal of Vocational Behavior*, Vol. 73 No. 1, pp. 78-91.
 8. Hengfu, W., (2014), "The nature, characteristics and ten strategies of learning organization", *International Journal of Educational Management*, Vol. 28 No. 3, pp 289-298
 9. Johnston, R.E. and Bate, J.D. (2013), *The Power of Strategy Innovation: A New Way of Linking Creativity and Strategic Planning to Discover Great Business Opportunities*, Amacom, New York, NY.
 10. Kearney, J., Skerritt, O.Z. (2012), "From learning organization to learning community", *The Learning Organization*, Vol. 19 No. 5, pp 400-413
 11. Law, C.H. and Ngai, E.T. (2008), "An empirical study of the effects of knowledge sharing and learning behaviors on firm performance", *Expert Systems with Applications*, Vol. 34 No. 4, pp. 2342-9.
 12. Lopez-Nicolas, C. and Merono-Cerdan, A.L. (2011), "Strategic knowledge management, innovation and performance", *International Journal of Information Management*, Vol. 31 No. 6, pp. 502-509.
 13. Lloria, M.B. (2007), "Differentiation in knowledge-creating organizations", *International Journal of Manpower*, Vol. 28 No. 8, pp. 674-93.
 14. Muniz, J. Batista Jr. E,D, Loureiro, G. (2010). Knowledge-based integrated production management model. *Journal of Knowledge Management* VOL. 14 NO. 6, pp. 858-871. ISSN 1367-3270
 15. Rose, R.C., Kumar, N., Pak, O.G. (2009). The effect of organizational learning on organizational commitment, job satisfaction and work performance. *The Journal of Applied Business Research*, Vol. 25 No. 6, pp. 55-65.
 16. Sakalas, A. and Venskus, R. (2007), "Interaction of learning organization and organizational structure", *Engineering Economics*, Vol. 3 No. 53, pp. 65-70.
 17. Sun, P.Y.T. and Anderson, M.H. (2010), "An examination of the relationship between absorptive capacity and organisational learning and a proposed integration", *International Journal of Management Reviews*, Vol. 12 No. 2, pp. 130-50.
 18. Turner, J, R. Zimmerman, T. Allen, J, M. (2012). Teams as a sub-process for knowledge management. *Journal of Knowledge Management* VOL. 16 NO. 6 2012, pp. 963-977, ISSN 1367-3270.

TAMSIOJO TURIZMO PASIRINKIMO MOTYVACINIAI VEIKSNIAI

Klapatauskaitė S., Navickienė R.

Lietuvos sporto universitetas

Anotacija. Tamsusis turizmas, kaip alternatyvi turizmo rūšis, tampa vis populiariesniu keliavimo tikslu. Tamsusis turizmas mokslininkų suprantamas nevienareikšmiškai, todėl jis klasifikuojamas ne tik pagal lankomus objektus, bet ir pagal sukeltas emocijas nuo juodojo iki šviesiai pilko. Terminą "tamsusis turizmas" pirmą kartą panaudojo ir apibrėžė XX a. profesoriai J. Lennon ir M. Foley. Jie akcentavo, kad tamsusis turizmas – tai kelionės veiksmas, kurio metu lankomos vietos, dalyvaujama pramogose - renginiuose ar parodose, kurios vienaip ar kitaip susijusios su mirties, kančios tematika ar

kitais makabriškais reiškiniais. Mokslininkus domina klausimas, kokie motyvaciniai veiksniai skatina turizmo paslaugų vartotojus pasirinkti šią alternatyvią turizmo formą, todėl šiame straipsnyje analizuojama ne tik tamsiojo turizmo samprata, jo klasifikavimas, bet ir motyvaciniai veiksniai skatinantys keliauti lankant į tamsiojo turizmo objektus.

Temos aktualumas. Pasaulinės turizmo plėtros tendencijos vis labiau akcentuoja naujų turizmo rūšių paiešką, kurios būtų draugiškos aplinkai, atspindėtų darnaus vystymosi principus, nebūtų masinio pobūdžio ir suteiktų kitokių keliavimo bei pažinimo perspektyvų. Viena iš tokių galimybių – alternatyvaus turizmo plėtra. Reaguodama į turizmo sektoriaus pokyčius Europos Sąjunga aktyviai remia alternatyvų turizmą - sparčiai besivystančią turizmo sektoriaus sritį, savyje talpinančią stipriausius Europos privalumus regionų gamtinę įvairovę ir gausius kultūrinius išteklius (Kinderis, 2010). Šiandien vienas iš labiausiai pastebimų alternatyvaus turizmo pokyčių - tai naujos turizmo formos. Tamsusis turizmas (*angl.* dark tourism), kaip alternatyvaus turizmo forma vis plačiau nagrinėjama užsienio autorių (Stone & Sharpley 2008; Lennon & Foley 2000; Kendle 2008 ir kt.)

Darbo probleminis klausimas: kokie veiksniai motyvuoja turizmo paslaugų klientus rinktis tamsiojo turizmo paslaugas?

Darbo tikslas – išsiaiškinti tamsiojo turizmo pasirinkimo motyvacinius veiksnius.

Norint pasiekti užsibrėžtą tikslą buvo išsikelti du **uždaviniai:** išsiaiškinti tamsiojo turizmo vystymosi genezę bei identifikuoti tamsiojo turizmo pasirinkimo motyvacinius veiksnius.

Tyrimo metodas – mokslinės literatūros analizė.

Tamsiojo turizmo genezė

Žmonės keliauja dėl įvairių priežasčių, lanko ir domisi skirtingais turistiniais objektais, ne išimtis ir koncentracijos stovyklos, katastrofų nusiaubtos vietos, kapinės ar lūšnynai. Toks keliavimo būdas šiandien yra vadinamas “tamsusis” turizmas. Vis daugiau žmonių įsitraukia į tamsųjį turizmą net ir nenorėdami būti jo dalimi, tačiau šio turizmo rūšies spektras yra platus ir išlieka nemaža tikimybė būti tamsiuoju turistu to nesuvokiant (Kendle, 2008).

Pasak "Tamsiojo turizmo forumo" (2005), vadovaujamo Centrinio Lankašyro universiteto, sąvoka "tamsusis turizmas" pirmą kartą buvo panaudota 1990-ųjų viduryje profesorių John Lennon ir Malcolm Foley iš Glazgo Kaledonijos universiteto (Stone, 2005).

Ankstyvuosius tamsiojo turizmo pavyzdžius galima rasti jau net Romos imperijos laikais. Gladiatorių kovos pritraukdavo labai daug žiūrovų, todėl Romos Koliziejus gali būti laikomas viena iš pirmųjų tamsaus turizmo lankytinų vietų. Kitos pirmtakės gali būti laikomos viešųjų egzekucijų įvykdymo vietos nuo viduramžių laikotarpio iki XIX a. Galima sakyti, kad net tariamoji pirmoji

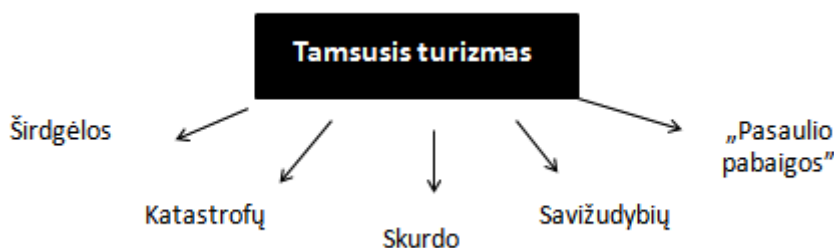
ekskursija Anglijoje buvo „tamsaus“ pobūdžio. 1838 metais geležinkelio ekskursija Kornvalyje įvyko tam, kad žmonės pamatytų dviejų nuteistų žudikų kartuves (Lennon & Foley, 2010).

Mokslininkų grupė (Stone (2005); Lennon (2000); Foley (2000)), tirianti šį fenomeną, pateikia tikslią tamsiojo turizmo sąvokos apibrėžimą, kuriame akcentuoja, kad tai - kelionės aktas ir vietų, pramogų ar parodų lankymas, kurios vienaip ar kitaip susijusios su mirties, kančios tematika ar kitais makabriškais reiškiniais. Tamsiojo turizmo terminas pradėtas plačiai vartoti prieš keletą metų, kai uraganas „Katrina“ nusiaubė Naujojo Orleano miestą, o kelionių organizatoriai ir agentai po katastrofos pradėjo sparčiai organizuoti turus į nelaimės vietą, nes žmogui nesvetimas noras stebėti, ar būti arti prie kitų kančių, nelaimių (Stone & Sharpley 2008).

Pagal tamsiojo turizmo tyrimų instituto sukurta apibrėžimą, tamsusis turizmas – tai vietų, susijusių su realia arba atkurta mirties, kančios ar nelaime, lankymas. Tamsiojo turizmo karalystę sudaro kelionės į buvusių mūšių, vergovės, paveldo vertybių, kalėjimų, kapinių, Holokausto, nelaimių vietas (Institute for Dark Tourism Research, 2005).

Amanda Kendle (2008) teigia, jog tamsusis turizmas yra stipriai susijęs su kultūros ir paveldo turizmu, nes turi istorijų ir tragedijų, kurios yra jam gyvybiškai svarbios. Tai specialaus tipo turizmo verslas, kuris nėra apeliuotas į kiekvieną, tačiau turi svarbų vaidmenį atspindint praeitį, teikiant informaciją ir sukeliant ne tik asmeninių emocijų, bet ir platesnių diskusijų apie tamsiąją istorijos ir žmonijos pusę. Taip pat, kaip įprastose kelionėse, yra daug priežasčių, kodėl reikėtų rinktis tamsiojo turizmo lankytinas vietas. Žmonės žavisi iš dalies mirtimi dėl jos nutolimo nuo dabarties paradokso. Šiandien - tai tabu, palikta tyloje ir tolumoje. Tuo pačiu metu mirties sąvoka po mažu grįžta į visuomenės kasdienybę per žiniasklaidą (Kendle, 2008). Tamsusis turizmas – tai kanalas, stebėti mirties ir kančios temas saugiai iš toli. Žmonės, įsitraukti į tamsųjį turizmą, skatina emociniai ir švietimo motyvai, kurie yra vienodai stiprūs, kaip ir savo paveldo domėjimasis, smalsumo numalšinimas ir nostalgijos ieškojimas (Kendle, 2008).

Amanda Kendle savo straipsnyje, su kitų autorių sutikimu, išskiria penkias tamsiojo turizmo rūšis (žr. 1 pav.).



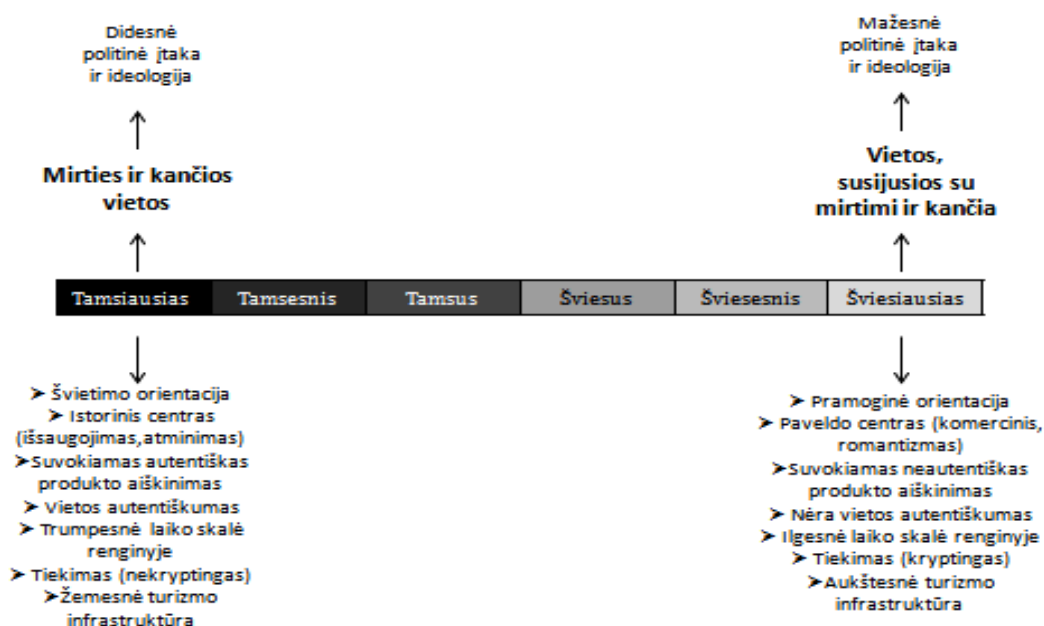
1 pav. Tamsiojo turizmo rūšys (sudaryta autorės, remiantis Kendle, 2008)

Širdgėlos turizmą galima apibrėžti kaip tragiškų įvykių vietovių lankymą. Dažniausiai tokios vietos susijusios su karu: kapinės, koncentracijos stovyklos, mūšių vietos ir pan. Vienas iš naujesnių širdgėlos turizmo pavyzdžių – Niujorko “dvynių” lankymas per teroristinę ataką sugriautame pastate. Katastrofų turizmo lankytinas vietas galima suskirstyti į kelias grupes. Visų pirma, tai vietovės, nukentėjusios nuo stichinių nelaimių – potvynių, vulkanų išsiveržimų, žemės drebėjimų, uraganų. Pavyzdžiui, tai Pietų Aziją 2004 metais nusiaubusio cunamio vietos. Katastrofų turizmas gali apimti ir žmonių sukeltos nelaimės – tai sprogimai, teroro išpuolių vietos. Geriausias pavyzdys - Černobylio miestas po atominės elektrinės sprogo. Skurdo turizmas siūlo turus po skurde skęstančius miestus ar lūšnynų kvartalus. Daugiausia jų pavyzdžių pasiskirstę po Pietų Afriką, Indiją ir Braziliją. Savižudybių arba mirties turizmas pasireiškia dviem būdais. Pirmuoju - kai žmonės, keliauja į garsią vietą siekiant nusižudyti. Antrasis būdas - literatūroje labiau vartojamas kaip mirties turizmas. Šis susijęs su eutanazija. Žmonės kerta savo šalies ribas, tam, kad užbaigtų savo kančias, nes kai kuriose šalyse tam tikros eutanazijos formos dar nėra uždraustos (Liuksemburgas, Belgija, Šveicarija, Olandija, Tailandas, Oregono valstija JAV). „Pasaulio pabaigos“ turizmo sąvoka naudojama, kuomet turizmo vietovėms grėšia išnykimas. Šiandien daugelis vyksta pamatyti Arkties ledynus, bijodami jų išstipymo dėl globalinio atšilimo. Kitos „pasaulio pabaigos“ turizmo vietovės – Didysis koralų rifas, Kilimandžaro kalnas, Galapagų salynas (Kendle, 2008).

Mirtys, nelaimės ir žiaurumus turizmo formoje tampa vis labiau paplitęs bruožas, labiausiai liečiantis dvasines keliones pasirenkančius turistus. Emocionalumas tapo tamsaus turizmo etiketė ir pateko į akademinį diskursą bei žiniasklaidą, ir, to pasekoje, sukėlė nemažai tyrimų interesų. Tačiau, nepaisant šio didesnio dėmesio, tamsusis turizmas literatūroje lieka teoriškai trapus. Vis dar lieka neatsakyti pagrindiniai klausimai, ar įmanoma suskirstyti vietas, renginius ar parodas, kurios yra susijusios su mirtimi ir baisumu, kurios įvardijamos kaip tamsusis turizmas, ir, ar įmanoma identifikuoti šio turizmo srities tiekėjų „atpalvius“ (Stone, 2006). Įvairūs mokslininkai išskiria skirtingus tamsiojo turizmo tamsumo laipsnius.

W. Miles (2002) teigia, kad yra skirtumas tarp "tamsaus" ir "tamsesnio" turizmo. Remdamasis laiko dimensija ir erdviu giminiu su vieta, autorius siūlo išskirti esminį skirtumą tarp vietų, kurios asocijuojasi su mirtimi ir kančia, ir kurios yra makabriškų veiksmų, mirties ir kančios vietos. Aušvico – Birkenau koncentracijos stovykla, pagal autorių, yra „tamsesnė“, nei JAV Holokausto memorialinis muziejus Vašingtone. Pagrindinis teiginys - JAV Holokausto memorialinis muziejus tik asocijuojasi su mirtimi, o Aušvicas - Birkenau yra mirties vieta ir turi vietovės autentiškumą. W. Miles (2002) mano, kad tamsiosios turistinės vietos turi sukelti didelį empatijos laipsnį tarp reginio ir praeities aukų. Teigiama, kad mirtys ir tragedijos, kurias žmonės dar atsimina, ar net buvo jų liudininkais, yra "tamsesnės" nei kiti įvykiai, kurie nutiko tolimoje praeityje (Miles, 2002).

Atsižvelgiant į mintį, kad dabar kai kurios vietos gali pasiūlyti tamsius tiekėjus priklausomai nuo jų savybių ir suvokimo, buvo suformuluota koncepcija, kurioje galima įžvelgti įvairių tipų "tamsių tiekėjų". Philip R. Stone (2006) išskiria šiuos svarbiausius tamsiojo turizmo tiekėjus: tamsiosios pramogos, tamsiosios parodos, kalėjimai, tamsiosios poilsio vietos, tamsiosios šventovės, karai ir mūšiai bei tamsiosios genocido stovyklos. P. R. Stone (2006) suformulavo tamsiojo turizmo „spektrą“, kurio idėja, kaip nurodyta 2 paveiksle, yra suskirstyti šiuos tiekėjus į skirtingo tamsumo atspalvius, kurie parodo suvokiamą „žiaurumą“ lygį per visus tamsiojo turizmo tiekėjus nuo "tamsiausio" iki "šviesiausio". Tai priklauso nuo to, ar tiekėjai yra auklėjamojo ar komercinio tipo, ar jų vietos yra patrauklios ar autentiškos, ar jie turi aukštesnio lygio politinę įtaką ir ideologiją (Stone, 2006).



2 pav. Tamsiojo turizmo spektras (sudaryta autorės, remiantis Stone, 2006)

Motyvacijos veiksniai tamsiajame turizme

Mes esame mirtingosios būtybės, kaip mes gyvename taip mes ir mirštame. Būtent ši žmogiškojo būvio koncepcija yra tamsaus turizmo esmė. Žmonės visada turėjo susižavėjimą mirtimi, kuri sukelia pagarbos, garbinimo, prietarų ir liguistas smalsumo darinys, todėl dažnai literatūroje nagrinėjama, kodėl mirtis žavi žmones. Žmonija buvo suinteresuota gyvenimo pabaiga nuo seniausių laikų. Romos gladiatorių kovos ir visuomenės egzekucijos viduramžiais buvo priimtini įvykiai pagal visuomenės normas tuo metu. Šiandien mirtis yra laikoma tabu, bauginantis ir nekontroliuojamas klausimas. Yra daug lankytinų vietų, kurios yra sujungtos tiesiogiai ar netiesiogiai su mirtimi. Karo paminklai, karo muziejai, mūšio laukai ir lageriai šiandien pritraukia didelį skaičių lankytojų. Po stichinės nelaimės ne tik aukų

artimieji, bet ir pašaliniai keliauja į tą vietą. Išskyla klausimas, kokie veiksniai motyvuoja turistus aplankyti tokias siaubingas, su mirtimi susijusias vietas (Niemela, 2010).

"Motyvacija (turizmo) - tie veiksniai, dėl kurių turistai nori pirkti konkrečius produktus ar paslaugas". Specifinės turizmo motyvacijos supratimas galėtų padėti geriau planuoti turizmo paslaugas, planuoti efektyvesnę rinkodarą, komunikaciją ir plėtoti turistų lankomas vietas (Swarbrooke & Horner, 2007).

Pagal P. E. Tarłów (2005) yra keturios pagrindinės emocijos, kurios sąveikauja su „tamsiojo“ turisto psichologine būseną: nesaugumas, dėkingumas, nuolankumas ir pranašumas. Lankymasis tamsaus turizmo vietovėse gali pakeisti jausmus. Jausmų romantika gali būti sužadinta iš mūsų vietų, kuriose turistai gali įsivaizduoti kovą už konkrečią priežastį. Barbariškos vietos priverčia lankytoją užjausti. P. E. Tarłów (2005) pateikia nacių koncentracijos stovyklą kaip pavyzdį. Daugelis objektų yra dalis nacionalinio identiteto, kuris gali priversti lankytoją patirti didžiavimosi jausmą - "mes" išgyvenome prieš "juos". Vizitas į asmeniškai arba socialiai svarbią vietą gali suteikti piligrimystės prasmę. Lankymasis tragiškoje vietoje gali ugdyti mistikos jausmą, ypač tada, kai yra ryšys tarp lankytojo ir nukentėjusių. Kuo artimesni santykiai tuo stipresnė patirtis (Tarłów, 2005).

Pagal L. Moutinho (2000) šiandien auga naujos kartos keliautojai. Vietoj turistų keliautojai tampa ieškotojais. Motyvai – savęs ieškojimas, noras pažinti skirtingas kultūras ir susipažinti su vietovės, ar šalies "psichologinė aura", flora ir fauna. Ieškotojams reikia analizuoti, įsitraukti į įdomius ar net rizikingus veiksmus, patenkinti poreikį, susijusį su žiniomis ir smalsumu. Žmonės, kurie patiria mažiau stimuliacijos savo gyvenime, jos linkę ieškoti atostogose, kelionėse. Ir atvirkščiai, kai kurie žmonės ieško ramybės ir taikos. Gali būti, kad vizitas į tamsiojo turizmo traukos objektus, kelia stimuliaciją švietimo ir stiprių emocijų aspektams (Moutinho, 2000).

Niemela Titta (2010) atliko tyrimą, kuriame buvo išsiaiškinti tamsiojo turizmo motyvacijos veiksniai. Tyrimas buvo atliktas Vengrijos sostinėje Budapešte, apklausinėjant turistus „Teroro name“. Jame yra eksponatų, susijusių su fašistų ir komunistų diktatūros režimu 20-ojo amžiaus Vengrijoje. Taip pat čia pastatytas paminklas to meto aukoms atminti, kurie buvo kankinami ir žudomi šiame pastate. Tyrime dalyvavo 54 respondentai. Daugiausiai apklaustųjų buvo 15- 34 metų turistai. Tyrimas atskleidė, jog pagrindinės priežastys, kurios skatino žmones atvykti į šią tamsiojo turizmo vietovę buvo švietimo tikslai (noras išmokti daugiau apie nacius ir komunistus, apie Vengrijos vaidmenį Antrame pasauliniame kare). Kita svarbi priežastis buvo noras pagerbti aukas ir emociškai pajauti to laiko emociją. Mažiausiai turistus dominantys veiksniai aplankant muziejų buvo jo populiarumas, ar noras tiesiog kitaip praleisti dieną. Lankytojai, paklausti apie vizito į muziejų patirtį, atsakė jog šis apsilankymas labiausiai buvo informatyvus ir emocionalus. Taigi, iš šių rezultatų matoma, jog apsilankymo patirtis vėl asocijuojasi su švietėjiškais tikslais (Niemela, 2010).

Žydų profesorius Yaniv Poria (2006) atliko motyvacijos tyrimą Amsterdame, Anne Frank name – muziejuje. Anna Frank – žydų mergaitė, Holokausto auka, žymi dėl išpopuliarinto savo dienoraščio. Hitleriui atėjus į valdžią, Frankų šeima emigravo į Amsterdamą. Tačiau ir čia neišvengė koncentracijos stovyklos likimo. Mergaitė stovykloje kiekvieną savo patirtą dieną aprašė dienoraštyje, kuris pasibaigus karui, buvo išspausdintas ir šiandien - tai vienas iš garsiausių Holokausto liudytojų. Namas Amsterdame, kuriame gyvenamo Frank šeima šiandien vienas iš lankomiausių tamsaus turizmo lankytinų objektų (Frank, 2010). Šiuo atveju buvo siekiama ištirti turistų suvokimo ir prieš apsilankymą turimos motyvaciją ryšį. Taip pat išsiaiškinti santykį tarp suvokimo ir lūkesčių. Tyrimo metu buvo apklausti šio muziejaus turistai. Rezultatai parodė, kad daugiausia turistų ši muziejų laiko kaip savo paveldo dalį ir, kad turistų motyvai yra susiję su skirtingas reikšmes turinčiu paveldu. Žmonės, kurie jaučia ryšį su paveldo vieta, turi ypač svarbią, emocinę motyvaciją. Kitiems muziejus tampa "istorija" ir jie labiau susiję su švietėjiška motyvacija. Kitas lankytojų segmentas atskleidė, jog ši vieta tik atrakcija, o apsilankymo motyvas gali kilti iš socialinio spaudimo. Visgi išsiaiškinta, jog stipriausias motyvuojantis veiksnys Anne Frank name buvo emocinis - noras pajusti ryšį su paveldu (Poria; Reichel ir kt., 2006)

Išvados

1. Tamsusis turizmas - „kelionės aktas ir vietų, pramogų ar parodų lankymas, kurios vienaip ar kitaip susijusios su mirties, kančios tematika, ar kitais makabriškais reiškiniiais“.
2. Ši sąvoka pradėta plačiai naudoti prieš keletą metų, po uragano „Katrina“ JAV. Tamsusis turizmas plačiai skirstomas į penkias rūšis – širdgėlos, katastrofos, skurdo, mirties, „pasaulio pabaigos“ turizmas. Šiai tamsiai turizmo rūšiai priskiriami septyni ryškiausi tiekėjai - tamsiosios pramogos, parodos, poilsio vietos, šventovės, kalėjimai, mūšiai ir karai bei genocido stovyklos.
3. Visų pirma, tamsaus turizmo vietos žmonėms sukelia mistikos ir užjautimo jausmus. Egzistuoja keturios pagrindinės emocijos, kurios sąveikauja su „tamsiojo“ turisto psichologine būseną: nesaugumas, dėkingumas, nuolankumas ir pranašumas. Daugiausia turistų tamsiojo turizmo vietas lanko kaip savo paveldo dalį ir, o jų motyvai yra susiję su skirtingas reikšmes turinčiu paveldu. Pagrindiniai motyvacijos veiksniai, skatinantys rinktis tamsaus turizmo produktus – švietėjiški ir emociniai - noras pajusti ryšį su paveldu.

Literatūros sąrašas

1. Dann, G. (1998) *The dark side of tourism*. Etudes et Rapports, Serie L. Aix-en-Provence: Centre International de Recherches et d'Etudes Touristiques.
2. Foley, M. & J. Lennon J. J. (1996). *JFK and dark tourism: A fascination with assassination*. International Journal of Heritage Studies (Taylor & Francis) 2 (4): 198–211.

-
3. Frank A. (2010). *Dienoraštis*. Vilnius, Alma littera.
 4. Institute for Dark Tourism Research (est. 2005). *Dark tourism is travel to sites of death, disaster, or the seemingly macabre*. University of Central Lancashire. Peržiūrėta 2014, kovo 13, adresu: <http://dark-tourism.org.uk/>
 5. Kendle, A. (2008). *Dark Tourism: A Fine Line Between Curiosity and Exploitation*. Peržiūrėta 2014, kovo 5, adresu: <http://www.vagabondish.com/dark-tourism-travel-tours/>
 6. Kinderis, R. (2010). *Paslaugų kokybės vertinimas Klaipėdos miesto apgyvendinimo įmonėse*. Magistro baigiamasis darbas. Šiaulių universitetas.
 7. Lennon J. J. & Foley M. (2000). *Dark Tourism: the Attraction of Death and Disaster*. London: Cassell.
 8. Miles W. F. S. (2002). *Auschwitz: Museum Interpretation and Darker Tourism*. *Annals of Tourism Research*, 29 (4), 1175-1178.
 9. Moutinho, L. (2000). *Strategic Management in Tourism*. CABI. 557-561
 10. Niemelä T. (2010). *Motivation Factors in Dark Tourism. Case: House of Terror*. *Lahti university of applied sciences*: 1- 51.
 11. Poria, Y., Reichel, A., & Biran, A. (2006). *Heritage site management – Motivations and Expectations*. *Annals of Tourism Research*. Vol. 33, No. 1. 162–178.
 12. Stone, P (2006). *A dark tourism spectrum: Towards a typology of death and macabre related tourist sites, attractions and exhibitions*. *Tourism* 54 (2): 145–160.
 13. Stone, P. & Sharpley, R. (2008). *Consuming dark-tourism a thanatological perspective*. *Annals of Tourism Research* 35: 574–595.
 14. Stone, P. (2005). *Dark Tourism Consumption – A call for research*. Department of Tourism and Leisure Management University of Central Lancashire, *e-Review of Tourism Research* (5): 109–117.
 15. Swarbrooke, J. & Horner, S. (2007). *Consumer behaviour in tourism*. 2nd edition. London: Elsevier Butterworth-Heinemann.
 16. Tarlow, P.E. (2005). *Dark Tourism: the appealing ‘dark’ side of tourism and more*. In M.Novelli (ed) *Niche Tourism – Contemporary Issues, Trends and Cases*, Oxford: Elsevier: 47-58.

SVEIKATINAMOJO TURIZMO PLĖTROS GALIMYBĖS LIETUVOJE

Kokanskytė M., Rėklaitienė D.

Lietuvos sporto universitetas

Anotacija. Sveikatinamojo turizmo plėtros galimybių Lietuvoje analizavimas yra itin aktuali tema. Tai lemia, sveikatinamojo turizmo sektoriaus spartus augimas ir atsparumas ekonominiams svyravimams visame pasaulyje. Sveikatinamojo turizmo paslaugos, jų įvairovė ir kokybiškas teikimas turi didelę, teigiamą ekonominę naudą Lietuvai laimint konkurencinėje kovoje su kitomis sveikatinimo paslaugas teikiančiomis valstybėmis. Sveikatinamojo turizmo vystymasis yra nuolatinis ir nenutrūkstantis procesas, kurį įtakoja technologinės naujovės, gamtiniai ištekliai, žmogiškieji ištekliai, socialinė aplinka ir

kt. Kryptingas plėtros planavimas, analizavimas bei parinkimas tinkamiausių strategijų, teigiamai įtakoja visą turizmo sektorių kuris pasižymi konkurencingumu.

Įvadas

Sveikatinamasis turizmas ir jo plėtros galimybės Lietuvoje nuolat kinta tai įtakoja nuolatinį plėtros galimybių ieškojimą ir analizavimą įvairioje mokslinėje literatūroje. Apžvelgus skirtingus plėtros ir turizmo plėtros apibrėžimus, pastebima, kad plėtros terminas yra apibūdinamas kaip vystymasis, o turizmo plėtra kaip procesas arba fizinė veikla, kuri suvokiama kaip turistų ir regiono visuomenės gyvenimo kokybės lygio augimas (Žilinskas ir Skrodenienė, 2007; Hopenienė ir Kamičaitytė, 2004; Žilinskas ir Petravičienė, 2007). Remiantis įvairiais moksliniais požiūriais galima teigti, kad nėra visuotinai priimto plėtros proceso apibrėžimo, nes šis procesas yra kompleksinis. Siekiant tikslingo plėtros proceso, svarbu išnagrinėti visas kompleksines dalis.

Mokslinė problema – siekiant išanalizuoti sveikatinamojo turizmo plėtros galimybes Lietuvoje svarbu išnagrinėti sveikatinamojo turizmo sampratą ir esamą situaciją Lietuvoje. Siekiama išanalizuoti plėtrą jos kompleksines dalis ir pritaikomumą sveikatinamajame turizme. Galime suformuluoti probleminį klausimą: kokios yra sveikatinamojo turizmo plėtros galimybės Lietuvoje?

Straipsnio tikslas – nustatyti sveikatinamojo turizmo plėtros galimybes Lietuvoje. *Siekiant šio tikslo iškelti uždaviniai:* teoriškai pagrįsti sveikatinamojo turizmo plėtros galimybes Lietuvoje bei iširti sveikatinamojo turizmo plėtros galimybes Lietuvos sveikatinimo įmonių vadovų požiūriu.

Naudoti metodai: mokslinės literatūros analizė, dokumentų analizė, anketinė apklausa, aprašomoji statistinė analizė. Mokslinės literatūros analizės metu buvo analizuojama literatūra kuri tiesiogiai susieta su sveikatinamuoju turizmu, analizuojama sveikatinimo sąvoka, sveikatinimo sudedamosios dalys. Taip pat buvo nagrinėjama plėtros sąvoka, plėtros procesas ir kas jį įtakoja. Anketinė apklausa buvo vykdyta 2013-2014m. kovo – balandžio mėnesiais. Anketinė apklausa buvo sudaryta remiantis mokslinės literatūros ir dokumentų analize. Klausimai buvo atviri, siekiant gauti išsamius atsakymus apie sveikatinamojo turizmo plėtros galimybes. Anketinės apklausos metu buvo apklausti sveikatinimo įmonių vadovai, kurių nuomonė leido analizuoti sveikatinamojo turizmo esamą situaciją Lietuvoje ir išsiaiškinti plėtros galimybes. Tyrimo imtis – 20 sveikatinimo paslaugas teikiančių įmonių vadovų. Taikant aprašomąją statistinę analizę buvo apžvelgiami ir analizuojami anketinės apklausos rezultatai.

Rezultatai ir jų aptarimas

Sveikatinamasis turizmas pastaruoju metu susilaukia vis daugiau Lietuvos ir užsienio mokslininkų dėmesio. Mokslinėje literatūroje sveikatos/sveikatinamojo turizmo apibrėžimai dažnai traktuojami skirtingai. Tačiau, esmė dažniausiai išlieka ta pati: keliavimas turint tikslą – pagerinti sveikatą gaunant

sveikatinamųjų ir (ar) sveikatingumo paslaugų (Lietuvos Respublikos Sveikatos sistemos įstatymas 1994m). Sveikatos turizmas yra kompleksinis darinys, kurio dalys taip pat dažnai skirtingai yra skirstomos analizuojant įvairių literatūrą. Remiantis Langvinienė ir Slėžienė (2010), galime teigti, jog yra daug ir įvairių sveikatos/sveikatinamojo turizmo, struktūros sudėtinių dalių, tačiau visos sudėtinės svarbiausios dalys išlieka tos pačios: medicininis turizmas, sveikatingumo turizmas, sveikatinamojo ir medicinos paslaugos, SPA paslaugos, grožio procedūros, fizinis aktyvumas, odontologijos paslaugos, chirurginės paslaugos ir kt.

Remiantis LR Sveikatos sistemos įstatymo pagrindu, galime teigti, kad sveikatinimas laikomas sveikatos priežiūra, tačiau kituose literatūros šaltiniuose randama prieštaravimų, pavyzdžiui kaip Laisvalaikio studijos ir rekreacijos administravime (2005), Lietuvos kurortų sveikatinimo veiklos plėtroje (2009) ir Lietuvos kurortologijos studijoje (2007). Šiuose literatūros šaltiniuose sveikatingumo reikšmė yra apibūdinama, kaip asmens individuali laisvalaikio praleidimo forma, kurios pagrindas, sveikas gyvenimo būdas, išnaudojant turizmo ir rekreacinius išteklius aktyviam laisvalaikiui. Remiantis Lunt (2012) galime apjungti dviejų sektorių veiklas (turizmo ir rekreacijos, sveikatos sistemos), nes sveikatingumas neatsiejamas nuo sveikatinimo. Šių dviejų sąvokų persipynimas yra pastebimas ir analizuojamas mokslinėje literatūroje. Šių sektorių veiklos (turizmo ir rekreacijos, sveikatos sistemos) yra labai plačios ir šiuose sektoriuose nuolatos vyksta plėtros procesas. Remiantis Lomine ir Edmunds (2007), turizmo plėtra pasireiškia vietos infrastruktūros plėtojimusi bei paslaugų pasiūlos plėtra. Tokiu būdu siekiama pritraukti daugiau turistų ir patenkinti jų poreikius. Plėtra neatsiejama nuo strateginio, ekonominio planavimo bei reikalauja tikslių sprendimų priėmimo, tai aktualu tiek viešajame, tiek privačiajame sektoriuje.

Anot Connel (2006), sveikatinamosios paslaugos dažniausiai yra teikiamos kurortuose ir kurortinėse teritorijose. Šiose vietose dažniausiai teikiamos sveikatinamosios paslaugos, nes ten tam yra palankiausios sąlygos (gamtiniai išteklių). Tačiau, šiose teritorijose plėtra turi būti vykdoma itin atsakingai. Mokslinėje literatūroje dažnai sutinkamas terminas subalansuota plėtra, kitaip dar galima būtų vadinti: harmoningas vystymasis, tausojamasis vystymasis, tvarus vystymasis, tvari plėtra, darni plėtra, tolydi plėtra (Zavadskas, Viteikienė, Šaparauskas, 2007.)

Lietuvoje, siekiant užtikrinti darnią kurortų plėtrą, didelė atsakomybė atitenka kurortų savivaldybėms. Taip yra, nes Lietuvoje šiuo metu ganėtinai sunku privatizuoti ar investuoti į kurortuose esančius sklypus. Priešingas pavyzdys yra JAV, kadangi ten itin išvystyta laisvosios rinkos ekonomika. Pasak autoriaus Urry (2002), masinė ir nevaldoma kurortų plėtra gali turėti neigiamų pasekmių. Pavyzdžiui Brazilijos kurortuose masiškai pastatyti daugiaaukščiai viešbučiai prie pat Atlanto vandenyno sunaikino kurorto architektūrinį savitumą, tapo itin pažeidžiami tropinių uraganų. Remiantis šiuo pavyzdžiu galima daryti išvadą, kad itin svarbu tikslingai išnaudoti rekreacinius šaltinius siekiant kuo

mažesnės žalos. Šis pavyzdys tik patvirtina, kad teisinga plėtra teikia didesnę materialinę naudą nei neapgalvoti sprendimai. Tam, kad plėtra būtų įmanoma svarbu, kad teikiamos paslaugos būtų žinomos ir konkurencingos. Plėtos procesas dažniausiai vykdomas per: infrastruktūrą, kvalifikuotą darbo jėgą, finansinius išteklius, paslaugos/produkto žinomumą, gamtinius išteklius.

Atliekant anketinę apklausą, buvo siekiama nustatyti iš kur atvyksta didžiausi vartotojų srautai, kurie dažniausiai naudojami sveikatinamojo turizmo paslaugomis ir veiklomis Lietuvos sveikatingumo centruose. Iš 20 apklaustų įstaigų vadovų 10 nurodė, kad jų paslaugomis dažniausiai naudojami vietiniai turistai (lietuviai), 6 teigė jog dažniausiai jų paslaugomis naudojami turistai iš Vakarų Europos, o likę 4 nurodė turistus iš Rytų Europos.

Eurostato duomenimis 2012 metais Lietuva buvo antra Europoje pagal atvykstančiųjų turistų srautą, Lietuvą pranoko tik Islandija. Lietuva unikali, nes turi daug nepaliestų gamtos kampelių, tai įtakoja geras sąlygas vystyti sveikatinamąjį turizmą. 2011 metais gyventojų tankumas Lietuvoje buvo tik 49,7 žm./km², Belgijoje – 356 žm./km² (2009 m. Eurostat duomenys), Olandijoje – 492 žm./km² (2010 m. Eurostat duomenys), o Europos šalių vidurkis siekė 116,6 žm./km² (2010 m. Eurostat duomenys). Lietuvos kurortų apgyvendinimo įstaigose 2012 m., lyginant su 2011 turistų skaičius augo visose kurortuose. Didžiausiu užsienio ir vietinių turistų antplūdžiu džiaugėsi Druskininkų (261,3 tūkst.) bei Palangos (198,7 tūkst.) apgyvendinimo įstaigos, o turistų skaičius palyginus su 2011 m. išaugo Druskininkuose – 10,7 proc., Palangoje – 9,0 proc., Neringoje – 5,8 proc., Birštone – 17,5 proc. 2011-2012 m. užsienio turistų skaičius užaugo Druskininkų (+15,9 proc.) bei Palangos (+14 proc.) apgyvendinimo įstaigose, kitose kurortuose sumažėjo (Statistikos departamentas 2012m.)

Apklausoje metu, respondentams buvo užduotas klausimas ar jie dalyvauja įvairiose tarptautinėse programose. Tarptautinėse programose suteikiamos galimybės viešinti savo vykdomą veiklą bei teikiamas paslaugas. Iš 20 apklaustųjų, 2 nurodė nuolatos dalyvaujantys tarptautinėse programose, kartais - dalyvauja 13, niekad nedalyvauja - 1, planuoja dalyvauti - 2 atsakovai.

Atliekant tyrimą buvo siekiama išsiaiškinti, kokį procentą lėšų iš biudžeto įmonės skiria reklamai, žinomumui didinti. Iš 20 apklaustųjų 11 nurodė skiriantys 0 – 3%, 5 nurodė skiriantys nuo 3%-5% lėšų, 3 skiria nuo 5%-8% ir niekas nenurodė skiriantys daugiau nei 8%.

Tyrimo metu buvo siekiama išnagrinėti kokiose parodose, dažniausiai sveikatinamieji centrai pristato savo veiklą. Iš 20 atsakiusiųjų 3 nurodė „VAKANTIEBEURS 2012“ (Olandija), 3 išskyrė „FITUR 2012“ (Ispanija), 5 - „MATKA 2012“ (Suomija), 2 - „IMTM 2012“ (Izraelis), 4 - „BIT 2012“ (Italija), 20 - „VIVATTUR 2012“ (Lietuva), 10 - „ITB 2012“ (Vokietija), 8 - „MAP 2012“ (Prancūzija), 9 - „MITT 2012“ (Rusija), 9 - „IMEX 2012“ (Vokietija), 12 - „TOUR SALON 2012“ (Lenkija), 6 - „WTM 2012“ (Jungtinė Karalystė), 3 - „EIBTM 2012“ (Ispanija), 16 – nurodė dalyvaujantys kitose parodose. Dalyvavimas įvairiose parodose didina įmonės žinomumą ne tik Lietuvoje, bet ir užsienyje. Tai

sparčiai įtakoja vartotojų srautus iš užsienio valstybių. Respondentų buvo klausiama, kaip jie vertina savo žinomumą Europoje. Iš 20 atsakiusiųjų, 2 respondentai sakė, kad blogai, 15 – gerai, tik 3 – labai gerai.

Svarbu paminėti, kad plėtrai didelę įtaką daro konkurencingumas. Dėl šios priežasties buvo įtrauktas į apklausą klausimas kuriuo buvo siekiamas išsiaiškinti ar įmonės savo veiklą laiko konkurencinga lyginant su kitomis. Iš 20 atsakiusiųjų 17 – laiko savo įmonę konkurencinga, o 3 – laiko savo įmonę nekonkurencinga. Paslaugų asortimentas taip pat svarbus plėtrai ir konkurencingumui. Anketoje buvo įtrauktas klausimas apie teikiamų paslaugų pasiūlą sveikatinamosiose įstaigose. Dauguma apklaustųjų nurodė: halokomerų paslaugą, masažą, kitas kūno priežiūros paslaugas, veido priežiūros paslaugas, vandens procedūras, pirčių paslaugas, kūno kultūros paslaugas.

Infrastruktūrą plėsti artimiausioje ateityje žadantys nurodė 17 respondentų. Siekiant plėsti infrastruktūrą ar kitas plėtros sritis svarbu gauti paramą plėtrai. Todėl anketoje buvo klausiama, iš kur planuojamos didžiausios gauti pajamos. Iš 20 atsakiusiųjų 6 nurodė valstybės paramą, 10 – privatūs investuotojai, 15 – Europos Sąjungos paramos fondus.

Vartotojų poreikiai ir pastebėjimai gali teigiamai įtakoti įmonės veiklą. Anketoje buvo klausiama ar sveikatinimo įmonės atlieka tyrimus siekiant išsiaiškinti vartotojų poreikius paslaugoms. Iš 20 atsakiusiųjų, 12 nurodė, kad dažnai atlieka vartotojų tyrimus, 3 atsakė, kad neatlieka niekada, 5 – atlieka, bet retai. Paskutinis klausimas parodo, kad ne visos sveikatinamojo turizmo įmonės vykdo savo klientų apklausas, norėdamos išsiaiškinti teikiamų paslaugų poreikį, dėl to praranda galimybę sužinoti kokios paslaugos yra paklausios, o tai, autorės manymu, trukdo sėkmingai konkuruoti su įmonėmis, plėsti paslaugų asortimentą ir kelti esamų paslaugų kokybę.

Atlikus tyrimą, matyti, kad Lietuvos centrai kurie teikia sveikatinamąsias paslaugas sąlyginai retai pristato savo veiklą parodose, mažai skiria lėšų žinomumo, reklamos didinimui. Tai sumažina plėtros galimybes. Tačiau, infrastruktūros plėtrą planuoja didžioji dalis apklaustųjų. Infrastruktūros plėtra svarbi siekiant plėsti ir kitas veiklos sritis.

Išvados

Sveikatinamasis turizmas - turizmo rūšis, kai pagrindinis žmonių tikslas yra keliavimas į kitą šalį ar šalies viduje, siekiant padidinti subalansuotą fizinį, dvasinį ir socialinį sveikatos potencialą, gaunant sveikatinamųjų, sveikatingumo ir kitų turizmo paslaugų. Sveikata – neatsiejama nuo sveikatinamojo turizmo rūšies. Sveikatos nebuvimas ar pablogėjimas tiesiogiai teigiamai įtakoja sveikatinamojo turizmo plėtrą. Sveikatinamojo turizmo plėtrą priklauso nuo gamtinių išteklių, infrastruktūros. Atlikus tyrimą sveikatinamojo turizmo įmonėse, siekiant nustatyti sveikatinamojo turizmo plėtros galimybes Lietuvoje, galima teigti, kad sveikatinamojo turizmo įmonių plėtros galimybės Lietuvoje yra plačios ir optimaliai neišnaudotos.

Literatūros sąrašas

1. Connell, J. (2006). Medicaltourism: Sea, sun, sand and surgery. *TourismManagement* 27, 1093-1100
2. Hopenienė, R., Kamičaitytė, A. (2004). Tolydi turizmo plėtra: konkurencingos turizmo sistemos kūrimo prielaidos. *Organizacijų vadyba: sisteminiai tyrimai*, nr. 29.
3. Langvinienė, N., Sližienė, G. (2010). Value Chain: Changes in Consuming Wellness Services. *Journal of Social Sciences*.
4. Lunt, N. (2012). Medicaltourism: treatments, markets and health system implications: a scoping review.
5. Lominė, L., Edmunds J. (2007). *Key concepts in tourism*. Basingstoke: Palgrave Macmillan. 230 p.
6. Mokslo tyrimo darbas „Lietuvos kurortologijos tyrimų studija“ Parengta LR ūkio ministerijos užsakymu, sutartis Nr. 8-319, 2007 07 30 2009
7. Šinkūnienė J.R.(2009).2005 Laisvalaikio studijos ir rekreacijos centras.
8. Urry J.(2002).The Tourist Gaze 218-220
9. Zavadskas, E.K., Viteikienė, M., Šaparauskas, J. (2007). Sustainable development assessment of cities and their residential districts.
10. Žalienė, I., Žalys L.,Iždonaitė-Medžiūnienė I.(2009). 2005 Lietuvos kurortų sveikatinimo veiklos plėtra.
11. Žilinskas, V.J., Petravičienė, L. (2007). Turizmo verslas: plėtros konceptualizacija ir tendencijos Lietuvoje // *Ekonomika ir vadyba. Tarptautinės mokslinės konferencijos pranešimų medžiaga*. Kaunas: Technika.
12. Žilinskas V.J., Skrodenienė L. (2007). Turizmo plėtros valdymas regione // prieiga per internetą: <http://baitas.lzuu.lt/~mazylis/julram/224>.
13. Žilinskas, V.J., Petravičienė, L. (2007). Turizmo verslas: plėtros konceptualizacija ir tendencijos Lietuvoje // *Ekonomika ir vadyba. Tarptautinės mokslinės konferencijos pranešimų medžiaga*. Kaunas: Technika.
14. Prieiga per internetą: LR Sveikatos sistemos įstatymas, *Žin.*, 1994, Nr. 63- 1231
15. Prieiga per internetą:http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php/Tourism_trends/lt

TURISTŲ POREIKŲ DERMĖS ELEKTRONINEI ERDVEI VERTINIMAS

Komskienė D., Kotkevičiūtė A.

Lietuvos Sporto universitetas

Anotacija Naujų technologijų atsiradimas privedė prie naujų įgūdžių ir naujų paslaugų vystymo, naujų organizavimo formų tobulinimo. Šitas ypač priskiriama paskutiniams dviems dešimtmečiams, kada naujų technologijų vaidmuo buvo ypač svarbus. Turizmo sektoriuje naujų technologijų kaita ir jų tobulinimas sukūrė naują verslo formą, kuri vadinasi elektroninis turizmas, kuris šiandien yra didžiausia galia elektroninėje komercijoje. Tai yra labai reikšminga ir neatsiejama turistų dalis planuojant individualią kelionę. Tuo tarpu vartotojiška elgsena susieta su turistų motyvais ir įgūdžiais atskleidžia, kad reikia mokėti pasirinkti informaciją, pateiktą įvairiose elektroninėse erdvėse, kaip: svetainės, socialiniai tinklai, blogai, forumai ir pan. bei nepasikliauti tiek teigiamais, tiek neigiamais atsiliepimais, nes tai gali būti

nevisiškai patikima. Dėl šių priežasčių, tokių elektroninių erdvių kūrėjams tampa svarbu išsiaiškinti turistų vartotojų motyvus ir poreikius, kad efektyviausiai patenkinti lūkesčius elektroninėje erdvėje, Ši inovacija leidžia saugiai jaustis vartotojams ir įsijausti į realią esamą situaciją, nebijant nepatenkinti savo poreikių, tačiau sukuria poreikius elektroninei erdvei, kaip pvz.: patogumo, saugumo, dizaino patrauklumo ar valdymo.

Spartus naujų technologijų vystymosi tempas, vartotojų įvaldymo įgūdžiai ir poreikiai iškelia vis naujus iššūkius elektroninės erdvės kūrėjams ir valdytojams, norintiems parduoti savo paslaugas turistams. Nors mokslinės studijos nagrinėjo vartotojų tipus ir motyvus keliauti ar rinktis vieną ar kitą atostogų rūšį, tačiau vis dar yra trūkumas informacijos, kokie kriterijai lemia turistų pirkimo elektroninėje erdvėje pasirinkimą. Todėl išsikeltas šio straipsnio **tikslas** – įvertinti turistų poreikių ir elektroninės erdvės dermę. Uždaviniai: 1) atskleisti turistų vartotojų motyvus vartotojiškos apibrėžties ir įtakojančių veiksnių, elektroninėje erdvėje, kontekste; 2) nustatyti turistų vartotojų poreikius elektroninei erdvei, turistinės paslaugos pirkimo procese. Straipsnis parengtas teoriniu pagrindu, pasirinktas metodas – mokslinės literatūros analizė ir sisteminimas.

Vartotojiška elgsena. Turizmo vartotojų motyvų ir elektroninės erdvės sąveika

Asmens veiksniai, susiję su psichologiniais ir socialiniais veiksniais (Berkowitz ir kt. (1992), taip pat grupių ar organizacijų ir jų naudojamų procesų renkantis, įgyjant/perkant vartojant ar pašalinant prekes (Bakanauskas, 2006; Kotler & Armstrong, 2010), siekiant patenkinti savo poreikius, vadinami vartotojiška elgsena. Smallman & Moore (2010) teigia, kad vartotojų svarstymai yra pagrįsti prielaida, kad žmonės renka ir analizuoja informaciją, o galiausiai pasirenka optimaliausią variantą iš daugybės alternatyvų.

Tuo tarpu turizmo vartotojų elgsena įtakoja daugybės veiksnių: socialinių, psichologinių, kultūrinių ir netgi natūralių. Šie veiksniai skirstomi į tris pagrindines kategorijas: asmeninius, socialinius ir situacinius. Asmeniniai veiksniai gali būti turisto asmenybė ar vartotojo savybės, savęs suvokimas, požiūris, motyvacija, gyvenimo būdas, amžius, šeimos gyvenimo būdas, išsilavinimas. Asmeniniai veiksniai dar gali būti vadinami psichologiniais arba individualiais veiksniais. Socialiniai veiksniai yra kultūra, šeima, socialinė klasė. Situaciniai veiksniai yra laikas, socialinė ir fizinė aplinka, protinė aplinka (Fratu, 2011). Mouthino (2011) mano, kad vartotojo elgseną įtakoja ne tik šie minėti veiksniai, tačiau ir subkultūros poveikis turi įtakos vartotojo elgsenai, kuri perauga į motyvaciją. Pasak Fratu (2011) turisto motyvaciją galima suskirstyti į fizinę motyvaciją (kai trokšta judėjimo, nuotykių), kultūrinę (troškimas aplankyti muziejus ar kitas istorines vietas), tarpasmeninę motyvaciją (noras bendrauti ir susipažinti su naujais žmonėmis) ir prestižo motyvaciją. Turisto motyvacija yra susieta su vartotojiška elgsena, nes motyvai įtakoja poreikių tenkinimą, kurie žymiai lengviau pasiekiami naujų technologijų pagalba.

Šiuolaikinio verslo komunikacijos sąlygomis turistams yra galimybė pasiekti didesnius informacijos ir alternatyvų šaltinius ir tai atlikti greičiau ir efektyviau, naudojantis elektronine erdve. Elektroninio verslo atsiradimą lėmė technologiniai ir ekonominiai veiksniai. Asmeninių kompiuterių turėjimas bei technologijų plitimas bei verslo globalizacija (Mikalajūnas ir Pabedinskaitė, 2010).

Atsiradus poreikiui, vartotojas ieško informacijos internete, tačiau ne visi vartotojai turi tokias pat galimybes ieškoti. Taip pat labiau patyrę žmonės ieškos greičiau, negu trumpesnę patirtį turintys asmenys. Suvokiama rizika taip pat turi didelę reikšmę pirkimui. Kuo aukštesnis suvokiamos rizikos laipsnis, tuo daugiau vartotojas deda pastangų paieškai. Visi šie esminiai skirtumai daro didelę įtaką vartotojui ir jo apsisprendimui (Bakanauskas ir Liesionis, 2008).

Su atostogų kelionėmis susiję pirkimai yra labai sudėtingi ir keliantys riziką bei reikalaujantys didelės informacijos paieškos (Sirakaya & Woodside, 2005). Vien dėl to, kad informacijos labai daug ir ji ne visada teisinga, reikia mokėti ją pasirinkti. Ši priežastis lėmė žmonių pasitikėjimą kitų keliautojų patirtimi, taip sumažindami abejones. Nuo tada, kai buvo sukurta pirmoji virtuali bendruomenė tapo akivaizdu, kad virtualus turinys buvo suvokiamas taip pat kaip rekomendacijos draugams, šeimai, panašių požiūrių žmonėms (Fotis et al., 2012).

Web 2.0 stipriai nulėmė, kaip vartotojai planuoja ir vartoja su keliavimu susijusius produktus (Law, 2007). Socialinės žiniasklaidos poveikis keliavime buvo labai didelis (Gratzel & Yoo, 2008). 2008 metais net 82% Amerikos internetinių pirkėjų žiūrėjo atsiliepimus internete, įvairiuose bloguose tam, kad gautų daugiau informacijos apie norimą kelionę ir su ja susijusius sprendimų priėmimus. Manoma, kad TripAdvisor yra lyderė tarp visų internetinių svetainių, kuriuose galima pasižiūrėti apie tam tikras paslaugas, prieš priimant sprendimą pirkti. Šis puslapis tarnauja daugiau negu 50 milijonų žmonių per mėnesį, kurie ieško patarimų planuojant savo kelionę ir ši svetainė priima daugiau negu 50 milijonų keliautojų atsiliepimų, kurie patalpinami į svetainę (Fotis et al., 2011). Be to, ryškiai matoma, kad socialiniai tinklai užima svarbią vietą keliaujantiems informacijos paieškoje ir sprendimo priėmimo elgsenoje (Miguéns et al., 2008)

Tiek privačioms, tiek valstybinėms turizmo organizacijoms internetas tapo vienu svarbiausių marketingo komunikacijų. Būtent turizmui skirti tinklapiai, tokie kaip tripadvisor.com ir travelpod.com leidžia vartotojams keistis informacija, nuomone ir rekomendacijomis apie tam tikrą maršrutą, turizmo produktus ar paslaugas, kuomet rašomi dienoraščiai su tam tikros kelionės patirtimi bei reitinguodami viešbučius ar paslaugas (maistą, aplinką, aptarnavimą ir t.t.). Kiti vieši tinklapiai yra travelblog.org, travelpod.com, travelpost.com ir yourtraveljournal.com. Šiose svetainėse talpinami individualūs kelionės dienoraščiai. Paprastai ten talpinamos nuotraukos, video medžiaga su smulkiu kelionės aprašymu. Kiti galimi talpinimo būdai yra internetiniai forumai, pranešimų lentos, video (Akehurst, 2009). Dauguma

virtotojų dienoraščių susideda pirmiausiai iš tekstinės medžiagos, nors dabar vis labiau populiarėja audio ir video medžiagos, kaip turistų komunikacijos priemonės (Schmallegger & Carson, 2008).

Vartotojų atsiliepimai vaidina svarbų vaidmenį, sprendimų priėmimo (Fotis et. al., 2012; Jalilvand et al., 2013). Jie teigia, kad kitų keliautojų atsiliepimai suvokiami, kaip labiau patikimi ir malonesni, negu rekomendacijos gautos iš kelionių organizatorių. Dauguma vartotojų, perskaitę keliavusių vartotojų komentarus, pakeičia savo nuomonę. Vartotojams lengviau įsivaizduoti, kaip tam tikra vietovė atrodys nuvykus (Fotis et. al., 2012).

Teigiama, kad tradicinis informacijos perdavimas, vadinamas „Iš lūpų į lūpas“ yra daug patikimesnis, negu pasisakymai forumuose. Šio autoriaus nuomone perdavimas „Iš lūpų į lūpas“ turi vykti iš patikimų šaltinių, bet ne iš nepažįstamųjų. Tuo atveju, informacija bus tiksli ir naudinga (Miguéns et al., 2008).

Mokslinės studijos įrodė, kad internetinių tinklapių atsiliepimai ir vertinimai šiose svetainėse padidina keliautojų pasitikėjimą priimant sprendimą, mažina riziką, padeda vartotojams renkantis apgyvendinimą, taip palengvindami sprendimo priėmimą. Buvo nustatyta, kad keliautojai pasiskaito viešbučių ir kitų apgyvendinimo įstaigų atsiliepimus skirtinguose planavimo etapuose (Fotis et al., 2012): prieš kelionę, kad pasisemti idėjų ir gauti informacijos, taip pat sumažintų pasirinkimų skaičių, kad padėtų apsispręsti, apžiūrėtų ir priimtų galutinį sprendimą, pasitikslintų kelionės metu, po kelionės, palygintų ir pasidalintų įgyta patirtimi.

Vermeulen & Seegers (2009) nesutinka, kad turistų atsiliepimai įvairiuose tinklapiuose yra vertingi ir tikslūs. Jie mano, kad vartotojo sukurtas turinys suvokiamas, kaip daug patikimesnis ir vertingesnis tada, kai informacija skelbiama į oficialiuose turizmo puslapiuose, negu peržiūros svetainėse, kelionių atsiliepimų, socialines svetainėse ir interneto bendruomenėse. Taip pat pasikliaujama tiek teigiamais, tiek neigiamais vartotojų atsiliepimais.

Mėginant atskleisti socialinių tinklųvaidmenį kelionės planavimo procese buvo nustatyta, kad socialiniai tinklai yra daugiausiai naudojami prieš kelionę, nes kelionės metu ir po jos, socialinių tinklų nauda yra labai maža (Fotis et al., 2012).

Analizuojant socialinių tinklų naudą turizmo produktų pasirinkime galima teigti, kad tai yra labai reikšminga ir neatsiejama turistų dalis planuojant individualią kelionę. Ši inovacija leidžia saugiai jaustis vartotojams ir įsijausti į realią esamą situaciją, nebijant nepatenkinti savo poreikių. Tuo tarpu kiti tyrėjai teigia, kad reikia mokėti atsirinkti informaciją, pateiktą įvairiuose svetainėse bei nepasikliauti tiek teigiamais, tiek neigiamais atsiliepimais, nes tai gali būti nevisiškai patikima. Todėl remiantis jų teigimu, reikia pasirinkti tinkamą socialinių tinklų dienoraščių kategoriją (Schmallegger & Carson, 2008).

Elektroninės erdvės kriterijų dermė turistų poreikiams

Suprasti virtualaus apsipirkimo mechanizmus ir interneto vartotojų elgesį yra prioritetas praktikams, konkuruojantiems virtualioje rinkoje, kuri labai greitai plečiasi (Constantinides, 2004). Tačiau apsipirkimas šiuo būdu iš dalies priklauso nuo galimų kliūčių ir pavojų, tokių kaip asmeninės informacijos saugumas, pasiūlymai neatitiks vartotojų lūkesčių ir panašiai (Liu, 2012).

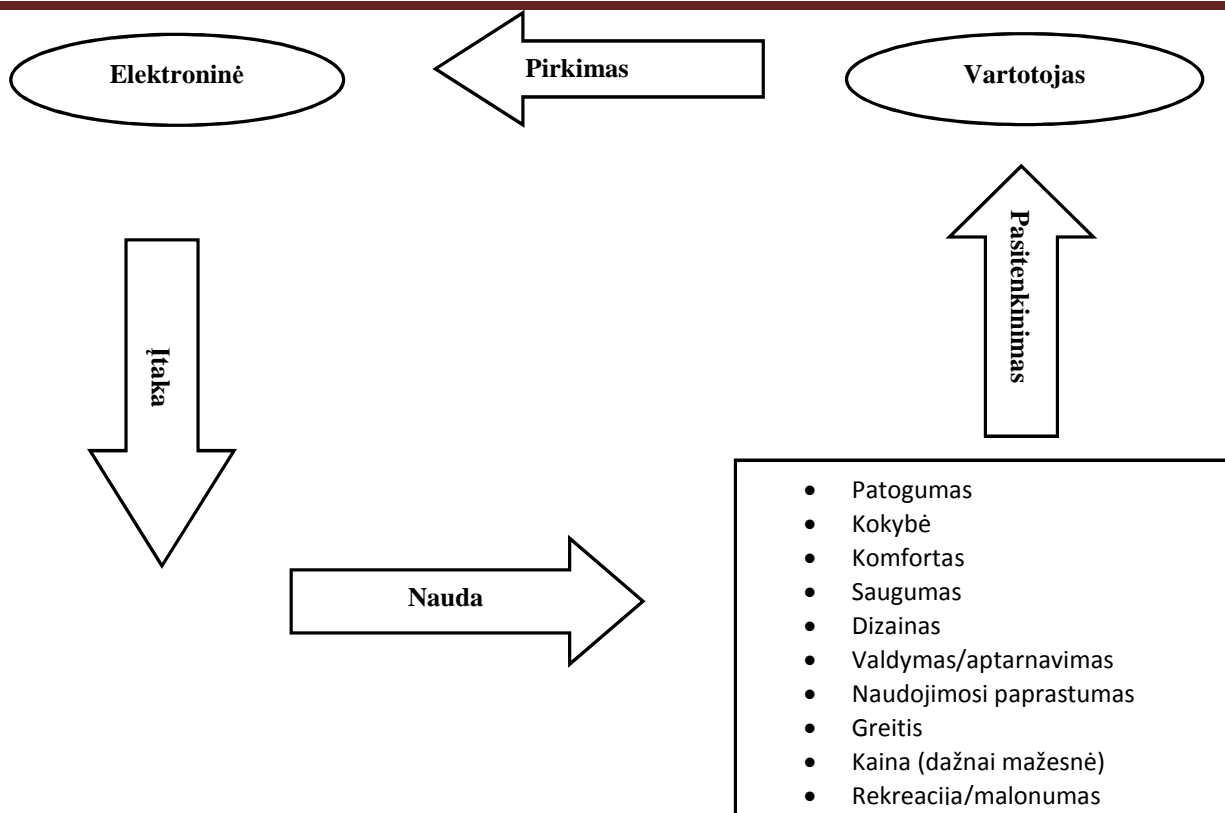
Atlikus mokslinių studijų analizę galima išskirti skirtingus naudojimosi tinklapiais ir socialiniais tinklais kriterijus, kurie atspindi vartotojišką elgseną elektroninėje erdvėje, juos pagrindžiant vartotojų argumentacija, kaip pateikta 1 lentelėje.

1 lentelė. Vartotojų elektroninės erdvės vertinimas pagal poreikius

Kriterijai	Argumentai	Autorius
Saugumas	“Jeigu aš neskaitau turistų atsiliepimų internete prieš keliaujant, aš susirūpinęs ar mano sprendimas geras”	Jalilvand et al. (2013); Trocchia & Janda (2003); Guseva (2009); Bukhari (2012);
Patikimumas (informacijos ir tinklapio)	Prieš kelionę, turistų komentarai internete padeda man pasitikėti pasirinktu.	Jalilvand et al. (2013). Guseva (2009); Abels et. al. (1997); Bukhari (2012)
Geras išdėstymas Valdymas Lengvai prieinama informacija Tinklapių greitis (tinklapių greitas užkrovimas)	Lengva pirkti prekes ar paslaugas internetu	Constantinides (2004); Davidavičienė ir Tolvaišas (2011); Abels et al. (1997); Tucker (2008); Law (2007); Bukhari (2012); Castaneda et al. (2008);
Nesuvaržytas apsipirkimas laiko atžvilgiu Patogumas Greitas paslaugų/produktų gavimas Nesudėtingas apmokėjimo procesas Greitas paslaugų/produktų gavimas	Man patinka pirkti internetu, nes galiu tai daryti bet kuriuo paros metu. Aš bijau, kad gauti produktą teks laukti ilgą laiką	Liu (2012); Constantinides (2004); Guseva (2009); Davidavičienė ir Tolvaišas (2011); Liu (2012); Law (2007); Bakanauskas ir Liesionis (2008);
Kokybė (paslaugų ir informacijos teikimo) Įdomiai pateikta informacija Naudinga informacija	Aš džiaugiuosi, teikiamos paslaugomis internetiniuose puslapiuose. Informacijos kokybė tinklalapiuose teigiamai įtakoja pastenkinimą pirkti elektroniniu būdu turizmo paslaugas	Trocchia & Janda (2003); Liu (2012); Guseva (2009) Davidavičienė ir Tolvaišas (2011); Abels et al. (1997); Law (2007); Bukhari (2012); Bakanauskas ir Liesionis, (2008);
Sąžiningumas Informacijos teisingumas	Manau, kad internetinis puslapis laikosi savo pažadų. Man neramu, kad aš negausiu produkto, po apmokėjimo Internetinė svetainė niekada nerašo melagingos informacijos	Martin (2008); Trocchia & Janda (2003); Ozen & Engizek (2013);

Kompetetingumas Aptarnavimas	Aš manau, kad šis puslapis geba gerai vykdyti savo misijas	Martin (2008); Guseva (2009); Davidavičienė ir Tolvaišas (2011);
Nuolaidų teikimas arba gerų pasiūlymų teikimas	Aš dažniausiai perku internetinėje parduotuvėje tada, kai yra nuolaidos	Ozen & Engizek (2013);
Gera atmosfera ir stiliaus buvimas Dizainas Vizualiai patrauklus	Kai aš esu blogos nuotaikos, aš apsipirkinėju norint pasijusti geriau	Ozen & Engizek (2013); Constantinides (2004); Trocchia & Janda (2003); Guseva (2009); Davidavičienė & Tolvaišas, (2011); Peattie (2002); Abels et al. (1997); Bukhari (2012); Bakanauskas ir Liesionis, (2008);
Finansinės garantijos Pinigų grąžinimas neatitikus lūkesčių	Perkant internetu baimė negauti trokštamo rezultato	Liu (2012) rėmėsi Forsythe et al. (2006)
Pagalbos teikimas Personalizavimas Bendravimas Reagavimas į užklausas		Guseva, 2009 Constantinides (2004) Abels et. al. (1997) Bukhari (2012) Bakanauskas ir Liesionis, (2008)
Kaina		Constantinides (2004); Bukhari (2012);
Rekreacija	Aš kartais negaliu nuslopinti jausmo, kad noriu kažką nusipirkti internete	Liu (2012).

Remiantis lentelės duomenimis, autoriai pirmiausia atkreipė dėmesį į tokį kriterijų, kaip patogumas. Šį kriterijų išskyrė dauguma autorių, todėl galima daryti išvadą, kad jis svarbiausias elektroninės erdvės pasiūlos vertinimo kriterijus. Kitas svarbus aspektas yra kokybė, kuri gali asocijuotis ne tik su paslaugų kokybe, bet ir informacijos tikslumu bei geru išdėstymu. Kiti svarbūs kriterijai buvo pastebėti tokie, kaip komfortas, saugumas, tinklapio dizainas, valdymas ir aptarnavimas. Remiantis daugelių autorių mokslinėmis studijomis galima apibrėžti svarbiausių kriterijų dešimtuką darančių įtaką vartotojų apsisprendimui pasirinkti turistines paslaugas internetinėje erdvėje, nes šios suteikia naudą vartotojams, tenkindami jų poreikius ir suteikdami pasitenkinimą, kaip pavaizduota 1 pav. Elektroninės erdvės naudojimas, pirkimas, kaip pavaizduota yra novatoriškas reiškinys, kuris priklauso nuo amžiaus, lyties bei tautybės (Juščius, Viskantaitė, 2010), tačiau atsiranda įtaka dėl didesnių galimybių vykdyti tarptautinę prekybą bei vystyti naujas rinkas. Nauda vartotojui yra pigesnės paslaugos ar produktai, dėl mažesnio parduotuvės išlaikymo (nereikia mokėti nuomos ir pan.), lengvas informacijos prieinamumas, didesnis pasirinkimas, patogesnis bendravimas (Rgojanu & Badea, 2006). ir net 24 val. per parą.



1 pav. Elektroninės erdvės Top 10 turizmo vartotojų poreikių pasiskirstymas pagal svarbą (sudaryta autorių)

Išvados

1. Turistine vartotojiška elgsena elektroninėje erdvėje, galima įvardinti asmens, grupių ar organizacijų veiksnius įtakojamus socialinių, psichologinių, kultūrinių ir netgi natūralių sąlygų, apimančių psichologinius arba individualius veiksnius, socialinius - kultūrą, šeimą, socialinę klasę ir situacinius – laiką, socialinę, fizinę ir protinę aplinką, turimus fizinius, kultūrinius ar tarpasmeninius ir prestižo motyvus, siekiant patenkinti savo poreikius, renkantis, įgyjant/perkant turistines paslaugas pagal turimus ir naudojamus įgūdžius sąryšyje su elektroninės erdvės galimybėmis.
2. Pagrindiniai turistinės paslaugos rinkimosi ir pirkimo elektroninėje erdvėje kriterijai yra susiję su valdymu ir patogumu bei naudojimosi paprastumu, saugumu ir patikimumu, dizaino patrauklumu, greičiu ir mažesne kaina, o taip pat galimybe bendrauti, būti interaktyviems. Elektroninės erdvės pritaikomumas šiems poreikiams suteikia turizmo vartotojams pasitenkinimą ir naudą, atskleidžia vadybininkams elektroninės erdvės dermės su vartotojų poreikiais galimybes.

Literatūros sąrašas

1. Abels G. E., White, D. M., Hah, K. (1997). Identifying user-based criteria for web pages. *Internet research: electronic networking applications and policy*, 7(4), 225-229. Peržiūrėta 2014, Kovo 18, adresu: [file:///C:/Users/VK/Downloads/863572%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/VK/Downloads/863572%20(2).pdf)
2. Akehurst, G. (2009). User generated content: the use of blogs for tourism organizations and tourism consumers. *Service business*, 3(1), 53-54. Peržiūrėta 2014, sausio 22, adresu: <http://link.springer.com/article/10.1007/s11628-008-0054-2>
3. Bakanauskas, A. (2006). *Vartotojų elgsena*. Kaunas: VDU leidykla
4. Bakanauskas, A., Liesionis, V. (2008). *Elektroninis marketingas*. Kaunas: VDU leidykla
5. Berkowitz E. N., Kerin R. A., Harley S. W. (1992). *Marketing* (p. 720) Boston: Allyn Bacon
6. Bukhari, F. M. S. (2013) The antecedents of travelers' e-satisfaction and intention to buy airline tickets online.. *Journal of enterprise information management*, 26(6), 626-628.
7. Castaneda, A. J., Farias, M. D., Rodrigues, A. M. (2008). Antecedents of internet acceptance and use as an information source by tourists. *Online information Review*, 33(3), 551. Peržiūrėta 2014, kovo 18, adresu: <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=1796005&show=abstract>
8. Constantinides, E. (2004). Influencing the online consumer's behavior: the Web experience. *Journal internet research*, 14(2), 111-117. Peržiūrėta 2014, kovo 21, adresu: <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?issn=10662243&volume=14&issue=2&articleid=1509308&show=html>
9. Davidavičienė V., Tolvaišas, J. (2011). Elektroninės prekybos interneto svetainių Lietuvoje vertinimas. *Mokslinių straipsnių rinkinys. Mokslas or praktika: aktualijos ir perspektyvos*. 66-71.
10. Fotis, J., Buhalis, D., Rossides, N. (2012). Social media use and impact during the holiday travel planning process. *MASMI research group, Cyprus*. 1-3. Peržiūrėta 2013, lapkričio 20 http://eprints.bournemouth.ac.uk/19262/1/Fotis_et_al_2012_Social_media_use_and_impact_during_the_holiday_travel_planning_process.pdf
11. Fratu, D. (2011). Factors of influence and changed in tourism consumer behaviour. *Economic science*, 4(1), 123-125.
12. Guseva, N., Ruževičius, J. (2009). Elektroninės komercijos kokybės kriterijų identifikavimas ir analizė. *Verslas: teorija ir praktika*, 11(2), 99-104.
13. http://www.google.lt/books?id=bcVu6vqR27AC&dq=consumer+behaviour+iun+tourism&lr=lang_en&hl=lt&source=gbs_navlinks_s
14. Jalilvand, R. M., Ebrahimi A., Samiei, N. (2013). Electronic word of mouth effects on tourists' attitudes toward Islamic destination and travel intention: an empirical study in Iran. *Social and behavioral science*, 81, 484-486. Peržiūrėta 2014, vasario 10, adresu: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042813015322>
15. Kotler, P., Armstrong, G. (2010). Principles of marketing: thirteenth edition. *Pearson education*, 68-85.
16. Law R. (2007). How do the preference of online buyers and browsers differ on the design and content of travel websites. *International journal of contemporary hospitality management*, 20(4), 395-396. . Peržiūrėta 2014, kovo 18, adresu: <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=1728364>
17. Liu, T. M. (2012). Perceived benefits, perceived risk, and trust Influences on consumers' group buying Behaviour [elektroninė versija]. *Asia pacific journal of marketing and logistics*, 25(2), 228-230, 230-247.

-
18. Martin, S., Camarero, C. (2008). How perceived risk affects online buying [elektroninė versija]. *Online information review – 2008*, P. 631
 19. Miguens, E., Bagio, R., Costa, C. (2008). Social media and Tourism Destinations: TripAdvisor Case Study. *Advance in tourism research*.
 20. Mikalajūnas, A., Pabedinskaitė, A. (2010). Elektroninio verslo plėtra Lietuvoje. Vilnius: VGTU. 2-4. Peržiūrėta 2014 , vasario 10, adresu: http://leidykla.vgtu.lt/conferences/BME_2010/005/pdf/Art-Mikalajunas_Pabedinskaite.pdf
 21. Mouthino L. (2011), Strategic management in tourism. *CABI*,(p. 84).
 22. Ozen, H., Engizek, N. (2013). Shopping online without thinking: being emotional or rational? *Asia pacific journal of marketing and logistics*, 26(1), 80. Peržiūrėta 2014, kovo 20, adresu: [file:///C:/Users/VK/Downloads/17102252%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/VK/Downloads/17102252%20(1).pdf)
 23. Peattie, S.(2002). Using the Internet to communicate the sun-safety message to teenagers. *Health education*, 102(5), 214. Peržiūrėta 2014, kovo 20, adresu: <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=871811&show=abstract>
 24. Rogojanu, A., Badea, L. (2006). E-Business in the Context of Global Competition. *Economic Science Series*, 17(2). Peržiūrėta 2014 , sausio 17, adresu: <http://connection.ebscohost.com/c/articles/48129359/e-business-context-global-competition>
 25. Schmallegger, D., Carson, D. (2008). Blogs in tourism: Changing approaches to information exchange. *Journal of vacation marketing*, 14(2), 100-105. Peržiūrėta 2014, kovo 21, adresu: <http://jvm.sagepub.com/content/14/2/99.short>
 26. Sirakaya, E., Woodside, A. G. (2005). Building and Testing Theories of Decision Making by Travelers. *Tour. Manage.* 26(6): 815-832. Peržiūrėta 2013 gruodžio 17, adresu: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517704001256>
 27. Smallman, C., Moore, K. (2010). Process studies of tourists' decision-making. *Annals of tourism research*, 37(2), 345-348. Peržiūrėta 2013 lapkričio 29, adresu: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0160738309001406>
 28. Trocchia, J. P., Janda, S. (2003). How do consumers evaluate Internet retail service quality? *Journal of services marketing*, 17(3), 244. Peržiūrėta 2014, sausio 27, adresu: <file:///C:/Users/VK/Downloads/855975.pdf>
 29. Tucker, P. S (2008). E-commerce standart user interface: an E-menu system. *Journal of industrial management & data systems*, 108(8), 1012. Peržiūrėta 2014, Kovo 18, adresu: [file:///C:/Users/VK/Downloads/1747081%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/VK/Downloads/1747081%20(1).pdf)
 30. Vermeulen, E. I., Seegers, D (2009). Tried and tested: The impact of online hotel reviews on consumer consideration. *Tourism management*, 30(1): 124-126. Peržiūrėta 2014, gruodžio 17, adresu: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517708000824>
-

SPORTO RENGINIŲ SOCIALINĖS NAUDOS ĮTAKOS MIESTO ĮVAIZDŽIUI RAIŠKA

Komskienė D., Sinkevičius M.K.

Lietuvos Sporto universitetas

Anotacija Šiomis dienomis laisvalaikio veikla ir būvimas aktyviam tapo didžiaja daugelio žmonių gyvenimo dalimi, nes aktyvus gyvenimo būdas yra svarbus ne tik dėl sveikatos, asmeninės gerovės, bet tapo reikšmingas reiškinys mikro ir makro ekonominiu lygmeniu. Dalyvavimas sporto renginiuose suteikia galimybę dirbti kartu, bendrauti, pramogauti ir plėtoti ryšius kultūrinių tradicijų požiūriu bei sugebėjimą kontroliuoti bendruomenės vystymąsi. Sporto renginių dėka žmonės įtraukiami į visuomeninį gyvenimą ir bendrą veiklą, tampa ne tik fiziškai, bet ir socialiai aktyviais, susivienija ir suteikia galimybę stiprinti ryšius, ne tik socialaus bendravimo, bet ir kultūrinių tradicijų požiūriu. Planuodami renginį, organizatoriai turėtų išsikelti prioritetinius tikslus tokius, kaip: socialinių pokyčių įvairovė ir gyvenimo kokybės gerinimas, taip siekdami pritraukti kuo didesnę auditoriją į renginį, užtikrinti socialinės naudos generavimą ir tokiu būdu kurti patrauklų miesto ar net šalies įvaizdį.

Atsižvelgiant į tai jog sporto renginiai prisideda prie miesto įvaizdžio formavimo per efektyvios ir sveikos bendruomenės kūrimo prizmę, kyla probleminis klausimas kiek sporto renginių organizatoriai numato ir įtraukia socialinės naudos aspektų, planuodami sporto renginius. Miesto įvaizdžio kūrimas sporto renginių socialinės įtakos pagalba vis dažniau pripažįstamas, kaip regioninis ir nacionalinis prioritetasis daugelyje šalių.

Šio straipsnio **tikslas** – nustatyti sporto renginių socialinės naudos įtaką, formuojant miesto įvaizdį. Uždaviniai: 1) išanalizuoti socialinės naudos aspektus sporto renginiuose; 2) atskleisti sporto renginių socialinės naudos įtaką, formuojant miesto įvaizdį. Straipsnis parengtas teoriniu pagrindu, pasirinktas metodas – mokslinės literatūros analizė ir sisteminimas.

Sporto renginių socialinės naudos apibūdinimas ir analizė

Renginių valdymo literatūra gvildena socialinę įtaką, koncentruodamasi į visuomenės įtraukimą, integraciją ir sąveiką, pagal tokias idėjas, kad tie, kas planuoja renginį, bando sukurti konkrečią atmosferą, kuri dažnai patraukia savo vaizdingumu. Pasak autorių sporto renginiai turi įgyti tam tikrą patrauklumą ir įtraukiančią atmosferą tam, kad žmonės noriai dalyvautų juose, socialiai integruotųsi į visuomeninę veiklą per sporto renginius (Bull & Lovell, 2007).

Daugelis mokslininkų yra kontraversiškos nuomonės dėl sporto renginių naudos, dėl jų masiškumo, tokių kaip olimpinės žaidynės ir iki paprasčiausių vienetinių sporto renginių mieste, tokių kaip maratonas. Tačiau Ziakas & Costa (2011) teigia jog nedidelio masto sporto renginiai gali atnešti

daugiau naudos (teigiamų pasekmių), nes jiems rengti užtenka esamos infrastruktūros, nereikalauja didelių investicijų ir yra lengvai prižiūrimos (kontroliuojamos). Pasak Zarantonello & Schmitt (2013) sporto renginiai įmonėms padeda sukurti socialinį ryšį su žmonėmis, taip pat renginio metu kuriamas matomumas, neigiamų atsiliepimų mažinimas, pozicionavimas, vykdoma reklamos kampanija, kuriamas miesto ar regiono įvaizdis. Pabrėžiama, jog dalyvavimo procesas yra svarbus, siekiant padidinti ir pagerinti pasitikėjimą, saugumą, tarpkultūrinį mokymąsi, socialines normas ir vertybes bei gebėjimą socialiai veikti (Schulenkorf & Edwards, 2012).

Sporto renginiai gali sukelti tam tikrų socialinių problemų, pavyzdžiui, eismo spūsčių, nusikalstamumo padidėjimą ir įstatymo priežiūros įtampą (Lee et al., 2009). Siekiant pagerinti tarpgrupinį elgesį ir sumažinti konfliktus, reikia nustatyti teigiamas ir konstruktyvias situacijas ir iškelti perspektyviausią strategiją, siekiant šio tikslo (Schulenkorf, 2009). Kaip teigia autorius, norint išvengti tam tikrų konfliktinių situacijų renginio metu reikia dar iki renginio išanalizuoti visas galimas „scenas“ ir taip pat parengti viso renginio detalų veiksmų planą tam, kad prireikus viskas būtų kaip įmanoma greičiau sukontroliuota.

Vis dėl to sporto renginiams pavyko „užmegzti“ naujus santykius, stiprinti socialinį bendravimą visuomenėje ypač tada, kai žiūrovai ir vietos gyventojai įtraukiami į programą ir turi galimybę aktyviai dalyvauti (Schulenkorf, 2009). Sporto renginiai yra labai naudingi ir galimai daug žadantys visuomenei, ne tik ekonominiu atžvilgiu kaip, kad visur plačiai aprašoma, bet ir socialiai (Fyall & Jago, 2009).

Ypatinga laisvalaikio atmosfera, kurią sukuria sporto renginiai prisideda prie naujų kontaktų ir santykių atsiradimo, bendruomenės socialinių įgūdžių stiprinimo bei vienybės jausmo tarp skirtingų grupių (Schulenkorf, 2009). Sporto renginiai, kaip priemonė gali pasiekti (strateginę) socialinę įtaką, skatinti šeimas neužsidaryti/(ne izoliuotis) namuose prie kompiuterių ar televizorių ir integruotis į visuomenę (Bull & Lovell, 2007). Aktyvus laisvalaikio praleidimas per sporto renginius suteikia galimybę kiekvienam žmogui socialiai įsitraukti į visuomenę, stiprinti socialinius įgūdžius ir taip pat suteikia galimybę šeimoms ištrūkti iš kasdienės rutinos praleidžiant prie televizijos ekranų, stiprinant ryšį tarp šeimos narių.

Visuomenė turi emocinį ryšį su sportu ir gauna nematerialią naudą iš jo, dalyvavimas sporto renginiuose atitraukia, kai kuriuos žmones nuo niūrios kasdienybės jų gyvenime, kas leidžia jiems individualizuotis ir jaustis geriau (Lee et al. 2009). Weed (2011) teigia, jog atsižvelgiant į sporto renginius ir sporto turizmą pritaikant svertą „metodą“, tai galima identifikuoti teigiamų rezultatų didinimą ir neigiamų rezultatų mažinimą per sporto renginius. Remiantis šiais autorių teiginiais galima išvelgti tai, jog sporto renginiai – skatintina veikla, kaip priemonė kuri gali padėti kiekvienam žmogui, kuris nori atsitraukti nuo kasdienės rutinos ir patirti naujų įspūdžių bei galbūt realizuoti save kitame amplua. Tai

gali ypač sietina su savanoriška veikla, į kurią gali būti įtraukti tiek pavieniai vietos gyventojai, tiek šeimos, draugai ar bendradarbiai.

Sėkmingi renginiai gerina ne tik pajamas, darbo/užimtumo galimybes ir valstybines pajamas, bet taip pat kelia „supratimą ir žinias apie šalį ar regioną“ (Tien, 2011) Kitų kultūrų ir įvairovės pažinimas per sporto renginius, gali prisidėti prie mokymosi proceso ir socialinių įgūdžių kūrimo, kuris gali sukelti geresnius tarpgrupinius santykius (Schulenkorf, 2009). Sporto turistų elgesio raida taip pat skatina naujų vertybių atsiradimą (Bouchet et al., 2004). Sporto renginiai ir turizmas per sporto renginius leidžia ne tik pažinti kitų šalių kultūrą, bet ir įgytas tam tikras žinias panaudoti savo šalyje, gerinant gyvenimo kokybę.

Igalinant/įgyvendinant socialines renginių įtakas, siūloma panaudoti pasakojimus, simbolius, reikšmes ir emocines įtakas taip, jog jos palengvintų kūrimą ir bendruomenių stiprinimą (Ziakas, 2013). Ziakas (2013) cituodamas Chalip'ą pabrėžia, kad socialiniai rezultatai gali būti gerinami/didinami, menui papildant sportą bei socialines įtakas remiant komerciniais elementais. Remiantis šiais autoriais galima teigti, jog norint į sporto renginius pritraukti kuo didesnę auditoriją iš skirtingų segmentų, sporto renginius reikia pateikti kiek galima įvairiau ar „kitu kampu“, kad tai būtų kaip naujovė, kuri kiekvieną sudomintų išmėginti. Autorius taip pat pastebi, jog renginių socialinė nauda yra pagrįsta bendruomeniškumo jausmo vystymu ir stiprinimu, o šventimas ir dalyvavimas pasirodymuose žmones suvienija iš skirtingų socialinių grupių.

Remiantis Smith (2010) sportas dažnai laikomas, kaip socialinis kapitalas (*social capital*), kuris leidžia išlaikyti aukštą ekonomikos augimo tempą, žemą nusikalstamumo lygį, gyventojų sveikatą ir efektyvesnę vyriausybę. Todėl sporto renginiai gali pagerinti miesto įvaizdį, per tam tikrą laikotarpį, nes jie pritraukia didelės auditorijos susidomėjimą, įskaitant miestą kuris investuoja pinigus ir pastangas į sporto renginį (Herstein & Berger, 2013). Remiantis autoriais galima teigti jog sporto renginiai suteikia galimybę investuoti į renginį ir iš to gauti pajamų ir taip pat siekti visuomeninės gerovės, skatinat socialinį bendravimą per sporto renginius. Sportas gali „tarnauti“, kaip viena iš kelių prevencinių priemonių prieš nusikalstamumą. Ziakas (2013) teigia, jog tarp-bendruomeniniai sporto renginiai prisideda prie vietinio našumo kūrimo, įtraukiant socialinius pokyčius, kurie gali plėsti efektą platesnei bendruomenei.

Herstein & Berger (2013) teigia, kad sportas šiandien, visų pirma yra socialinis/visuomeninis renginys. Gelders & Zuilen (2013) cituodami Kavartzis (2006) teigia, jog miesto/visuomeniniai renginiai yra galinga komunikacijos priemonė, kai kalbama apie teigiamą įtaką miesto įvaizdžiui. Visuomeniniai sporto renginiai ne tik pritraukia susidomėjusius jais, bet ir kuria tam tikrą ryšį tarp tam tikrų žmonių, verslų, vietovių.

Sporto renginių organizavimas gali sukelti ir skatinti esamą verslą bei skatinti naujų atsiradimą/augimą (Lee et al., 2009). Marketingo literatūroje aprašoma, jog per sporto renginius įmanoma

skatinti/didinti ryšį tarp vartotojų ir prekės ženklo santykių/ įmonės (Zarantonello & Schmitt, 2013) ir net miesto mastu (Herstein & Berger, 2013). Sporto renginiais dažnai naudojasi ne tik įmonės, kurios susijusios su sportu, aktyviu gyvenimu, bet ir miestai, norintys save perpozicionuoti, sukurti teigiamą patrauklų įvaizdį. Įmonės ir miestai remia sporto renginius už tai gaudamos tikslinių auditorijų pasiekiamumą sporto renginių metu, tokiu būdu kurdami tam tikrą socialinį ryšį tarp žmonių ir prekės/paslaugos ar miesto prekės ženklo.

Sporto renginių socialinės įtakos vaidmuo miesto įvaizdžiui

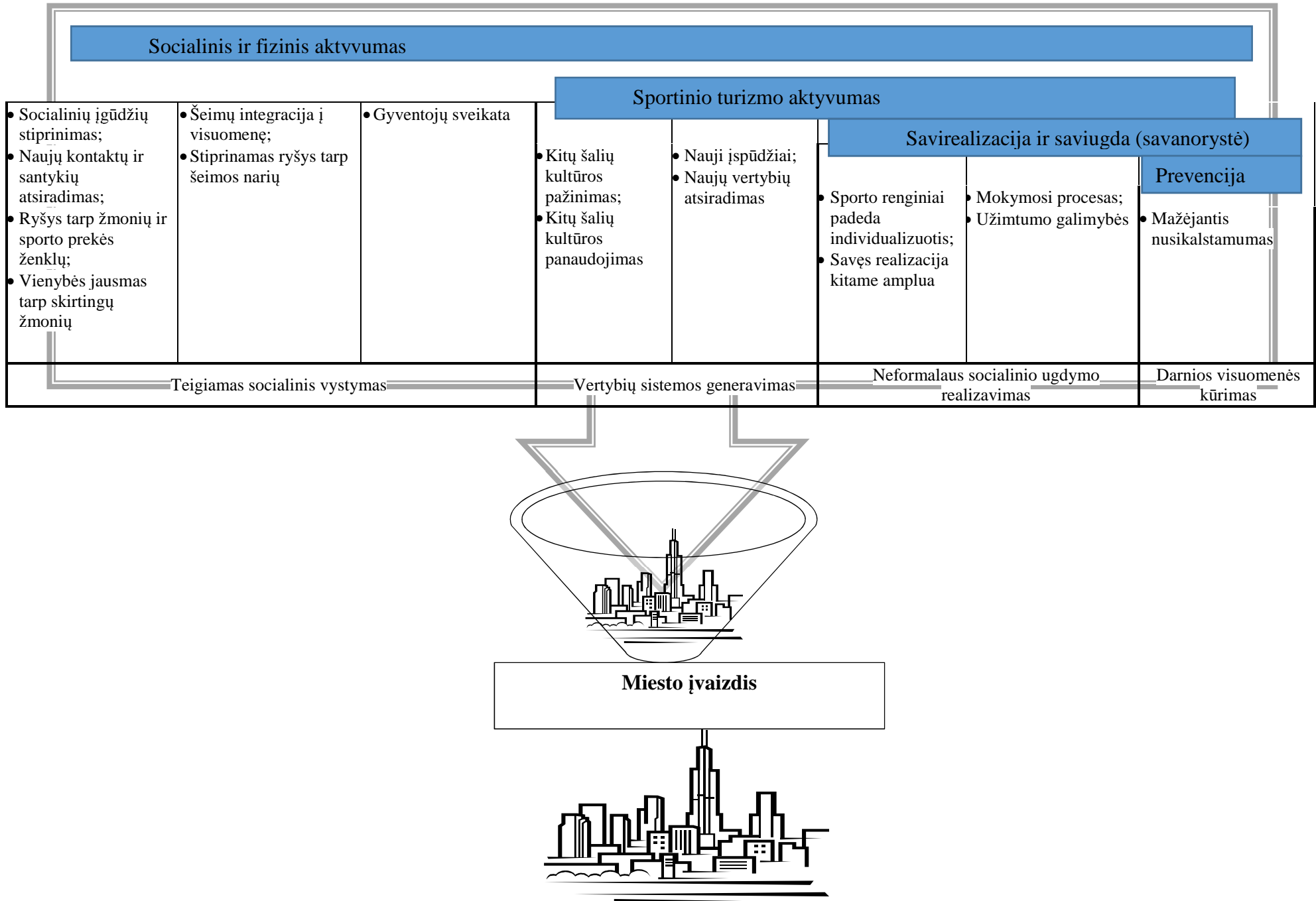
Miesto renginiai gali būti vertinami, kaip miesto prekės ženklo priemonė (Gelders & Zuilen, 2011). Visų tipų planuojami renginiai turi turizmo potencialą, bet didesni renginiai (sportas, festivaliai ir kitos kultūrų šventės ir verslas) dominuoja literatūroje ir turizmo renginių plėtroje (Gelders & Zuilen, 2011). Miestas tikėdamasis gauti ilgalaikių pajamų iš jau įvykusių turizmo renginių, turėtų įvertinti investicijas į bendrąją infrastruktūrą, kuri nėra būtina šiam renginiui, bet reikalinga pritraukiant ir aptarnaujant turistus (Solberg & Preuss, 2007). Įvairūs renginiai, uždaviniai plėtoja visapusišką požiūrį, kurio pažiūros priešingi komponentai (pvz., komercializacija prieš socialinius prioritetus, sporto pasirodymai prieš kultūrinį intelektą ir t.t.) gali būti sukombinuoti (Ziakas, 2013). Dažnai miesto renginiai sukelia žmonėms tam tikras emocijas ir pojūčius, ko eigoje sukuriamas grįžtamasis ryšys tarp miesto ir žmogaus, noras pakartoti patirtus jausmus, nuotykius, įspūdžius. Tokiu būdu yra formuojamas miesto įvaizdis žmonių akyse.

Miesto renginiai dažniausiai būna atvirojo tipo t. y., dalyvauja jaunesnio ir vyresnio amžiaus žmonės (Schulenkorf & Edwards, 2012). Ziakas (2013) cituodamas Turner teigia, jog ritualai, karnavalai, festivaliai, spektakliai ir sporto renginiai, kurie sudaro įvairaus lygio, verbalinio ir neverbalinio elgesio rinkinį, pagal kurį bendruomenė ne tik išreiškia save, bet aktyviau bando suprasti siekiant pakeisti save. Kultūriniai renginiai taip pat gyvybiškai svarbus komponentas, kurie turi būti sinergizuojami su sporto renginiais, siekiant sukurti renginių portfelį (Ziakas & Costa, 2011). Pasak autorių miesto renginiuose galima išvelgti tam tikras perspektyvas, renginiai sužadina norą keistis, ko eigoje matomai galima išvelgti norą aktyviai praleisti savo laisvalaikį, ne tik specialiuose miesto renginiuose, bet galbūt su savo šeima ir pan.

Išanalizavus daugelio mokslinių studijų rezultatus (Heere et al., 2012; Chalip, 2006; Schulenkorf & Edwards 2012; Bull & Lovell 2007; Lee et al. 2012; Zarantonello & Schmitt 2013; Smith 2010; Gelders & Zuilen 2011) 1 paveiksle pateikiami svarbūs socialinės naudos, sporto renginį vykdančiam miestui, aspektai, kurie ilgainiui sugeneruoja simbolines asociacijas ir įspūdžius, kadangi sporto renginiai pasiūlo daugiau nei vien tik ekonominę naudą, pvz.: energiją, įspūdžius, bendravimą susijusį su renginiu (Chalip, 2006), todėl generuoja tam tikrą miesto įvaizdį.

Kaip matome paveiksle, sporto renginių planuotojai ir miesto valdžia turėtų bendrai planuoti visą procesą, nes per vietos gyventojų įtraukimą į fizinį aktyvumą stiprėja miesto bendruomenės ryšiai, tuo būdu sukurdami geresnę gyvenimo kokybę, kuri įgalina vystyti ryšius ir kontaktus vietiniu ir tarptautiniu mastu.

1 pav. Sporto renginių socialinė naudos įtaka miesto įvaizdžiui



Tai sukelia grandininę reakciją į kultūrinių žinių ir tradicijų mainus sportinio turizmo kontekste, įgyjant naujų įspūdžių, kuriant naujas ir gilinant esamas vertybes. Dėl minėtų priežasčių didėja sporto renginio suinteresuotų dalyvių ratas: miesto bendruomenė, valdžia, žiniasklaida, vietos ir tarptautiniai dalyviai, žiūrovai, fanai. Savanorystės pagrindu atsiranda savirealizacija ir savęs pažinimas kitoje erdvėje, mokymosi ir užimtumo galimybės individualiame ar šeimos lygmenyje. Išvystytų minėtų sporto renginio veiklų pagrindu miesto bendruomenė tampa atsakingesnė ir labiau pilietiška, todėl mažėja ir kriminogeninė situacija. Turėdama aukštos gyvenimo kokybės pojūtį, miesto bendruomenė kuria nuotaiką, emocijas, svetingumą, kurie tiesiogiai įtakoja sporto renginio spalvingumą ir vertę, tuo būdu sukurdami neišdildomus įspūdžius ir asociacijas ir sinergijoje su sporto renginio formatu ir miesto infrastruktūra generuoja miesto įvaizdį vietos ir tarptautiniu mastu.

Apskritai jeigu renginių „portfelis“ įtraukiamas į miesto ir regionų vystymo politiką, gali duoti daug socialinės ir ekonominės naudos (Ziakas & Costa, 2011). Kaip pavyzdį galima pateikti „Tour de France“ dviračių lenktynes, kurios sulaukia didelio susidomėjimo iš viso pasaulio, žmonės ne tik keliauja į Prancūziją stebėti šių rungtynių, bet ir susirenka prie televizijos ekranų. Beveik visame pasaulyje transliuojamos varžybos, spauda mirga nuotraukų gausa iš „Tour de France“ (Bull & Lovell, 2007). Tokiu pavyzdžiu matome, jog kryptingas ir planuotas renginių planavimas atneša ne tik ekonominės naudos, bet ir socialinės (suburia didelius būrius žmonių į vieną vietą).

Išvados

1. Sporto renginių socialinė nauda įvardijama per visuomenės įtraukimą individualiame, šeimos ir verslo lygmenyje, integruojant per fizinį aktyvumą, užimtumą, kultūrinį ir meno pažinimą ir mokymąsi, taip pat savanorystę ir savirealizaciją, sąveikaujant su sporto renginiu tam tikros vietovės ar miesto erdvėje.
2. Sporto renginio socialinės naudos sukuria miesto bendruomenei teigiamą socialinį vystymąsi, vertybių sistemos generavimą, neformalaus socialinio ugdymo realizavimą ir darnios visuomenės galimybes, tuo būdu įtakodama geresnio gyvenimo kokybę, kuriai transformuojantis į teigiamas emocijas, svetingumą, vaizdingą atmosferą sporto renginio laikotarpiu, kartu su miesto infrastruktūra įgyti patyrimai ir asociacijos kuria sporto renginio ir miesto įvaizdį. Šie sąveikauja tarpusavyje kaip prekės ženklai vienas kitą papildydami ar minimizuodami. Galima teigti, kad miestų valdžia turi būti suinteresuota ir turi numatyti visas įmanomas galimybes apjungti sporto renginių organizavimo pajėgas, pirmiausia įtraukiant socialinių naudų generavimą, tuo būdu padėdama pamatą sportinio turizmo vystymui, kuris tai pat yra neatsiejama miesto ekonominės regeneracijos aktyvatorius. Tuo pačiu ekonominis miesto gerbūvis nukreiptas į sporto renginių socialines naudas sinergiškai dar aktyvuos miesto įvaizdį ateityje.

Literatūros sąrašas

1. Bouchet, P., Lebrun, A-M., Auvergne, S. (2004). Sport Tourism Consumer Experiences: A Comprehensive Model. *Journal of Sport & Tourism*, 9(2), 127-140. Peržiūrėta 2014, vasario 17, adresu: <http://web.b.ebscohost.com/bsi/pdfviewer/pdfviewer?sid=debd4d51-6dc7-4a54-9e95-6840cf6e8d62%40sessionmgr113&vid=4&hid=121>
2. Bull, C., Lovell, J. (2007). The Impact of Hosting Major Sporting Events on Local Residents: an Analysis of the Views and Perceptions of Canterbury Residents in Relation to the Tour de France 2007. *Journal of Sport & Tourism*, 12(3/4), 229-248. Peržiūrėta 2014, vasario 20, adresu: <http://web.b.ebscohost.com/bsi/pdfviewer/pdfviewer?sid=debd4d51-6dc7-4a54-9e95-6840cf6e8d62%40sessionmgr113&vid=6&hid=121>
3. Chalip, L. (2006). Towards Social Leverage of Sport Events. *Journal of Sport & Tourism*, 11(2), 109-127. Peržiūrėta 2014, kovo 9, adresu: <http://web.b.ebscohost.com/bsi/pdfviewer/pdfviewer?sid=debd4d51-6dc7-4a54-9e95-6840cf6e8d62%40sessionmgr113&vid=8&hid=121>.
4. Fyall, A., Jago, L. (2009). Sustainability in Sport & Tourism. *Journal of Sport & Tourism*, 14(2/3), 77-81. Peržiūrėta 2014, sausio 8, adresu: <http://web.a.ebscohost.com/bsi/pdfviewer/pdfviewer?sid=fdd1d6ce-d3a5-4633-81a4-bf9d8dccb633%40sessionmgr4004&vid=15&hid=4114>
5. Gelders, D., Zuilen v B. (2013). City events: short and serial reproduction effects on the city's image? *Corporate Communications: An International Journal*, 18(1), 110-118. Peržiūrėta 2014, vasario 12, adresu: <http://web.a.ebscohost.com/bsi/detail?vid=18&sid=fdd1d6ce-d3a5-4633-81a4-bf9d8dccb633%40sessionmgr4004&hid=4114&bdata=JnNpdGU9YnNpLWxpdmU%3d#db=bth&AN=8520443>
6. Schulenkorf, N., Edwards, D. (2012). Maximizing Positive Social Impacts: Strategies for Sustaining and Leveraging the Benefits of Intercommunity Sports Events in Divided Societies. *Journal of Sport Management*, 26(5), 379-390. Peržiūrėta 2014, vasario 12, adresu: <http://web.a.ebscohost.com/bsi/pdfviewer/pdfviewer?sid=fdd1d6ce-d3a5-4633-81a4-bf9d8dccb633%40sessionmgr4004&vid=21&hid=4114>
7. Heere, B., Kim, C., Yoshida, M. et al. (2012). The Impact of World Cup 2002 on the Bilateral Relationship Between South Korea and Japan. *Journal of Sport Management*, 26(2), 127-142. Peržiūrėta 2014, vasario 2, adresu: <http://web.a.ebscohost.com/bsi/pdfviewer/pdfviewer?sid=fdd1d6ce-d3a5-4633-81a4-bf9d8dccb633%40sessionmgr4004&vid=23&hid=4114>
8. Herstein, R., Berger, R. (2013). Much more than sports: sports events as stimuli for city re-branding. *Journal of Business Strategy*, 34(2), 38-44. Peržiūrėta 2014, vasario 11, adresu: <http://web.a.ebscohost.com/bsi/detail?vid=24&sid=fdd1d6ce-d3a5-4633-81a4-bf9d8dccb633%40sessionmgr4004&hid=4114&bdata=JnNpdGU9YnNpLWxpdmU%3d#db=bth&AN=8711623>
1
9. Lee, S-P., Cornwell, T-B., Babiak, K. (2012). Developing an Instrument to Measure the Social Impact of Sport: Social Capital, Collective Identities, Health Literacy, Well-Being and Human Capital. *Journal of Sport Management*, 27(1), 24-42. Peržiūrėta 2014, kovo 31, adresu: <http://web.b.ebscohost.com/bsi/pdfviewer/pdfviewer?sid=e3d572db-c145-441a-b255-9091986fee56%40sessionmgr112&vid=6&hid=121>
10. Lee, S., Shin, H., Woo, K. (2009). How public monetary support comes from non-monetary benefits through sporting events. *International Journal of Business Research*, 9(4), 185-193. Peržiūrėta 2014, vasario 18, adresu:

<http://connection.ebscohost.com/c/articles/45462785/how-public-monetary-support-comes-from-non-monetary-benefits-through-sporting-events>

11. Schulkorf, N. (2009). An ex ante framework for the strategic study of social utility of sport events. *Tourism & Hospitality Research*, 9(2), 120-131. Peržiūrėta 2014, vasario 17, adresu: <http://web.b.ebscohost.com/bsi/pdfviewer/pdfviewer?sid=030fd226-b4fa-4ca5-a32d-345113c0f477%40sessionmgr113&vid=2&hid=122>
12. Smith, A. (2010). Leveraging benefits from major events: maximising opportunities for peripheral urban areas. *Managing Leisure*, 15(3), 161-180. Peržiūrėta 2014, sausio 20, adresu: <http://web.b.ebscohost.com/bsi/pdfviewer/pdfviewer?sid=6538c8d4-de3f-42a7-8b41-36fad0408a2c%40sessionmgr112&vid=2&hid=122>
13. Solberg, H-A., Preuss, H. (2007). Major Sport Events and Long-Term Tourism Impacts. *Journal of Sport Management*, 21(2), 213-234. Peržiūrėta 2014, vasario 15, adresu: <http://web.b.ebscohost.com/bsi/pdfviewer/pdfviewer?sid=d40fdbea-604d-4b2b-aeed-11f2b927aa3a%40sessionmgr198&vid=2&hid=122>
14. Tien, C., Lo, H-C., Lin, H-W. (2011) The Economic Benefits of Mega Events: A Myth or a Reality? A Longitudinal Study on the Olympic Games. *Journal of Sport Management*, 25(1), 11-23. Peržiūrėta 2014, vasario 2, adresu: <http://web.b.ebscohost.com/bsi/pdfviewer/pdfviewer?sid=cefee9a4-d5d6-4a56-ac16-183d237f0fda%40sessionmgr113&vid=2&hid=122>
15. Weed, M. (2011). The Human Impact of Major Sport Events. *Journal of Sport & Tourism*, 16(1), 1-4. Peržiūrėta 2014, sausio 16, adresu: <http://web.b.ebscohost.com/bsi/pdfviewer/pdfviewer?sid=2a1e5f10-675c-40cc-beab-935c3d3a6990%40sessionmgr114&vid=2&hid=122>
16. Zarantonello, L., Schmitt, B-H. (2013). The impact of event marketing on brand equity. *International Journal of Advertising*, 32(2), 255-280. Peržiūrėta 2014, vasario 11, adresu: <http://web.a.ebscohost.com/bsi/pdfviewer/pdfviewer?sid=4c940dfc-5f33-481f-9ace-191e0292fbe0%40sessionmgr4001&vid=6&hid=4206>
17. Ziakas, V., Costa, C-A. (2011). The use of and Event Portfolio in Regional Community and Tourism Development: Creating Synergy between Sport and Cultural Events. *Journal of Sport & Tourism*, 16(2), 149-175. Peržiūrėta 2014, kovo 9, adresu: <http://web.b.ebscohost.com/bsi/pdfviewer/pdfviewer?sid=0f6fd3af-1033-4fe7-a5bb-148d7029e5c7%40sessionmgr112&vid=2&hid=122>
18. Ziakas, V. (2013). Fostering the social utility of events: an integrative framework for the strategic use of events in community development. *Current Issues in Tourism*. Peržiūrėta 2014, balandžio 13, adresu: <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13683500.2013.849664#tabModule>
19. Herstein, R., Berger, R. (2013). Much more than sports: sports events as stimuli for city re-branding. *Journal of Business Strategy*, 34(2), 38-44. Peržiūrėta 2014, vasario 11, adresu: <http://web.a.ebscohost.com/bsi/detail?vid=13&sid=4c940dfc-5f33-481f-9ace-191e0292fbe0%40sessionmgr4001&hid=4206&bdata=JnNpdGU9YnNpLWxpdmU%3d#db=bth&AN=8711623>
20. Hallmann, K., Feiler, S., Müller, S. & Breuer, C. (2012). The interrelationship between sport activities and the perceived winter sport experience. *Journal of Sport & Tourism*, 17(2), 145-163. Peržiūrėta 2014, kovo 8, adresu: <http://web.a.ebscohost.com/bsi/pdfviewer/pdfviewer?sid=4c940dfc-5f33-481f-9ace-191e0292fbe0%40sessionmgr4001&vid=16&hid=4206>

TURIZMO VADYBININKŲ KVALIFIKACIJOS IR KOMPETENCIJOS SĄSAJOS

Kuzminskaitė K., Rėklaitienė D.

Lietuvos sporto universitetas

Anotacija. Šiandien darbuotojų žinios ir sugebėjimai tampa pagrindiniu konkurenciniu pranašumu rinkos sąlygomis. Svarbi kiekvieno darbuotojo kompetencija, gebėjimai transformuoti turimas žinias bei gebėjimai jas pritaikyti praktiškai, gebėjimai integruotis į darbo rinką bei produktyviai dirbti konkrečioje darbinėje srityje. Atsižvelgiant į tai, kyla klausimas, kokią kompetenciją įgijęs turizmo vadybininkas galėtų būti laikomas kompetentingu ir kiek reikalingų kompetencijų turizmo vadybininkai įgyja su turima kvalifikacija? Analizuojant šį klausimą, reiktų išskirti, kurie mokomieji dalykai formuoja turizmo vadybininko kompetenciją, o ypač su darbine veikla susijusius praktinius gabumus. Darbe siekiama iširti Kauno miesto kelionių agentūrų turizmo vadybininkų kvalifikaciją atitinkančią kompetenciją.

Įvadas

Šiandien darbuotojų žinios ir sugebėjimai tampa pagrindiniu konkurenciniu pranašumu rinkos sąlygomis (Boyatzis 2008; Wheton, Cameron, 2011). Manoma, jog konkurencinis pranašumas pagrįstas išskirtinėmis darbuotojų kompetencijomis, darančiomis įtaką konkurencingumui (Singh, 2008). Vadinasi, darbuotojams sunku sėkmingai konkuruoti ir dirbti efektyviai, neturint gebėjimų, kurie galėtų padėti lanksčiai prisitaikyti prie kintančių sąlygų, dirbti komandoje, spręsti problemas bei siekti kokybiškų rezultatų (Jakiūnienė, Rekašiūtė, 2011). Taigi dėl įvairių pokyčių verslo aplinkoje ir sparčios technologijų pažangos labai svarbu įvertinti ir profesinių kompetencijų kitimą (Liučvaitienė, Paunksnienė, 2011). Dėl šių pokyčių svarbi kiekvieno darbuotojo kompetencija, gebėjimai transformuoti turimas žinias bei gebėjimai jas pritaikyti praktiškai, gebėjimai integruotis į darbo rinką bei produktyviai dirbti konkrečioje darbinėje srityje. Atsižvelgiant į tai, kyla klausimas, kokią kompetenciją įgijęs turizmo vadybininkas galėtų būti laikomas kompetentingu?

Analizuojant šį klausimą, reiktų išskirti, kurie mokomieji dalykai formuoja turizmo vadybininko kompetenciją, o ypač su darbine veikla susijusius praktinius gabumus (Wolsey et al. 2012; Burns, McIerney, 2009; Descey, Tessaring, 2002). Kompetencija nėra vienalytė, todėl ugdymo metu dėtų vystyti atskiras kompetencijos dalis, ir taip plėtoti bendrą kompetenciją. Išskyrus šias dalis, atsirastų galimybė tobulinti esamas turizmo specialistų rengimo programas, stiprinant studijų metu įgyjamų teorinių žinių ir praktinių, darbinės veiklos metu, reikalingų gebėjimų ryšį (Jonckers, 2005). Atlikta analizė galėtų įtakoti studijų programų rengėjus palyginti ir analizuoti savo sudarytose studijų programose

siūlomą įgyti kompetenciją su rinkai reikalinga turizmo vadybininkų kompetencija bei išanalizavus tikslingai rinktis ir sudaryti konkrečias studijų programas.

Tyrimo tikslas – ištirti Kauno miesto kelionių agentūrų turizmo vadybininkų kvalifikaciją atitinkančią kompetenciją.

Tyrimo metodai. Tyrimui atlikti buvo pasirinkti kelionių agentūrų biurai Kauno mieste. Siekiant išsiaiškinti Kauno kelionių agentūrų turizmo vadybininkų kvalifikaciją atitinkančią kompetenciją, buvo atlikta turizmo vadybininkų anketinė apklausa raštu, remiantis Martinkaus ir kt. (2002) išskirtu kompetencijos skirstymo modeliu, Lietuvos Respublikos profesijų klasifikatoriuje išskiriamomis turizmo vadybininko profesinėmis kompetencijomis bei R. Mikalausko ir kt. (2008) išskirtu kelionių agento kompetencijų vertinimu. Apklausa buvo vykdoma 2013 m. tiesiogiai bendraujant su kelionių agentūrų turizmo vadybininkais ir anketinė apklausa naudojantis internetu. Anketoje buvo pateikti tiek uždari, tiek atviri klausimai, kad respondentas galėtų laisvai atsakyti į pateiktą klausimą. LR Statistikos departamento bei LR Turizmo departamento duomenimis, tyrimo pradžios dieną Kauno miesto kelionių agentūrose dirbo 130 turizmo vadybininkų. Buvo apklausti 98 asmenys: 87 iš jų buvo moterys (87.9 proc.), 11 vyrai (11.1 proc.). Didžioji dalis respondentų buvo 26 – 40 m. amžiaus. 69.4 proc. turizmo vadybininkų yra baigę su turizmu nesusijusias studijas, likusioji dalis įgijusių su turizmu sritimi susijusių išsilavinimą.

Rezultatai ir jų analizė

Dauguma respondentų turėjo aukštąjį universitetinį išsilavinimą ne turizmo srityje (54.1 proc.), respondentų įgijusių aukštąjį universitetinį išsilavinimą turizmo srityje buvo 21.4 proc. visų apklaustųjų. Galima pastebėti, jog didžioji dalis tiriamųjų yra baigę su turizmu sritimi nesusijusias studijas, todėl tikėtina, jog darbą turizmo srityje pasirinko atsitiktinai. Atsižvelgiant į šiuos rezultatus, svarbu įvertinti kokioje mokslo įstaigoje buvo įgytas respondentų išsilavinimas. 23.5 proc. respondentų yra baigę KTU, 21.4 proc. - LKKA (dabar LSU), 15.3 proc. - Kauno kolegiją, 14.3 proc. – VDU. Dauguma tiriamųjų, baigusiu su turizmu nesusijusias studijų programas, baigę su administravimu (26.7 proc.) arba vadyba (10.2 proc.) susijusias studijas. Daugiausiai tiriamųjų (15.4 proc.), baigusiu su turizmu susijusias studijų programas, buvo baigę LKKA – Turizmo ir sporto vadybą (t.y. lygiai pusė baigusiu su turizmu susijusias studijų programas - 50 proc.). 6.2 proc. - Kauno kolegijos Turizmo ir viešbučių vadybos studijų programą.

Siekiant išsiaiškinti, kaip respondentai vertina turizmo vadybininkų parengimą darbo rinkai, tikslinga šį klausimą vertinti baigusiu/nebaigusiu su turizmu susijusias studijų programas atžvilgiu. Tiriamieji baigę su turizmu susijusias studijų programas parengimą vertina neigiamai – 18.4 proc. visų tiriamųjų (60 proc. baigusiu su turizmu susijusias studijas) atsakė, jog parengiami silpnai. Teigiamai (parengiami gerai) įvertino 6.1 proc. visų tiriamųjų (t.y. 20.0 proc. baigusiu su turizmu susijusias studijas). Galima daryti prielaidą, jog tiriamųjų, baigusiu su turizmu susijusias studijų programas,

turizmo vadybininkų parengimo darbo rinkai vertinimas tiesiogiai susijęs su baigtos švietimo įstaigos turizmo vadybininkų ugdymo vertinimu. Respondentai, baigę su turizmu nesusijusias studijų programas, parengimą vertino neutraliai – 32.7 proc. visų tiriamųjų. Toks atsakymo dažnumas gali būti įtakotas tiriamųjų nesucidūrimo su tiriamuoju reiškiniu. 8.2 proc. baigusiujų su turizmu nesusijusias studijų programas teigė, kad studentai parengiami gerai, 24.5 proc. - parengiami silpnai ir visiškai neparengiami – 7.1 proc. Apibendrinant rezultatus, galima teigti, jog tiriamieji neigiamai vertinusieji turizmo vadybininkų parengimą darbo rinkai sudarė 51 proc. visų tiriamųjų atsakymų. Dauguma respondentų, baigusiu su turizmu susijusias studijas ir įgijusių aukštąjį universitetinį išsilavinimą, savo kvalifikacijos pakankamumą vertino panašiai: 26.7 proc. teigė, jog nepakanka, o 23.3 proc., jog pakanka. Likę tiriamųjų atsakymai pasiskirstė tokia seka: 13.3 proc. - visiškai nepakanka ir 6.7 proc. - visiškai pakanka. Gauti rezultatai atskleidė, jog didžioji dalis baigusiujų su turizmu susijusias studijas (63.2 proc.) savo kvalifikacijos pakankamumą darbui kelionių agentūroje vertino neigiamai. Geriausiai įgytos kvalifikacijos pakankamumą vertino baigusieji aukštąsias universitetines turizmo srities studijų programas. Atsižvelgiant į tai, galima teigti, jog aukštosios universitetinės švietimo įstaigos turizmo srities specialistus darbo rinkai parengia geriau nei kitos švietimo įstaigos.

Baigusiu su turizmu nesusijusias studijas ir įgijusių aukštąjį universitetinį išsilavinimą, savo kvalifikacijos pakankamumo vertinimas pasiskirstė nevienodai. Neigiamai įvertinusių pasiskirstymas: visiškai nepakanka – 1.5 proc., nepakanka - 27.9 proc. Teigiamai įvertinusių: pakanka – 17.6 proc., visiškai nepakanka – 10.3 proc. Baigusieji aukštąsias neuniversitetines su turizmu nesusijusias studijas, turimos kvalifikacijos pakankamumą vertino gana prieštarinčiai: nepakanka ir pakanka atsakymų variantai surinko po 10.3 proc. Baigusieji aukštesniojo išsilavinimo ne turizmo srities studijų programas, pakankamumą vertino neigiamai arba neutraliai: nepakanka – 8.8 proc. ir negaliu atsakyti – 2.9 proc. Gauti rezultatai atskleidė, jog didžioji dalis baigusiujų su turizmu nesusijusias studijas (42.6 proc.) savo kvalifikacijos pakankamumą darbui kelionių agentūroje vertino neigiamai.

Kitas svarbus veiksnys – tiriamųjų nuomonė apie įgytos kvalifikacijos naudingumą darbui kelionių agentūroje. Siekiant išsiaiškinti, kaip respondentai vertina įgytos kvalifikacijos naudingumą darbui kelionių agentūroje, gauti rezultatai interpretuoti baigusiujų su turizmu susijusias/nesusijusias studijų programas ir įgyto išsilavinimo santykiu. Dauguma respondentų, baigusiu su turizmu susijusias studijas ir įgijusių aukštąjį universitetinį išsilavinimą, savo kvalifikacijos naudingumą vertino vienodai naudingumo/nenaudingumo atžvilgiu: 26.7 proc. respondentų teigė, jog naudinga, o po 6.7 proc. - visiškai nenaudinga arba labai naudinga. Baigusieji su turizmu susijusias aukštesniąsias studijų programas atsakė: visiškai nenaudinga ir nenaudinga atsakymų variantai sudarė po 10 proc. Tiriamieji baigę aukštąsias neuniversitetines turizmo srities studijas, turimos kvalifikacijos naudingumą vertino dvejopai, tačiau didžiąją atsakymų dalį sudarė neigiamas požiūris – tiriamieji teigė, jog įgyta kvalifikacija nenaudinga (6.7

proc.). Likusiųjų respondentų (3.3 proc.) nuomone, įgyta kvalifikacija yra naudinga. Rezultatai atskleidė, jog didžioji dalis baigusiųjų su turizmu susijusias studijas (60.1 proc.) savo kvalifikacijos naudingumą darbui kelionių agentūroje vertino neigiamai. Šis reiškinys gali būti įtakotas tiriamųjų, baigusiųjų su turizmu susijusias studijas, neigiamos nuomonės apie įgytos kvalifikacijos pakankamumą darbui kelionių agentūroje.

Žymiai išsiskyrė respondentų, baigusiųjų aukštąsias universitetines studijas, požiūris. Atsižvelgiant į tai, galima daryti prielaidą, kad panašus procentinis atsakymų pasiskirstymas gali būti nulemtas švietimo įstaigos arba studijų programos, kurią baigė respondentai. Norint išsiaiškinti šio reiškinio priežastis reikėtų respondentų nuomones vertinti nuomonės ir baigtos studijos programos santykiu. Kadangi tokio pobūdžio informacijos nebuvo planuota interpretuoti, atsakymai buvo lyginti su tiriamųjų, baigusiųjų su turizmu nesusijusias studijas, nuomone. Daugiausiai tiriamųjų, baigusiųjų aukštąsias universitetines su turizmu nesusijusių studijų programas, įgytos kvalifikacijos naudingumą vertino teigiamai (53 proc.): naudinga - 45.6 proc. ir labai naudinga - 7.4 proc. Likusieji procentai pasiskirstė tarp neutralaus (negaliu atsakyti - 8.8 proc.) ir neigiamo (visiškai nenaudinga - 1.5 proc.) respondentų požiūrio. Baigusieji aukštąsias neuniversitetines su turizmu nesusijusias studijas, turimos kvalifikacijos naudingumą vertino gana priešingai. Rezultatai pasiskirstė tokia seka: naudinga - 11.8 proc., visiškai nenaudinga - 5.9 proc., nenaudinga - 4.4 proc. ir negaliu atsakyti - 2.9 proc. Panašiai pasiskirstė ir tiriamųjų, baigusių aukštesniojo išsilavinimo ne turizmo srities studijų programas, atsakymai. Rezultatai išsidėstė tokia tvarka: naudinga - 4.4 proc., negaliu atsakyti - 2.9 proc. bei labai naudinga, negaliu atsakyti ir visiškai nenaudinga variantai surinkę po 1.5 proc. Gauti rezultatai atskleidė, jog didžioji dalis baigusiųjų su turizmu nesusijusias studijas (t.y. 70.7 proc.) savo kvalifikacijos naudingumą darbui kelionių agentūroje vertino teigiamai. Atsižvelgiant į tai, galima teigti, jog su turizmu nesusijusiose studijų programose taip pat įgyjama turizmo vadybininkui naudingos kompetencijos.

Norint išsiaiškinti, kaip Kauno miesto kelionių agentūrų turizmo vadybininkai vertina asmeninės, socialinės, metodinės, valdymo ir profesinės kompetencijos svarbą turizmo vadybininko pareigose, vadybininkų teirautasi kokią kompetenciją vadybininkai yra įgiję ir kokia kompetencija, jų nuomone, yra reikalinga dirbant tokio pobūdžio darbą. Siekta atskleisti realios ir reikalingos kompetencijos blokų panašumus bei skirtumus. Atliekant tyrimą kelionių agentūrų turizmo vadybininkai buvo paprašyti pasirinkti ir pažymėti po tris svarbiausius atsakymų variantus į pateiktą klausimą apie asmeninę, socialinę ir metodinę kompetenciją, po du atsakymų variantus apie valdymo kompetenciją bei po keturis apie profesinę kompetenciją. Turizmo vadybininkų kompetencija buvo suskirstyta į dvi dalis: įgyta studijuojant ir reikalinga užimamose turizmo vadybininko pareigose.

Pirmiausia aptarsim asmeninę kompetenciją, įgytą studijuojant. 53.1 proc. respondentų nurodė, jog studijų metu įgijo sugebėjimus dirbti komandoje, grupėje, 37.8 proc. įgijo komunikavimo,

kooperavimo sugebėjimus ir 36.7 proc. mokėjimo valdyti emocijas, savikontrolės gebėjimus. Šiuos rezultatus tikslinga vertinti ir lyginti su turizmo darbe reikalinga asmenine kompetencija. Didelė dalis, t.y. 83.7 proc. respondentų atsakė, kad turizmo pareigose itin svarbu geri komunikavimo, kooperavimo sugebėjimai, 42.9 proc. nurodė sugebėjimo prisiderinti ir lankstumo gebėjimus bei 38.8 proc. - mokėjimo valdyti emocijas, savikontrolės gebėjimus. Lyginant gautus rezultatus išryškėja, jog tiriamųjų studijų metu įgyta asmeninė kompetencija iš dalies atitinka turizmo vadybininko darbe reikalingą asmeninę kompetenciją. Gauti rezultatai parodė, jog kitas respondentų pasirinkimas - „sugebėjimas dirbti komandoje, grupėje“ yra tik iš dalies reikšmingas ir turizmo darbe reikalingas gebėjimas. Kaip mažiausiai svarbias asmenines kompetencijas galima išskirti: iniciatyvumas, humoro jausmas bei kūrybiškumas ir sugebėjimas dirbti intensyviai.

Kita aktuali kompetencijos rūšis yra socialinė kompetencija. Anot Martinkaus ir kt. (2002), socialinė kompetencija, tai mokėjimas dirbti su bendradarbiais, vadovais, klientais bei sugebėjimas sukurti atitinkamą įstaigos klimatą. Labiausiai atsakymuose iš studijuojant įgytų socialinių kompetencijų išsiskyrė: sugebėjimas dėstyti savo nuomonę (52.0 proc.), sugebėjimas klausyti (46.9 proc.), sugebėjimas kontaktuoti (38.8 proc.). Vertinant rezultatus kompetencijos reikalingumo turizmo vadybininko darbe atžvilgiu svarbiausi gebėjimai bei savybės – atsakomybės jausmas (62.2 proc.), sugebėjimas kontaktuoti (56.1 proc.) bei sugebėjimas įtikinti (53.1 proc.). Lyginant gautus rezultatus galima pastebėti, jog tik vienas respondentų švietimo įstaigoje įgytas gebėjimas sutampa su turizmo vadybininko darbe reikalinga socialine kompetencija, t.y. sugebėjimas kontaktuoti. Atsakomybės jausmas ir sugebėjimas įtikinti buvo gana retai įgytos kompetencijos studijuojant. Kaip mažiausiai reikalingus gebėjimus turizmo vadybininko darbe respondentai išskyrė: sugebėjimą kooperuotis ir savęs pateikimą.

Metodinė kompetencija - tai sugebėjimas gauti informaciją, perdirbti, įvertinti ir pateikti pasiūlymus būsimai veiklai gerinti, dalyvavimas socialiniuose procesuose. Respondentų atsakymai metodinės kompetencijos atžvilgiu gana žymiai atskleidžia keturis pagrindinius mokslo įstaigoje įgytus metodines kompetencijos gebėjimus: sugebėjimas planuoti darbą (46.9 proc.), gauti, kaupti ir valdyti informaciją (42.9 proc.), analitinis mąstymas bei individualaus ir grupinio darbo technikos išmanymas (surinkę po 39.8 proc.). Vertinant tiriamųjų atsakymus atsižvelgiant į turizmo vadybininko darbe reikalingas metodines kompetencijas ryškiausiai išsiskiria: sugebėjimas gauti, kaupti ir valdyti informaciją (67.3 proc.), sugebėjimas planuoti darbą (53.1 proc.) ir konfliktų bei problemų sprendimas (45.9 proc.). Mažiausiai respondentų atsakymų surinko šie metodinės kompetencijos gebėjimai: organizacijos vystymas (6.1 proc.), tikslo suvokimas (14.3 proc.) bei individualaus ir grupinio darbo technikos išmanymas (15.3 proc.). Santykis tarp įgytos (realios) ir darbe reikalingos metodinės kompetencijos blokų pakankamai geras.

Taip pat labai svarbi aptarti kompetencijos rūšis - valdymo kompetencija. Martinkus ir kt. (2002) valdymo kompetenciją įvardina, kaip savo darbo srities ar organizacijos valdymą. Ryškiausiai iš kitų valdymo kompetencijos gebėjimų, įgytų švietimo įstaigose, išsiskiria strateginis mąstymas ir planavimas (62.2 proc.) bei paslaugos kūrimas (46.9 proc.). Rezultatus vertinant turizmo vadybininko darbe reikiamos valdymo kompetencijos atžvilgiu, galima išskirti strateginį mąstymą ir planavimą (62.2 proc.) ir organizacijos rezultatų užtikrinimą (57.1 proc.). Lyginant tyrimo metu gautus rezultatus tarpusavyje, galima pastebėti, kad strateginis mąstymas, planavimas buvo įgytas švietimo įstaigoje ir dabar yra reikalingas dirbant turizmo vadybininku.

Pati svarbiausia darbuotojų kompetencijos rūšių - profesinė kompetencija. Anot Martinkaus ir kt. (2002), profesinė kompetencija apima visas žinias, pasirengimą, reikalingą konkrečioms profesijoms. Kadangi profesinė kompetencija yra itin svarbi visuose atliekamuose darbuose, šį klausimą reiktų apžvelgti ir nagrinėti šiek tiek plačiau. Profesinę kompetenciją studentai įgyja aukštosiose mokyklose ir, įsilieję į profesinę veiklą, šias kompetencijas gali įtvirtinti, sustiprinti įgytas teorines ir praktines žinias (Martinkienė ir kt., 2011). Atsižvelgiant į šį teiginį, tikslinga profesinę kompetenciją vertinti turizmo vadybininkų įgytos/darbe reikalingos kompetencijos santykiu. Dauguma respondentų studijų metu įgijo tokius gebėjimus: užsienio kalbų mokėjimas ir gebėjimas pritaikyti praktiškai (46.9 proc.), gebėjimas teikti informaciją ir konsultuoti klientus (45.9 proc.), gebėjimas tinkamai ir tiksliai įvertinti kliento poreikius (40.8 proc.), gebėjimas dirbti su kompiuterinėmis programomis, rezervacinėmis sistemomis bei įstatymų ir kitų teisės aktų žinojimas surinkę po 37.8 proc. Lyginant gautus rezultatus (įgytą profesinę kompetenciją - realią su reikalinga turizmo vadybininko darbe) išryškėja didelis profesinės kompetencijos trūkumas, nes turizmo vadybininkai studijų metu, įgijo mažai arba nepakankamai pagrindinių turizmo darbe reikalingų profesinės kompetencijos gebėjimų.

Rezultatai atskleidė realią ir reikalingą kelionių agentūrų darbuotojų – turizmo vadybininkų kvalifikaciją. Realiąją turizmo vadybininko kvalifikaciją apibūdina jo išsilavinimo lygis bei studijų metu įgyta kompetencija. Tyrimo duomenys atskleidė, kad visi Kauno miesto kelionių agentūrų turizmo vadybininkai, dalyvavę tyrime, turėjo aukštąjį išsilavinimą, tačiau tik maža jų dalis turi turizmo vadybininkui reikalingą kvalifikaciją – turizmo vadybos kvalifikacinį laipsnį.

Šio darbo pradžioje buvo iškelta hipotezė, jog Kauno miesto kelionių agentūrose dirbantys turizmo vadybininkai turi turizmo srities kvalifikaciją atitinkančią kompetenciją, išanalizavus anketinės apklausos rezultatus nustatyta, kad tyrimo pradžioje iškeltą hipotezę galima laikyti nepasitvirtinusia ir ją paneigti. Ne visi, o tik trečdalis Kauno miesto kelionių agentūrose dirbančių turizmo vadybininkų turi turizmo srities kvalifikaciją bei tą kvalifikaciją atitinkančią kompetenciją.

Išvados

Dauguma Kauno miesto kelionių agentūrose dirbančių turizmo vadybininkų turi aukštąjį išsilavinimą, tačiau įgiję ne turizmo srities kvalifikaciją. Turizmo vadybininkai, turimos kvalifikacijos pakankamumą darbui vertino neigiamai, tačiau nors ir neturėdami reikiamos kvalifikacijos, ją laikė naudinga. Išskirtos trys problematiškiausios rengimo sritys: teorinių ir praktinių žinių neatitikimas, teorinių žinių pritaikymo sunkumai darbinei veiklai atlikti bei profesinės kompetencijos trūkumas. Turizmo vadybinko darbui būdingas nuolatinis komunikavimas su klientais bei įvairiais partneriais, greitai besikeičianti ir vis atsinaujinanti turizmo paslaugų rinka. Tiek švietimo įstaigos, tiek darbdaviai, siekdami padidinti bei užtikrinti kuo glaudesnę mokymo proceso ryšį su praktine veikla daugiausiai dėmesio turėtų skirti svarbiausios ir tokio darbo pobūdyje reikalingiausios asmeninės kompetencijos ugdymui – gebėjimas dirbti kolektyve, profesionalumas, iniciatyvumas, kooperavimo sugebėjimai, sugebėjimas prisiderinti lankstumas, mokėjimas valdyti emocijas, savikontrolė. Svarbiausiais socialinės kompetencijos - atsakomybės jausmas, sugebėjimas įtikinti, sugebėjimas kontaktuoti, gebėjimas klausyti, dėstyti mintis, mokėjimas save pateikti, sudominti bei prisiderinti. Turizmo vadybininko darbe svarbiausi metodinės kompetencijos gebėjimai – konfliktinių situacijų bei problemų sprendimas, gebėjimai planuoti ir organizuoti darbinę veiklą bei efektyviai skirstyti darbo laiką. Itin svarbiais valdymo kompetencijos gebėjimais buvo įvardinti - strateginis mąstymas ir planavimas bei organizacijos rezultatų užtikrinimas.

Literatūros sąrašas

1. Boyatzis, R. (2008). Competencies in the 21 Century. *Journal of Management Development*, 27 (1), 5 – 12.
2. Burns, J. B., Mclerney, J. A. (2009). *Career opportunities in travel and hospitality*. USA: American hotel and lodging association.
3. Descey, P., Tessaring, M., (2002). *Training and learning for competence*. Second report on vocational training research in Europe. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities.
4. Jakiūnienė, R., Rekašiūtė, L. (2011). Bendrųjų kompetencijų ugdymo svarba rengiant vadybos specialistus. *Studijos beiskeičiančioje verslo aplinkoje: respublikinės mokslinės – praktinės konferencijos medžiaga* (p. 64-69). Vilnius: LEDA.
5. Jonckers, P., (2005). General trends and skill needs in the tourism sector in Europe. *Trends and skill needs in tourism*, 115, 7 – 11.
6. Liučvaitienė, A., Paunksnienė, J. (2011). Profesinių kompetencijų transformacija verslo aplinkoje. *Studijos beiskeičiančioje verslo aplinkoje: respublikinės mokslinės – praktinės konferencijos medžiaga* (p. 75 – 80). Vilnius: LEDA.
7. Martinkienė, J., Šaltytė, J., Rupeikienė, L., Viningienė, D. Aukštojoje mokykloje įgyjamų profesinių kompetencijų vertinimas profesinėje veikloje. Iš *Studies in modern society* [interaktyvus]. 2011, [žiūrėta 2012-03-31]. Prieiga per internetą: < <http://web.ebscohost.com/ehost/detail?vid=11&hid=111&sid=38c5e290-068c-4ec0-a5c7-746b3a2e2d05%40sessionmgr110&bdata=JnNpdGU9ZWZWhvc3QtbGl2ZO%3d%3d#db=ehh&AN=59415850>>.

-
8. Martinkus, B., Neverauskas, B., Sakalas, A. (2002). *Vadyba: Specialistų rengimo kiekybinis ir kokybinis aspektas*. Monografija. Kaunas: Technologija.
 9. Mikalauskas, R., Švagždienė, B., Rakaitytė, J. (2008). Kelionių agento kompetencijų vertinimas Kauno miesto kelionių organizavimo įmonėse. *Inovacijos turizmo versle ir moksle: tarptautinės mokslinės metodinės konferencijos medžiaga* (p. 59 – 64). Klaipėda: Klaipėdos verslo ir technologijų kolegija.
 10. Profesinio mokymo metodikos centras (2008). *Turizmo sektoriaus studija*. Darbuotojų ir jų kvalifikacijos kaitos prognozių tyrimo ataskaita. Vilnius
 11. Singh, L. K. (2008). *Management of travel agency*. Delhi : Isha Books.
 12. Valstybinis turizmo departamentas prie LR ūkio ministerijos (2009). *Aiškinamasis turizmo terminų žodynas: lietuvių ir anglų kalbomis*. Vilnius: Mokslo ir enciklopedijų leidybos institutas.
 13. Wheton D.A., Cameron K.S. , 2011, *Devloping Management skills*, Peerson, ISBN 13: 978-0-13-612100-8
 14. Wolsey. C; Minten S.; Abrams J., 2012, *Human resource management in the sport and leisure industry* , Abingdon, Oxon

INFRASTRUKTŪROS VIETA KURORTŲ PATRAUKLUMO FORMAVIME TEORINIŲ ASPEKTU

Kvilys E., Navickienė R.

Lietuvos sporto universitetas

Anotacija. Infrastruktūra yra būtina sąlyga kurortų vystymuisi, klientų pritraukimui ir kokybės užtikrinimui. Mokslininkai sutaria, kad atskiri infrastruktūros sektoriai/elementai daro įtaką šalies ir regionų vystymuisi, gyvenimo kokybei bei regiono ekonomikai, tačiau diskutuojama apie poveikį kurortų patrauklumo formavimui. Straipsnyje nagrinėjama infrastruktūros samprata, apibūdinama Lietuvos kurortų infrastruktūra, analizuojama kokios yra sąsajos tarp kurorto infrastruktūros ir kurorto patrauklumo teoriniu aspektu. Straipsnyje išgryninti kiekvieno Lietuvos kurorto infrastruktūros išskirtiniai elementai, kurie tiesiogiai siejasi su kurorto plėtros strategija.

Aktualumas ir problema. Kurortinis turizmas pastaruoju metu sparčiai aktyvėja ir nors mokslininkai skiria didelį dėmesį kurortų veiklai, planavimui, paslaugų gerinimui, medicininio ir sveikatinimo turizmo analizei (Sebastian, 2002; Bennett, King, 2003; Ozola, 2008; Aizenman, Jinjarak, 2008 ir kt.), tačiau nepakanka tyrimų apie Lietuvos kurortus, įgalinančius suvokti vartotojų poreikius, įvertinti jų pasitenkinimą kurortais ir teikiamomis paslaugomis. Lietuvos kurortuose (Birštonas, Neringa, Palanga, Druskininkai), remiantis kurortinių miestų Turizmo Informacijos Centrais (TIC), kiekvienais metais lankosi skirtingas lankytojų skaičius. Pavyzdžiui, 2013 metais Birštone lankėsi apie 30 tūkst. lankytojų, Palangoje ir Neringoje atitinkamai apie 65-70 tūkst. ir 100 tūkst. lankytojų. Kadangi konkrečių tyrimų susijusių su kurortų ir kurortinių teritorijų patrauklumo vertinimo kriterijais trūksta, sunku pasakyti kokie kriterijai lemia kurorto pasiskirstymą Lietuvos gyventojams. Dažniausiai mokslinėje literatūroje

kaip vienas iš kurortų ir kurortinių teritorijų patrauklumo kriterijų yra įvardijama infrastruktūra. Todėl svarbu išsiaiškinti, koks konkretus ryšys sieja kurortų patrauklumą su infrastruktūra.

Tyrimo tikslas. Identifikuoti infrastruktūros ir kurorto patrauklumo sąsajas.

Tyrimo uždaviniai. Tyrimo tikslui pasiekti buvo iškelti 3 uždaviniai: Apibrėžti infrastruktūros sąvoką; Apibūdinti esamą Lietuvos kurortų infrastruktūrą. Išsiaiškinti infrastruktūros daromą įtaką kurortų patrauklumui.

Tyrimo metodai. Atlikta mokslinės literatūros analizė ir jos sisteminimas. Pirmasis etapas – mokslinės literatūros paieška ir atranka, antrasis etapas – mokslinės literatūros analizė ir sisteminimas.

Infrastruktūros sampratos analizė

Remiantis Lietuvos Turizmo žodynu (2008) infrastruktūra (*angl.* infrastructure) - įrenginiai (transporto, ryšių, energijos, vandens tiekimo, atliekų šalinimo, statybos) ir įstaigos (mokyklos, rengiančios kvalifikuotus darbuotojus, ligoninės), kurių reikia normaliai gamybinių ūkio šakų ir visuomenės veiklai. G. Ivavičiūtė ir V. Gurskienė (2008) nurodo, kad rekreacinė infrastruktūra, tai apgyvendinimo, gydymo (sveikatingumo), maitinimo, poilsio, sporto, informacijos paskirties pastatai, kiti statiniai ir priklausiniai, statinių grupės ir kompleksai su jų užimamais žemės plotais (taip pat ir poilsio namai, sanatorijos, sveikatingumo kompleksai, nakvynės paslaugų namai, jaunimo nakvynės namai, viešbučiai, kempingai, turizmo bazės, apžvalgos aikštelės, pliažai (paplūdimiai), poilsiavietės, stovyklavietės, turizmo trasos, pažintiniai takai ir kt.), sudarantys galimybes lankytojų apgyvendinimui, maitinimui, informacijai, poilsiui, turizmui, pramogoms, sveikatingumui didinti ir kitiems rekreaciniams poreikiams tenkinti, atskiroms turizmo paslaugoms teikti. Infrastruktūra yra skirstoma į: turizmo verslo – maitinimo ir apgyvendinimo paslaugos; fizinę – turistinių objektų pasiekiamumas: kelių tinklas, dviračių takai, informacijos nuorodos ir kelio ženklai (Ivavičiūtė, Gurskienė, 2008). R. Dapkus (2008) išskiria ir kultūrinę infrastruktūrą – su ja susijęs kultūrinis turizmas, kuris ir padeda pažinti ir suprasti tam tikros vietovės istoriją, kultūrinį paveldą, tradicijas, vertybes, gyvenimo būdą ir pan. Kurorto infrastruktūra yra būtina sąlyga rekreacinių resursų ir kurorto industrijos vystymuisi, infrastruktūra taip par sukuria daug darbo vietų (Aidukienė, Simanavičienė, Bagdonienė, 2011). Valstybės investicijos į Lietuvos kurortų infrastruktūrą iki šiol buvo nepakankamos, skyrėsi ir kurortų savivaldybių išlaidos sveikatingumui (sportui), rekreacijai ir kultūrai: Birštone jos sudarė 13,3 proc, Neringoje - 10 proc, Druskininkuose - 4,4 proc, Palangoje - 3,6 proc. visų metinių savivaldybės biudžeto išlaidų (Žalienė, Žalys, Iždonaitė – Medžiūnienė, 2009). Labai pastebimi ir aiškūs infrastruktūriniai užsienio turistų srauto į Lietuvą apribojimai. Pagrindinis užsienio lankytojų srautas atvyksta į Lietuvą kelių transportu – 79 proc., o kitomis transporto rūšimis žymiai mažiau: 15 proc. – geležinkeliais, 4 proc. – oro transportu ir tik 2 proc. – jūrų transportu. Tuo būdu, jei kelių infrastruktūra yra išplėta gana gerai, tai geležinkelių transporto potencialas nėra išnaudojamas (Lietuvos kurortologijos tyrimų studija, 2007). Be to, anot VŠĮ Lietuvos

kurortologijos tyrimų centro (2002), Lietuva yra vienintelė iš Baltijos šalių, neturinti jūrinio turizmo, nes nėra sukurta keleivinio uosto ar jachtų prieplaukų infrastruktūros. Neišvystyta vidaus vandens trasų bei prieplaukų infrastruktūra neleidžia pasinaudoti tankiu Lietuvos vidaus kelių tinklu, kuris leistų nesunkiai aplankyti įvairias vietas.

Lietuvos kurortų infrastruktūros apžvalga

Lietuvos kurortai yra skirtinguose Lietuvos regionuose, kas sąlygoja ir tam tikrus jų infrastruktūros skirtumus. Pavyzdžiui, Druskininkai turizmo objektų infrastruktūros vertinimo grupėje yra įvertinti 9,39 koeficiento reikšme, vertinant savivaldybių turizmo objektų patrauklumą (Turizmo plėtros institutas, 2011). Druskininkuose yra 49 ežerai, 21 iš jų yra pripažintas Valstybės reikšmės vandens telkiniais (šie ežerai negali būti privatizuojami ar gražinami privačiai nuosavybei). Reikšmingiausi ir patraukliausi vandens telkiniai yra Avirio, Latežerio, Grūto, Ilgio, Druskonio, Baltojo Bilso ežerai, Nemuno upė, Druskonio – Vijūnėlio tvenkinio baseinas. Visa tai – potencialios gamtinės sąlygos – leido plėtoti Druskininkų infrastruktūrai (Maziukas, 2009). Druskininkai yra tarptautinis rekreacijos centras, skirtas poilsiui, kurortiniam gydymui ir turizmui, pasižymintis šiuolaikine infrastruktūra, maksimaliai panudojantis gamtinius gydomuosius išteklius, kultūrinį ir istorinį potencialą, kitas šio regiono galimybes (VŠĮ Lietuvos Kurortologijos Tyrimų Centras, 2007).

Tuo tarpu Birštonas turi mažai išplėtotą infrastruktūrą, šiuo požiūriu ji lenkia, net kurortams nepriskiriamos teritorijos (Alytus, Panevėžys, Šiauliai, Lazdijų, Trakų ir Šiaulių rajonai) (Turizmo plėtros institutas, 2011). Birštonas pasižymi gydomuoju mineraliniu vandeniu bei gydomosiomis durpėmis. Birštonas iš kitų kurortų išsiskiria Nemuno kilpų suformuotu unikaliu kraštovaizdžiu (VŠĮ Lietuvos kurortologijos tyrimų centras, 2007). Kalbant apie Birštono transporto infrastruktūrą, tai Lietuvos automobilių kelių atžvilgiu, Birštonas yra palankioje vietoje (už 9km yra krašto kelias (Kaunas – Prienai – Alytus), per Birštono savivaldybę ir šalia jos driekiasi magistraliniai ir krašto keliai, kas užtikrina pakankamai didelį lankytojų srautą visais metų laikais). Laisvalaikio ir pramogų infrastruktūra Birštone išvystyta nepakankamai, kad pritrauktų didesnių pajamų vidutinio amžiaus klientų, nes nėra pakankamai golfo aikštynų, kitų laisvalaikio infrastruktūros komponentų (D. Zujus, 2007).

Plėtojant Palangos infrastruktūrą, pagrindinis dėmesys skiriamas paplūdimiams ir yra stengiamasi paplūdimius suplanuoti „lizdiniu“ principu. Juos būtina planuoti taip, kad lankytojas kuo didesnius atstumus išilgai paplūdimio galėtų nuvažiuoti automobiliu ar dviračiu, arba nueiti pėščiomis išilgai pakrantės einančiu keliu ar promenada ir kuo trumpesnius - eitų pėščias kopagūbriu ar paplūdimiu (Povilanskas, 2010). Palanga yra tarptautinis aktyvios rekreacijos pajūrio kurortas, kuris orientuotas į plataus spektro pramogų industriją ir kurortinį gydymą, ir pasižymintis išplėtotą paslaugų infrastruktūra (Lietuvos Regioninių Tyrimų Institutas, 2011). Paplūdimio infrastruktūra susideda iš trijų dalių: pramogų infrastruktūros (sporto, vaikų žaidimų aikštelės ir įrenginiai), paslaugų infrastruktūra (nuomos punktai,

prekybos ir maitinimo punktai), saugumo, sanitariniai – higieniniai ir kita infrastruktūra (gelbėjimo stotys, persirengimo kabinos, dušai, geriamo vandens čiaupai, suoliukai, šiukšliadėžės ir kt.) (Olšauskaitė-Urbonienė, Jurkus, 2013).

Neringa visais laikais buvo nuošalus, gana uždaras, prestižinis kurortas, orientuotas ramiam poilsiui - tai formuoja savita gamtinė aplinka. Paskutiniu dešimtmečiu susiformavo nuostata, kad Neringa yra aukštesnio lygio pajamas turinčių Lietuvos gyventojų bei Vokietijos turistų poilsio vieta (Lietuvos Respublikos kurortų raidos koncepcija, 2002). Kaip teigia I. Žalienė, L. Žalys ir I. Iždonaitė – Medžiūnienė (2009), Neringa yra vienintelis iš kurortų, kuris priskiriamas poilsiniam tipui. Lietuvos Respublikos kurortų raidos koncepcijoje (2002) teigiama, kad viena iš Neringos kurorto vystymo strateginių krypčių yra aukšto lygio paslaugų infrastruktūros vystymas. Neringos įvaizdis prestižinis – Neringa įtraukta į pasaulinį UNESCO sąrašą – kurortas išsiskiria pakrante ir gamta (VŠĮ Lietuvos kurortų tyrimų centras, 2007). Lietuvos Respublikos kurortų raidos koncepcijoje (2002) pabrėžiama, kad Neringa - ne tik prestižinis kurortas, bet ir Nacionalinis parkas, su išvystytu verslo ir kultūriniu pažintiniu turizmu, racionaliai panaudojantis unikalius gamtinius, etnokultūrinius išteklius, juos ypač tausojant pagal UNESCO reikalavimus.

Rinkliavų įstatyme (Žin., 2008, Nr. 52-1484) numatyta, kad kurortai, kurortinės teritorijos turi galimybę rinkti mokesčius už naudojamą infrastruktūrą, pvz., Druskininkuose, Palangoje renkamas vadinamas „pagalvės mokestis“ už apgyvendinimą, ekologinis mokestis – Neringoje.

Infrastruktūros įtaka kurortų patrauklumui

Manoma, kad siekiant padidinti turistinę trauką yra svarbus specifinių produktų kūrimas išnaudojant privalumus, kuriuos teikia ne vien vietiniai kultūriniai ištekliai, paslaugų išvystymas, bet ir vietinė socialinė – ūkinė infrastruktūra, turizmo infrastruktūrinis aprūpinimas. Kurorto infrastruktūra turi būti tokia, kad joje gerai jaustųsi ir sergantis, ir sveikas, jaunas ir vyresnio amžiaus žmogus, Lietuvos gyventojas ar jos svečias (Turizmo plėtros institutas, 2011).

Kurorto paslaugų kokybę skleidžiama per aptarnaujančio personalo darbą, komunikacijos su vartotojais sistemą ir kurortinio miesto infrastruktūrą. Šie veiksniai suformuoja kurortinio miesto įvaizdį vartotojų sąmonėje ir leidžia palyginti su laukiama ir patirta paslaugų kokybe. Kurorto infrastruktūra yra būtina sąlyga rekreacinių resursų ir kurorto industrijos vystymuisi, o jos ypatumas - aptarnauti vienu metu atvykstančius į kurortą žmones ir vietinius gyventojus, todėl kurorto infrastruktūros vystymas gerina ir regiono gyventojų gyvenimo sąlygas (Druskininkų kurorto įvaizdžio stiprinimas siekiant aukštos paslaugų kokybės, 2011).

Birštono, Druskininkų, Neringos ir Palangos fizinės infrastruktūros kokybę sąlygoja finansinių lėšų trūkumas, labai mažas turimų pajėgumų išnaudojimas, didelis įrangos nusidėvėjimas. Nagrinėjamų

kurortų fizinė infrastruktūra yra pakankama verslo plėtojimui, tačiau, siekiant aukštesnės paslaugų kokybės, ją būtina renovuoti (Lietuvos Respublikos kurortų raidos koncepcija, 2002).

Išvados

Infrastruktūra, tai apgyvendinimo, gydymo (sveikatingumo), maitinimo, poilsio, sporto, informacijos paskirties pastatai, turizmo bazės, apžvalgos aikštelės, pliažai, stovyklavietės, turizmo trasos ir kt. sudarantys galimybes lankytojų apgyvendinimui, maitinimui, informacijai, poilsiui, turizmui, pramogoms, sveikatingumui didinti ir kitiems rekreaciniais poreikiams tenkinti, atskiroms turizmo paslaugoms teikti. Lietuvos kurortai pasižymi skirtinga infrastruktūra, turinčia savitų pliusų ir minusų. Druskininkų kurortas pasižymi šiuolaikine infrastruktūra, bei savo gamtos telkiniais, Birštonas – ne itin išplėtotą infrastruktūrą, Palangos infrastruktūra išsiskiria pliažais, o Neringa dėl savo infrastruktūros laikoma prestižiniu Lietuvos kurortu. Palyginus 2013 metų lankytojų skaičių Lietuvos kurortuose (Birštonas apie 30 tūkst., Palanga apie 65-70 tūkst, Neringa apie 100 tūkst. lankytojų) galima jį susieti ir su kurortų infrastruktūros įvertinimais. Kadangi Birštono infrastruktūra yra vertinama kaip neitin išplėtotą, tai galima daryti prielaidą, kad tai yra viena iš priežasčių, kodėl ten yra kur kas mažesnis lankytojų skaičius (atitinkamai Palangoje ir Neringoje apie 2,2 ir 3,3 karto). Taigi, infrastruktūrą galima laikyti kaip vieną iš kurortų patrauklumo kriterijų, tačiau reikėtų daugiau ateities tyrimų, įrodančių šį teiginį.

Literatūros sąrašas

1. Aidukienė, L. Simanavičienė, A. Bagdonienė, D. (2011). Druskininkų kurorto įvaizdžio stiprinimas sieniant aukštos paslaugų kokybės Prieiga internetu: <http://www.ktu.lt/lt/mokslas/zurnalai/ekovad/16/1822-6515-2011-0637.pdf>. Žiūrėta 2014-02-16
2. Bennett, M., King, B. (2003). The Health Resort Sector in Australia: A Positioning Study. Prieiga internetu: http://www.academia.edu/212905/The_Health_Resort_Sector_in_Australia_A_Positioning_Study. Žiūrėta 2014-03-01.
3. Dapkus, R. Kultūrinio turizmo plėtros perspektyvos (2008). (ISSN 1822-6760 Vadybos mokslas ir studijos – kaimo verslų ir jų infrastruktūros plėtrai. Nr. 15 (4). Mokslo darbai (socialiniai mokslai, vadyba ir administravimas, 03S). Prieiga internetu: <http://vadyba.asu.lt/15/29.pdf>. Žiūrėta 2014-03-01. Žiūrėta 2014-01-07.
4. Ivanavičiūtė, G., Gurskienė, V. (2008). Rekreacinė kraštovarkla. Prieiga internetu: file:///C:/Users/Basyt%C4%97%20Viktorija/Downloads/rekrezcine_krastotvarka.pdf. Žiūrėta 2014-03-12.
5. Lietuvos kurortologijos tyrimų studija. (2007). VŠĮ "Lietuvos kurortų tyrimų centras. Parengta LR ūkio ministerijos užsakymu, sutartis Nr. 8-319, 2007 07 30). Prieiga internetu: http://www.spalietuva.lt/files/tyrimai%20ir%20studijos/LT_kurortologijos_ST_final.pdf. Žiūrėta 2014-03-04.
6. Lietuvos regioninių tyrimų institutas. (2013). Prieiga internetu: http://www.lrti.lt/veikla/proj_KurortPalang.html. Žiūrėta 2014-03-25.
7. Lietuvos Respublikos vyriausybės nutarimas „dėl Lietuvos kurortų plėtros įgyvendinimo 2005-2008 metų priemonių patvirtinimo“ (2004). (Neoficialus nutarimo tekstas. Nutarimas skelbtas: Žin., 2004, Nr. 177-6564). Žiūrėta 2014-03-09.

-
8. Maziukas, R. Turimo infrastruktūros socialinė ekonominė raida druskininkų mieste. (2009). Prieiga internetu: http://vddb.library.lt/fedora/get/LT-eLABa-0001:E.02~2009~D_20090630_095259-14493/DS.005.0.02.ETD. Žiūrėta 2014-01-24.
 9. Olišauskaitė Urbonienė, R., Jurkus, E. (2013). Pajūrio juostos žemyninės dalies paplūdimių rekreacinės aplinkos aspektai. (Miestų želdynų formavimas 2013 1(10) 208–219). Prieiga internetu: <http://krastotvarka.vhost.lt/documents/23%20Pajurio%20juostos%20zemynines.pdf>. Žiūrėta 2013-12-12.
 10. Ozola S. (2008). The Architecture and Planning of the Health Resorts in the Baltic Region in the 19th Century and the 1st Half of the 20th Century // Scientific Journal of RTU. 10. series., Architektūra un pilsētplānošana. - 2. vol. (2008), pp 84-97. Žiūrėta 2014-02-13.
 11. Paulauskienė, L. (2013). Turizmo valdymo principai ir funkcijos vietiniame savivaldybių lygmenyje. (ISSN 1822-6760. Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development. Vol. 35. No. 1. Scientific Journal). Prieiga internetu: [http://vadyba.asu.lt/35-1/ManagKaunas35\(1\)_49_1.pdf#page=99](http://vadyba.asu.lt/35-1/ManagKaunas35(1)_49_1.pdf#page=99). Žiūrėta 2014-01-08.
 12. Povilanskas, R. (2010). Kurortų darnios plėtros principai ir sąlygos. (Annales Geographicae 43–44, 2010–2011). Prieiga internetu: <http://www.geo.lt/geo/fileadmin/failai/43-44/76-84.pdf>. Žiūrėta 2014-03-09.
 13. Sebastian, I. (2002). Health & Spa Tourism. Spa Australasia, No.13, pp. 36-43. Žiūrėta 2014-03-06.
 14. The US as the "Demander of Last Resort" and its Implications on China's Current Account (2014). Prieiga internete: <http://www.nber.org/papers/w1445348/Sekmg>. Žiūrėta 2014-02-05
 15. VšĮ „Turizmo plėtros institutas“. Lietuvos turizmo potencialo įvertinimo, nustatant didžiausias turistinės traukos vietas ir jų panaudojimo prioritetus, studija. (2011). Žiūrėta 2014-02-19.
 16. Žalienė, I., Žalys, L., Išdonienė – Medžiūnienė, I. (2009). Lietuvos kurortų sveikatinimo veiklos plėtra“ (ISSN 1648-9098 Ekonomika ir vadyba: aktualijos ir perspektyvos. Nr. 2(15). pp. 349-358. Prieiga internetu: <http://archive.minfolit.lt/arch/21501/21844.pdf>. Žiūrėta 2014-02-10.
 17. Zujus, D. (2007). Karališkojo kurorto statuso suteikimo Birštonui prielaidos ir galimybės. Prieiga internetu: http://vddb.library.lt/fedora/get/LT-eLABa-0001:E.02~2007~D20070816150_032_-11405/DS.005.0.01.ETD. Žiūrėta 2014-01-10.

PRIVATAUS JURIDINIO ASMENS VALDYMO ORGANO TEISINIO STATUSO SPECIFIŠKUMĄ LEMIANTYS VEIKSNIAI

Lukauskaitė K.

Kauno kolegija

Anotacija. Juridinio asmens valdymo organas laikytinas esminiu juridinio asmens organu, per kurį juridinis asmuo įgyja įstatymų, steigimo dokumentų nustatytas teises ir pareigas bei jas įgyvendina. Juridinio asmens valdymo organas gali būti vienasmenis ir kolegialus. Vienasmenis juridinio asmens valdymo organas – juridinio asmens vadovas, kuris gali būti įvardijamas įvairiai: „direktorius“, „administracijos vadovas“, „generalinis direktorius“, „prezidentas“. Vienasmenis valdymo organas yra privalomas visuose juridiniuose asmenyse, nepriklausomai nuo juridinio asmens teisinės formos.

Kolegialus valdymo organas – valdyba, susidedanti iš keleto narių, kurių skaičių bei valdybos, kaip juridinio asmens valdymo organo, privalomumą ar galimumą nustato skirtingų teisinių formų juridinių asmenų veiklą reglamentuojantys įstatymai. Straipsnyje aptariamas privataus juridinio asmens valdymo organo teisinis statusas, jo specifiškumą lemiantys veiksniai, dėl kurių privataus juridinio asmens valdymo organui taikytinos kitokios taisyklės skyrimo ir atleidimo iš pareigų, atsakomybės taikymo aspektu, nei viešojo juridinio asmens. Analizuojant minėtus klausimus, pagrindinis dėmesys skiriamas akcinės bendrovės ar uždarnosios akcinės bendrovės, kaip vyraujančių teisinių formų privačių juridinių asmenų Lietuvoje, valdymo organo teisiniam statusui.

Įvadas

Juridiniai asmenys, tiek viešieji, tiek privatūs, įgyja teises ir įgyvendina pareigas per savo valdymo organus, kurie, ne tik vadovauja kasdienei juridinio asmens veiklai, bet ir juridinio asmens vardu sudaro sandorius su kitais teisės subjektais, atstovauja juridinį asmenį santykiuose su trečiaisiais asmenimis, vykdo įstatymuose, juridinio asmens steigimo dokumentuose jiems pavestas funkcijas. Taigi, privačių juridinių asmenų valdymo organai dalyvauja tiek vidiniuose, tiek išoriniuose santykiuose vykdydami jiems nustatytus pavedimus. Tuo tarpu kitų juridinio asmens darbuotojų atliekamos funkcijos, veikla, didžiąja dalimi apsiriboja vykdymu juridinio asmens vidinėje aplinkoje. Nors valdymo organas – bendrovės vadovas, taip pat laikytinas juridinio asmens darbuotoju, tačiau pripažįstamas jo teisinio statuso specifiškumas lyginant su paprastu darbuotoju. Taigi, kokie veiksniai lemia privataus juridinio asmens valdymo organo – vienasmenio ar kolegialaus, teisinio statusą specifiškumą.

Straipsnio tikslas – išnagrinėti privataus juridinio asmens valdymo organo teisinio statuso specifiškumą lemiančius veiksnius.

Objektas – privataus juridinio asmens valdymo organo teisinis statusas.

Uždaviniai:

1. Išanalizuoti teisinius santykius, susiklostančius tarp bendrovės vadovo ir bendrovės
2. Identifikuoti bendrovės vadovo skyrimo ir atleidimo iš pareigų ypatumus
3. Išskirti valdybos nario teisinio statuso specifiškumo ypatumus

Metodai: taikytas lyginamosios analizės metodas, analizuojant ir lyginant teisės aktų nuostatas, teisminę praktiką.

Tarp vadovo ir bendrovės susiklostantys santykiai – civiliniai teisiniai santykiai

Lietuvos Respublikos akcinių bendrovių įstatyme nustatyta, jog bendrovės vadovu gali būti fizinis asmuo, su kuriuo sudaroma darbo sutartis. Tačiau ar, atsižvelgiant į tai, kad su vadovu sudaroma darbo sutartis, vadovas laikytinas paprastu darbuotoju, ar specifinį teisinį statusą bendrovės atžvilgiu turinčiu subjektu. Pažymėtina tai, jog nors su bendrovės vadovu yra sudaroma darbo sutartis, daugelis vadovo teisių ir pareigų kyla iš įstatymo nuostatų, o ne iš sutarties. Lyginant su paprastu darbuotoju, vadovo

kompetenciją nustato įstatymai, juridinio asmens steigimo dokumentai, o paprasto darbuotojo – lokalieji teisės aktai, t.y. pareiginiai nuostatai, darbo tvarkos taisyklės, instrukcijos, kolektyvinės sutartys ir kt. Svarbu ir tai, jog juridinis asmuo, kaip teisės subjektas, teises ir pareigas įgyja, jas įgyvendina būtent per savo organus, o dažniausiai – per juridinio asmens vadovą. Tokiu būdu, juridinio asmens vadovas dalyvauja, galima sakyti, dvejopo pobūdžio santykiuose. Tai išoriniai santykiai, susiklostantys tarp bendrovės – juridinio asmens ir trečiųjų asmenų, bei vidiniai santykiai, susiklostantys su bendrove ir jos dalyviais. Lietuvos Aukščiausiasis Teismas didžioje dalyje nagrinėtų bylų susijusių su vadovo teisinio statuso klausimu yra pažymėjęs, jog „uždarosios akcinės bendrovės vadovas yra specifinę teisinę padėtį turintis darbo teisinių santykių subjektas. Bendrovės vadovas visų pirma yra bendrovės vienasmenis valdymo organas. Jis organizuoja kasdieninę bendrovės veiklą, atstovauja bendrovei, pagal suteiktą įgalinimų ribas veikdamas bendrovės vardu sudaro sandorius, priima į darbą ir atleidžia darbuotojus bei vykdo kitas jam įstatymo ir bendrovės įstatų suteiktas funkcijas. Kita vertus, bendrovės vadovas taip pat yra ir bendrovės darbuotojas, su kuriuo sudaroma darbo sutartis, taigi jis yra ir darbo santykių, siejančių jį su bendrove, dalyvis – darbuotojas. Taigi klausimus, susijusius su bendrovės vadovu, reglamentuoja tiek specialieji teisės aktai, tiek DK normos“¹. Kaip jau buvo minėta, su vadovu sudaroma darbo sutartis, tačiau daugelis vadovo teisių ir pareigų atsiranda įstatymo, o ne sutarties pagrindu. Todėl kyla klausimas, itin aktualus nustatant vadovo teisinį statusą, kokie santykiai sieja įmonės vadovą ir įmonę – civiliniai ar darbo teisiniai? Šis klausimas yra ypač reikšmingas sprendžiant ne tik vadovo teisinį statusą, bet ir įmonės vadovo civilinės atsakomybės klausimą, nes civilinės teisės normos nustato skirtingas vadovo atsakomybei taikytinas taisykles nei darbo teisės normos. Pažymėtina tai, jog specifinį vadovo teisinį statusą lemia tarp vadovo ir bendrovės susiklostantys santykiai, kurie pasižymi tam tikrais ypatumais. „Juridinio asmens vadovo teisei padėčiai reikšmingi jo santykių su steigėjais, akcininkais ar savininkais ypatumai, tačiau šiuos lemia ir juridinio asmens teisinė forma, ir steigėjo, akcininko ar savininko teisinis statusas, ir kitų juridinio asmens teisinį statusą apibūdinančių elementų visuma.“² Lietuvos Aukščiausiasis Teismas nustatė, kad „iš vienos pusės, tai yra atstovavimo santykiai, kuomet administracijos vadovui, kaip bendrovės įgaliotiniui, pavedama veikti bendrovės vardu ir savo veiksmais sukurti bendrovei teises ir pareigas. Iš kitos pusės, administracijos vadovas teikia tam tikras intelektines paslaugas, t.y. užtikrina kasdieninį bendrovės funkcionavimą ir jos reikalų tvarkymą. Trečia, administracijos vadovo veikla yra jo profesinė veikla ir pragyvenimo šaltinis, t.y. administracijos vadovo ir bendrovės santykiams būdingas darbuotoją ir darbdavį siejančio darbo santykio elementas. <...> Šie administracijos vadovo ir bendrovės santykių ypatumai sudaro pagrindą pripažinti, kad net ir tuo atveju, kai tarp administracijos vadovo ir bendrovės yra sudaryta darbo sutartis, šie santykiai iš esmės atitinka ne darbo teisinius santykius, o civilinius teisinius santykius, kuriems taikytinos pavedimo sutartį reglamentuojančios teisės normos. Tuo

¹ LAT CBS teisėjų kolegijos 2008 05 12 nutartis civ. b. P.M. v. UAB „Swiss logistic“, Nr. 3K-3-267/2008.

² LAT CBS išplėstinės teisėjų kolegijos 2008 09 28 nutartis civ. b. A.N. v. Lietuvos Respublikos kultūros ministerija, Nr. 3K-7-308/2008.

pačiu pažymėtina, kad administracijos vadovo buvimas bendrovės organu sąlygoja tai, kad daugelis administracijos vadovo teisių ir pareigų atsiranda įstatymo, o ne sutarties pagrindu, taigi administracijos vadovo ir bendrovės santykiams daugiau būdingi įstatyminio atstovavimo bruožai.“³ Taigi santykiai tarp bendrovės ir vadovo iš esmės yra pavidimo teisiniai santykiai, sukeltys bendrovės vadovui skirtingas teises pasekmes atsakomybės atsiradimo bei taikymo atžvilgiu, taipogi vadovo atleidimo iš pareigų aspektu.

Vadovo skyrimo ir atleidimo iš pareigų ypatumai

Tarp vadovo ir bendrovės susiklostantys santykiai turintys specifinių ypatumų teismų praktikoje pripažintini ne darbo teisiniais santykiais, tačiau civiliniais teisiniais santykiais. Jei būtų pripažįstama, jog vadovą ir įmonę sieja darbo santykiai, tai vadovo atleidimo iš pareigų reikėtų ieškoti tik Lietuvos Respublikos darbo kodekso normose. Lietuvos Aukščiausiasis Teismas yra išnagrinęs nemažai bylų, kuriose įmonių vadovai prašydavo pripažinti atleidimą iš darbo neteisėtu ir priteisti kompensaciją, nes buvo atleidžiami ne pagal Lietuvos Respublikos darbo kodekso normas, o vadovaujantis konkrečios juridinio asmens teisinės formos ypatumus reglamentuojančiais įstatymais. Viena iš pamatinių bylų, kurioje Lietuvos Aukščiausiasis Teismas dar 2001 metais suformavo taisyklę šiuo klausimu yra civilinė byla *V.Paliūnas v. Radviliškio rajono savivaldybė*. Šioje byloje, bendrovės vadovas, su kuriuo buvo sudaryta darbo sutartis buvo atleistas iš einamų pareigų už darbo drausmės pažeidimus, vadovaujantis Lietuvos Respublikos akcinių bendrovių įstatymu (toliau – ABĮ). Vadovas kreipėsi į teismą dėl atleidimo iš darbo pripažinimo neteisėtu ir kompensacijos priteisimo. Vadovas prašė atleisti iš darbo pagrindu, jog jam už paskutinius penkis mėnesius nebuvo išmokėtas darbo užmokestis, tačiau jo prašymas nebuvo patenkintas. Vadovas teismui nurodė, jog nors jis buvo atleistas už darbo drausmės pažeidimus, visuotinio akcininkų susirinkimo sprendime dėl jo atleidimo konkrečiai nurodytas darbo drausmės pažeidimas. Be to, atleidimas yra neteisėtas, nes jis į vadovo pareigas nebuvo renkamas, o jo darbo santykiai tęsėsi reorganizavus įmonę. Apylinkės teismas ieškinį atmetė. Apygardos teismas tenkino iš dalies, nurodydamas, jog sprendime dėl atleidimo nėra nurodytas konkretus darbo drausmės pažeidimas, sprendime suformuluoti atleidimo motyvai yra abstraktūs, vadovo kaltė ir šiurkštus pažeidimas nenustatyti. „Administracijos vadovo rinkimo arba skyrimo, o taip pat atšaukimo bei atleidimo iš šios pareigybės tvarka reglamentuota ABĮ. Esant ginčui dėl neteisėto atleidimo, būtent pagal ABĮ nuostatas teismas patikrina, ar tinkamas organas ir tinkamu būdu atšaukė bei atleido administracijos vadovą. <...> Darbo teisinius santykius reglamentuojantys teisės aktai administracijos vadovo atleidimo atveju taikytini tik galimybės perspektyvoje jam pasinaudoti socialinėmis garantijomis, susijusiomis su darbo sutartimi ir jos nutraukimu, užtikrinimo aspektu ir reguliuoja tik darbo sutarties pasibaigimo priežasties formulavimą,

³ LAT CBS išplėstinės teisėjų kolegijos 2001 10 16 nutartis civ. b. V.Paliūnas v. Radviliškio rajono savivaldybė, Nr. 3K-7-760/2001.

darbo sutarties nutraukimo ir atleidimo iš pareigų įforminimą bei atsiskaitymo tvarką.⁴ Taigi, tiek skiriant ar renkant vadovą į einamas pareigas, tiek atšaukiant ar atleidžiant jį iš pareigų, šią teisę turintis organas privalo laikytis atitinkamo nutarimo priėmimui nustatytų procedūros etapų. Vadovas turėtų būti atidus ir reikalauti sprendime nutraukti su vadovu darbo sutartį nurodyti LR DK 124 straipsnio 1 dalį. „Pagal ABĮ visuotinis akcininkų susirinkimas turi teisę rinkti administracijos vadovą, jei bendrovėje nesudaroma nei stebėtojų taryba, nei valdyba <...>, bei susirinkimo išrinktą administracijos vadovą atšaukti <...>. Taigi, kai bendrovėje nesudaroma nei stebėtojų taryba, nei valdyba, administracijos vadovo pareigos yra renkamos. Pagal ABĮ visuotinio akcininkų susirinkimo teisė atšaukti jo išrinktą administracijos vadovą nėra sąlygota jokiais aplinkybėmis, taigi ji yra absoliuti <...>. Tai reiškia, kad visuotinis akcininkų susirinkimas turi teisę bet kada atšaukti jo išrinktą administracijos vadovą ir nepriklausomai nuo pastarojo kaltės buvimo. Visuotinis akcininkų susirinkimas, realizuodamas teisę atšaukti jo išrinktą administracijos vadovą, net ir esant vadovo kaltei, neprivalo laikytis tvarkos, nustatytos drausminei nuobaudai skirti.“⁵ Tais atvejais, kai vadovas atšaukiamas iš einamų pareigų be kaltės, vadovaujantis LR DK, jam išmokama dviejų vidutinių darbo užmokesčių dydžio išėtinė išmoka, jei įstatymai ar kolektyvinė sutartis nenustato kitaip. Vadinasi, esant vadovo ir bendrovės susitarimui, išėtinės išmokos dydis gali būti didesnis, nes įstatymas numato tik minimalų jos dydį.

Dar vienas ypač aktualus klausimas – vadovo atleidimo iš einamų pareigų momentas bei atleidimo iš darbo priežasčių bei motyvų nenurodymas. Pagal LR DK įtvirtintas teisės normas, darbuotoją draudžiama atleisti iš darbo bet kuriuo momentu, t.y. jo nedarbingumo laikotarpiu, atostogų metu. Tačiau atsižvelgiant į tai, jog bendrovės vadovas nelaikytinas eiliniu darbuotoju, kokios gi taisyklės šiuo klausimu taikytinos bendrovės vadovui. Ieškovas R.D. daugelį metų dirbo AB „Lietuvos dujos“ Klaipėdos filialo direktoriumi. Darbo metu jis patyrė traumą, todėl tam tikrą laikotarpį buvo nedarbingas. Nedarbingumo laikotarpiu bendrovės valdyba priėmė sprendimą atleisti filialo direktorių iš pareigų, ko pasėkoje, pasibaigus nedarbingumo laikotarpiui ir grįžus ieškovui į darbą, darbo sutartis su juo buvo nutraukta. Ieškovas kreipėsi į teismą su ieškiniu dėl grąžinimo į darbą ir vidutinio darbo užmokesčio už priverstinį pravaikštos laiką priteisimo. Ieškinyje nurodė keletą dalykų. Visų pirma, kad atleisti jį iš darbo nebuvo teisėto pagrindo ir kad valdybos sprendimas yra nepagrįstas, nes nenurodytos atleidimo priežastys bei motyvai. Antra, sprendimas priimtas jo nedarbingumo laikotarpiu. Ieškovas taip pat nurodė, jog per visą darbo laikotarpį jam nebuvo pareikšta jokių pretenzijų dėl atliekamo darbo kokybės, darbdavį tenkino jo išsilavinimas, kvalifikacija. Pirmosios ir apeliacinės instancijos teismų sprendimai šioje byloje buvo visiškai skirtingi. Pirmos instancijos teismas ieškinį patenkino, pripažino ieškovo atleidimą iš darbo neteisėtu, nurodydamas, jog valdyba, atleidžiant filialo vadovą iš darbo privalo vadovautis ne ABĮ nuostatomis, bet LR DK, kadangi negalima suvienodinti filialo direktoriaus ir bendrovės administracijos

⁴ LAT CBS išplėtinės teisėjų kolegijos 2001 10 16 nutartis civ. b. V.Paliūnas v. Radviliškio rajono savivaldybė, 3K-7-760/2001.

⁵ Ten pat.

vadovo atšaukimo procedūros. Apeliacinės instancijos teismas ieškinį atmetė ir priėmė visai kitokį sprendimą.⁶ Apeliacinis teismas konstatavo, kad „atsakovo AB „Lietuvos dujos“ valdyba pagrįstai ir teisėtai 2005 m. lapkričio 30 d. priėmė sprendimą dėl darbo sutarties su ieškovu nutraukimo pagal DK 124 straipsnio 1 punktą, Akcinių bendrovių įstatymo 34 straipsnio 2 dalį, 4 dalies 8 punktą. Kadangi pagal Akcinių bendrovių įstatymo normas ieškovas iš Klaipėdos filialo direktoriaus pareigų galėjo būti atšauktas bet kuriuo metu nepriklausomai nuo jo kaltų veiksmų buvimo ar nebuvimo, atsakovas neprivalėjo laikytis Darbo kodekso ir kitų darbo teisinius santykius reglamentuojančių teisės aktų, kolegija pripažino nepagrįsta pirmosios instancijos teismo išvadą, kad ieškovas iš darbo buvo atleistas šiurkščiai pažeidžiant darbo teisės normas, o atleidimas iš darbo skubotu ir nemotyvuotu valdybos sprendimu ieškovo nedarbingumo laikotarpiu buvo neteisėtas. Kolegija taip pat pažymėjo, kad atsakovas, atšaukdamas ieškovą iš pareigų, neprivalėjo motyvuoti šio atšaukimo ar, prieš priimdamas sprendimą, išklausyti ieškovą.“⁷ Lietuvos Aukščiausiasis Teismas apeliacinio teismo sprendimą paliko nepakeistą. Šioje byloje teismas taipogi pasisakė dėl filialo vadovo teisinio statuso, rėmėsi aukščiau minėta byla. Teismas pažymėjo, jog „nors Akcinių bendrovių įstatyme nėra konkrečiai įtvirtinta, kad bendrovės, kuri yra juridinis asmuo, filialo vadovo teisinis statusas yra toks pats kaip ir juridinio asmens valdymo organo, filialo vadovui taikomos teisės normos, reglamentuojančios juridinio asmens vadovo veiklą.“⁸

Kitoje, Lietuvos Aukščiausiojo Teismo nagrinėtoje byloje, ieškovas, dirbęs UAB „Lietuviškas midus“ direktoriumi, valdybos sprendimu buvo atleistas iš darbo ieškovo laikinojo nedarbingumo laikotarpiu. Ieškovas teigė, jog su juo buvo sudaryta terminuota darbo sutartis renkamųjų organų įgaliojimų laikui, o jis nepagrįstai atleistas iš pareigų nepasibaigus sutarties galiojimo terminui vadovaujantis LR DK 136 straipsnio 1 dalies 3 punktu. „Kadangi darbo sutartis buvo terminuota, tai atsakovas, nutraukdamas sutartį, turėjo taikyti DK 129 straipsnio 5 dalį, nustatančią, kad darbdavys turi teisę nutraukti terminuotą darbo sutartį iki jos termino pabaigos, laikydamasis šio ir 130 straipsnio nuostatų, tik ypatingais atvejais, jei negalima darbuotojo perkelti jo sutikimu į kitą darbą, arba sumokėjęs darbuotojui už likusį darbo sutarties galiojimo laiką vidutinį darbo užmokestį. Atsakovas šiurkščiai pažeidė DK normas, atleido ieškovą visai kitu pagrindu ir atėmė iš jo teisę pasinaudoti įstatymų suteiktomis garantijomis.“⁹ Lietuvos Aukščiausiasis Teismas pažymėjo, jog „DK 129 straipsnis reglamentuoja pagrindus ir tvarką, kai darbo sutartis nutraukiama dėl svarbių priežasčių darbdavio iniciatyva ir nesant darbuotojo kaltės. Jeigu bendrovės vadovas yra atšaukiamas iš pareigų pagal ABĮ 37 straipsnio 3 dalį, tai pagal Darbo kodeksą yra taikomas DK 124 straipsnio 1 punkte numatytas darbo sutarties pasibaigimo pagrindas – darbo sutarties pabaiga kitų įstatymų numatytais pagrindais, bet

⁶ LAT CBS teisėjų kolegijos 2007 09 18 nutartis civ. b. R.D. v. AB „Lietuvos dujos“, Nr. 3K-3-332/2007.

⁷ LAT CBS teisėjų kolegijos 2007 09 18 nutartis civ. b. R.D. v. AB „Lietuvos dujos“, Nr. 3K-3-332/2007.

⁸ Ten pat.

⁹ LAT CBS teisėjų kolegijos 2006 02 15 nutartis civ. b. V.S. v. kooperatinė bendrovė Lietuvos kooperatyvų sąjunga, Nr. 3K-3-123/2006.

netaikomas DK 129 straipsnis, nes jis numato darbo sutarties nutraukimą DK nustatytu pagrindu ir kitokiomis aplinkybėmis, negu kad taikytinos ieškoviui.“¹⁰Taigi, vadovaujantis Lietuvos Aukščiausiojo Teismo suformuota praktika bei Lietuvos Respublikos akcinių bendrovių įstatymo normomis, organas, išrinkęs bendrovės vadovą ar filialo vadovą į pareigas, gali jį atšaukti iš einamų pareigų bet kuriuo momentu, nepriklausomai nuo jo kaltų veiksmų buvimo ar nebuvimo, o taip pat, nenurodant sprendime atleidimo priežasčių bei motyvų. Vadovaujantis Lietuvos Respublikos akcinių bendrovių įstatymo normomis, teisė atšaukti vadovą iš einamų pareigų nėra sąlygota jokiais aplinkybėmis, ji yra absoliuti. Vadovą išrinkusiam organui priėmus sprendimą atšaukti vadovą iš einamų pareigų, darbo sutartis su juo nutraukiama ir, jei kolektyvinėje ar darbo sutartyje nėra numatyta kitaip, vadovui išmokama dviejų vidutinių darbo užmokesčio dydžio išėitinė išmoka.

Pažvelgus į kooperatinių bendrovių, kaip vieno iš privačiųjų juridinių asmenų, valdymą ir kontrolę reglamentuojančias teisės normas, pastebėtina, jog nuostatos, nustatančios kooperatinės bendrovės vadovo skyrimo ir atšaukimo tvarką yra tapačios akcinių ar uždarytųjų akcinių bendrovių vadovų skyrimo ar atšaukimo tvarkai. Lietuvos Respublikos kooperatinių bendrovių įstatymo 17 straipsnio 6 dalyje nustatyta, kad „administracijos vadovą renka ir atšaukia valdyba, o jeigu ji nėra sudaroma – kooperatinės bendrovės narių susirinkimas. Darbo sutartį su administracijos vadovu pasirašo valdybos pirmininkas, o jeigu valdyba nėra sudaroma – kooperatinės bendrovės narių susirinkimo įgaliotas asmuo.“¹¹.

Kalbant apie individualių įmonių valdymą pažymėtina, jog individualios įmonės savininkas kartu gali būti ir individualios įmonės vadovu. Tačiau Lietuvos Respublikos individualių įmonių įstatymo nuostatos suteikia teisę individualios įmonės savininkui vadovu paskirti ir kitą asmenį. „Kai individualios įmonės vadovu savininkas paskiria kitą asmenį, su individualios įmonės vadovu sudaroma darbo ar civilinė sutartis.<...>Individualios įmonės savininkui priėmus sprendimą atšaukti vadovą, su juo sudaryta darbo ar civilinė sutartis nutraukiama.“¹² Pastebėtinas skirtumas lyginant su aukščiau aptartais įstatymais, jog šiame įstatyme įstatymo leidėjas aiškiai įvardijo, kad su individualios įmonės vadovu gali būti sudaroma civilinė sutartis, kas darytina išvada, kad sprendžiant kooperatinės bendrovės vadovo, ar paskirto individualios įmonės vadovo atleidimo iš pareigų klausimą, turėtų būti taikoma Lietuvos Aukščiausiojo Teismo suformuota praktika bylose dėl akcinių bendrovių vadovų atleidimo iš pareigų, nes šių privačiųjų juridinių asmenų organui, išrinkusiam, paskyrusiam vadovą, teisė atšaukti jį iš einamų pareigų nėra sąlygota jokiais aplinkybėmis, ji yra absoliuti.

¹⁰ Ten pat.

¹¹ Lietuvos Respublikos kooperatinių bendrovių įstatymo pakeitimo įstatymas//Valstybės žinios. 2002. Nr. IX-903.

¹² Lietuvos Respublikos individualių įmonių įstatymas//Valstybės žinios. 2003. Nr. 112-4991. 7 str. 4 d.

„Sprendžiant dėl konkretaus juridinio asmens vadovo atleidimo iš darbo pagrindų, būtina įvertinti to juridinio asmens teisinį statusą sudarančių ypatumų visumą, bendrųjų ir specialiųjų teisės aktų nuostatas, susijusias su šio klausimo reglamentavimu.“¹³ Skirtinga yra vadovo atleidimo iš pareigų bei atsiskaitymo su atleidžiamu vadovu tvarka viešuosiuose juridiniuose asmenyse. Pavyzdžiui, nagrinėjant Lietuvos Respublikos viešųjų įstaigų įstatymo nuostatas bei remiantis teismų praktikos suformuotomis taisyklėmis teigtina, jog „tarp viešosios įstaigos ir jos vadovo sudaromos darbo sutarties pagrindu susiklosto darbo santykiai. Viešosios įstaigos vadovui, skirtingai nei tokios įstaigos kolegialiems organams arba akcinės bendrovės vadovui, netaikomas atšaukimo institutas, kurio taikymas darbo teisėje vertinamas kaip darbo sutarties nutraukimo pagrindas. Viešosios įstaigos tikslas – tenkinti viešuosius interesus vykdant visuomenei naudingą veiklą – bei viešosios įstaigos ir jos steigėjų (dalininkų) specifinis bruožas – pelno nesiekimas – išskiria šiuos juridinius asmenis ir jų dalyvius iš juridinių asmenų ir jų dalyvių rūšių, kuriems būdingas pelno siekimas, pavyzdžiui, akcinių bendrovių ir akcininkų, kitokių įmonių ir jų dalyvių. Dėl to viešosios įstaigos vadovo darbo santykių atsiradimas negali būti grindžiamas fiduciarinių pavidimo teisinių santykių atsiradimu, kurie būdingi pelno siekiančių juridinių asmenų ir jų vadovų santykiams, o atleidimas – jų nutrūkimu. Kita vertus, šis motyvas nepaneigia viešosios įstaigos vadovui keliamų aukštų lojalumo, rūpestingumo, atidumo, sąžiningumo, kvalifikacijos ir pan. reikalavimų.“¹⁴ Taigi, atleidžiant viešosios įstaigos vadovą iš pareigų yra taikomos LR DK normos. Taipogi, vadovaujantis Lietuvos Respublikos viešųjų įstaigų įstatymu teigtina, jog visuotinis dalininkų susirinkimas, skirtingai nei visuotinis akcininkų susirinkimas akcinėse ar uždarosiose akcinėse bendrovėse, neturi absoliučios teisės nutraukti darbo sutartį su viešosios įstaigos vadovu. Todėl sprendžiant viešosios įstaigos vadovo atleidimo iš pareigų klausimą Lietuvos Aukščiausiojo Teismo praktika suformuota byloje dėl akcinių bendrovių vadovų atleidimo iš pareigų netaikytina.

Valdybos nario teisinis statusas bendrovėje

Valdyba – kolegialus bendrovės valdymo organas kartu su bendrovės vadovu atsakingas už nuolatinį, tinkamą bendrovės funkcionavimą. Kaip jau buvo minėta, Lietuvos Respublikos akcinių bendrovių įstatymo nuostatos nereikalauja privalomo valdybos, kaip kolegialaus organo sudarymo bendrovėje, tad teisė pasirinkti paliekama bendrovės steigėjams. Valdybos narius renka stebėtojų taryba, o jei ji bendrovėje nesudaroma – visuotinis akcininkų susirinkimas. Valdyba yra renkama bendrovės steigimo dokumentuose nustatytam laikotarpiui, kuris negali būti ilgesnis nei keturi metai. Išrinktas valdybos nariu, tas pats asmuo gali bendrovėje eiti ir kitas pareigas, būti išrinktas bendrovės vadovu ar jo patarėju tam tikrais klausimais. Valdybos nario, kaip ir vadovo teisinis statusas bendrovėje taipogi kelia mažai klausimų. Kokie santykiai sieja valdybos narius ir bendrovę, civiliniai ar darbo, kokiomis

¹³ LAT CBS išplėstinės teisėjų kolegijos 2009 05 05 nutartis civ. b. V.G. v. Vilniaus miesto savivaldybė, Nr. 3K-7-161/2009.

¹⁴ LAT CBS išplėstinės teisėjų kolegijos 2009 05 05 nutartis civ. b. V.G. v. Vilniaus miesto savivaldybė, Nr. 3K-7-161/2009.

sutartimis turėtų būti įteisinami valdybos nario santykiai su bendrove, jis eina dar ir kitas pareigas bendrovėje ir pan. Visa tai ypač aktualu sprendžiant valdybos nario atsakomybės klausimus.

Valdybos nariams, kaip ir bendrovės vadovui pavedama veikti bendrovės vardu santykiuose su trečiaisiais asmenimis. Valdybos nario teisės ir pareigos, kompetencija ir funkcijos yra nustatytos įstatymuose, bendrovės steigimo dokumentuose. Svarbus dokumentas, kuriuo valdyba privalo vadovautis ir jo laikytis savo veikloje – valdybos darbo reglamentas. „Pažymėtina, kad valdybos darbo reglamentas yra valdybos darbo tvarką nustatantis jos pačios priimtas dokumentas, kuris negali prieštarauti įstatymų ir bendrovės steigimo dokumentų (šiuo atveju – bendrovės įstatų) reikalavimams arba juos modifikuoti, t. y. pakeisti bendrovės valdybos veiklos reglamentavimą naujais principais. Atkreiptinas dėmesys ir į tai, kad bendrovės valdybos organai visų pirma privalo veikti bendrovės ir jos akcininkų naudai, laikytis įstatymų bei kitų teisės aktų ir vadovautis bendrovės įstatais, t. y. kolegialaus valdymo organo nariai, įgyvendindami jiems suteiktas teises, privalo elgtis sąžiningai ir protingai, būti lojalūs bendrovei ir akcininkams, laikytis konfidencialumo bei vengti situacijos, kai asmeniniai interesai gali prieštarauti bendrovės interesams. Kita vertus, įstatyme nustatyta bendrovės valdymo organo nario, nevykdančio arba netinkamai vykdančio jam tenkančias pareigas, prievolė atlyginti bendrovei padarytą žalą (CK 2.87 straipsnio 7 dalis).“¹⁵ Pažymėtina tai, jog galiojantys teisės aktai nenustato galimybės sudaryti darbo sutartį su valdybos nariu, jei valdybos nario pareigos yra vienintelės bendrovėje, kas sudaro pagrindą teigti, kad santykiai, susiklostantys tarp valdybos nario ir bendrovės kvalifikuotini kaip pavidimo, o ne darbo teisiniai santykiai. Tą patvirtina Lietuvos Aukščiausiojo Teismo praktika. Taigi, su valdybos nariu gali būti sudaryta civilinė sutartis, pavidimo sutartis, valdymo sutartis, o neturėtų būti sudaryta darbo sutartis, jei valdybos nario pareigos yra vienintelės bendrovėje. Tačiau, kaip jau buvo minėta, valdybos narys, šalia valdybos nario pareigų, bendrovėje gali eiti ir kitas pareigas. Tokiu atveju, su valdybos nariu turi būti sudaromos dvi sutartys – darbo ir civilinė. Taigi, bendrovę ir valdybos narį sieja tuo pačiu metu ir darbo, ir atstovavimo teisiniai santykiai. Tačiau kaip tokiu atveju išspręsti klausimą, jei dėl netinkamo pareigų vykdymo ar jų nevykdymo kyla valdybos nario atsakomybė. Ar valdybos narys turėtų atsakyti kaip darbuotojas pagal darbo teisės normas ar, kaip valdymo organo narys – pagal civilinės teisės normas. Klausimas itin svarbus, nes darbo teisės normos nustato skirtingas atsakomybei taikytinas taisykles nei civilinės teisės normos. Šį klausimą yra išsprendęs Lietuvos Aukščiausiasis Teismas. Atsakovas Giedrius Pukas AB „Dirbtinis pluoštas“ ėjo valdybos pirmininko pareigas, o taip pat dirbo generalinio direktoriaus patarėjo komerciniais klausimais pareigose. Pagal bendrovės įstatuose nustatytas normas valdybos nario atliekamas darbas valdyboje nebuvo pripažįstamas darbo santykiais, bet buvo apmokamas vadovaujantis pavidimo teisiniais, t.y. civiliniais teisiniais santykiais. Atsakovo kaip generalinio direktoriaus patarėjo komerciniais klausimais ir bendrovės santykiai buvo įteisinėti darbo sutartimi. Ieškovas AB „Dirbtinis

¹⁵ LAT CBS teisėjų kolegijos 2009 03 20 nutartis civ. b. V.V. v. UAB „Senasis lokys“, Nr. 3K-3-139/2009.

pluoštas“ kreipėsi su ieškiniu į teismą dėl atsakovo veiksmais bendrovei padarytos žalos atlyginimo, nes atsakovas savo asmeniniams tikslams panaudojo bendrovei priklausančias lėšas esančias mokėjimo kortelėse, kurios buvo perduotos atsakovui, ko pasėkoje atsirado žala. Ieškovo teigimu, atsakovo, kaip bendrovės valdybos nario, darbo santykiai su bendrove nesiejo, todėl kilusiam ginčui išspręsti taikytinos LR CK normos žalos atlyginimo normos. Atsakovas teigė, jog ginčas tarp šalių kilo iš darbo teisinių santykių, todėl atsakomybė už darbdaviui padarytą žalą turi būti taikoma vadovaujantis darbo teisės normomis. Teismai nustatė, kad ginčas dėl žalos atlyginimo kilo iš pavedimo, o ne iš darbo teisinių santykių, nors atsakovas ir užėmė antrąsias pareigas bendrovėje. Pagal ieškovo valdybos protokolą, mokėjimo kortelės su jose esančiomis lėšomis buvo išduotos atsakovui kaip valdybos pirmininkui.¹⁶ Lietuvos Aukščiausiasis Teismas yra išaiškinęs, kad „jei akcinių bendrovių administracijos vadovai, kiti valdymo organų nariai, susieti su bendrove pavedimo teisiniais santykiais, padaro žalą po 1998 m. balandžio 17 d. įsigaliojusių atitinkamų akcinių bendrovių įstatymo pataisų, kuriomis pakeistas minėtų valdymo organų narių teisinis statusas, žalos atlyginimo santykiams taikomos Akcinių bendrovių įstatymo ir CK civilinę atsakomybę reglamentuojančios normos.“¹⁷

Išvados

1. Santykiai susiklostantys tarp bendrovės ir vadovo iš esmės atitinka ne darbo teisinius santykius, o civilinius teisinius santykius, kuriems taikytinos pavedimo sutartį reglamentuojančios teisės normos. Šis vadovo teisinio statuso ypatumas lemia skirtingas teises pasekmes atsakomybės vadovui atsiradimo bei taikymo atžvilgiu. Nors su bendrovės vadovu gali būti sudaroma darbo sutartis, daugelis vadovo teisių ir pareigų kyla iš įstatymo nuostatų, o ne iš sutarties, todėl vadovo ir bendrovės santykiams daugiau būdingi įstatyminio atstovavimo bruožai.
2. Organas, išrinkęs bendrovės vadovą į pareigas, gali jį atšaukti iš einamų pareigų bet kuriuo momentu, nepriklausomai nuo jo kaltų veiksmų buvimo ar nebuvimo, o taip pat, nenurodant sprendime atleidimo priežasčių bei motyvų. Kadangi tarp vadovo ir bendrovės susiklostantys santykiai turintys specifinių ypatumų teismų praktikoje pripažintini ne darbo teisiniais santykiais, o civiliniais teisiniais, darbo teisinius santykius reglamentuojantys teisės aktai įmonės vadovo atleidimo atveju taikytini tik galimybės perspektyvoje jam pasinaudoti socialinėmis garantijomis, susijusiomis su darbo sutartimi ir jos nutraukimu, užtikrinimo aspektu ir reguliuoja tik darbo sutarties pasibaigimo priežasties formulavimą, darbo sutarties nutraukimo ir atleidimo iš pareigų įforminimą bei atsiskaitymo tvarką. Tiek skiriant ar renkant vadovą į einamas pareigas, tiek atšaukiant ar atleidžiant jį iš pareigų, šią teisę turintis organas

¹⁶ LAT CBS teisėjų kolegijos 2004 10 27 nutartis civ. b. AB „Dirbtinis pluoštas“ v. Giedrius Pukas, Nr. 3K-3-48-/2004.

¹⁷ Ten pat.

privalo laikytis atitinkamo nutarimo priėmimui nustatytų procedūros etapų. Sprendžiant kooperatinės bendrovės vadovo, ar paskirto individualios įmonės vadovo atleidimo iš pareigų klausimą, turėtų būti taikoma Lietuvos Aukščiausiojo Teismo suformuota praktika bylose dėl akcinių bendrovių vadovų atleidimo iš pareigų, nes šių privačiųjų juridinių asmenų organui, išrinkusiam, paskyrusiam vadovą, teisė atšaukti jį iš einamų pareigų nėra sąlygota jokiais aplinkybėmis, ji yra absoliuti.

3. Galiojantys teisės aktai nenustato galimybės sudaryti darbo sutartį su valdybos nariu, jei valdybos nario pareigos yra vienintelės bendrovėje, kas sudaro pagrindą teigti, kad santykiai, susiklostantys tarp valdybos nario ir bendrovės kvalifikuotini kaip pavedimo, o ne darbo teisiniai santykiai. Tad su valdybos nariu gali būti sudaryta civilinė sutartis, pavedimo sutartis, valdymo sutartis, o neturėtų būti sudaryta darbo sutartis, jei valdybos nario pareigos yra vienintelės įmonėje. Jei valdybos narys užima ir kitas pareigas toje pat bendrovėje, su juo sudaroma darbo sutartis.

Literatūros sąrašas

1. Lietuvos Respublikos akcinių bendrovių įstatymo pakeitimo įstatymas//Valstybės žinios. 2003. Nr.123-5574.
2. Lietuvos Respublikos kooperatinių bendrovių įstatymo pakeitimo įstatymas//Valstybės žinios. 2002. Nr. IX-903.
3. Lietuvos Respublikos individualių įmonių įstatymas//Valstybės žinios. 2003. Nr. 112-4991.
4. Lietuvos Respublikos viešųjų įstaigų įstatymas// Žin., 1996, Nr. 68-1633.
5. LAT CBS teisėjų kolegijos 2008 05 12 nutartis civ. b. P.M. v. UAB „Swiss logistic“, Nr. 3K-3-267/2008.
6. LAT CBS išplėstinės teisėjų kolegijos 2008 09 28 nutartis civ. b. A.N. v. Lietuvos Respublikos kultūros ministerija, Nr. 3K-7-308/2008.
7. LAT CBS išplėstinės teisėjų kolegijos 2001 10 16 nutartis civ. b. V.Paliūnas v. Radviliškio rajono savivaldybė, Nr. 3K-7-760/2001.
8. LAT CBS teisėjų kolegijos 2007 09 18 nutartis civ. b. R.D. v. AB „Lietuvos dujos“, Nr. 3K-3-332/2007.
9. LAT CBS teisėjų kolegijos 2006 02 15 nutartis civ. b. V.S. v. kooperatinė bendrovė Lietuvos kooperatyvų sąjunga, Nr. 3K-3-123/2006.
10. LAT CBS išplėstinės teisėjų kolegijos 2009 05 05 nutartis civ. b. V.G. v. Vilniaus miesto savivaldybė, Nr. 3K-7-161/2009.
11. LAT CBS teisėjų kolegijos 2009 03 20 nutartis civ. b. V.V. v. UAB “Senasis lokys”, Nr. 3K-3-139/2009.
12. LAT CBS teisėjų kolegijos 2004 10 27 nutartis civ. b. AB „Dirbtinis pluoštas“ v. Giedrius Pukas, Nr. 3K-3-48/2004.

SUSISIEKIMO DVIRAČIU GALIMYBĖS MIESTE

Martynova I., Rėklaitienė D.

Lietuvos sporto universitetas

Anotacija. Viena iš galimų kasdienį aktyvumą skatinančių priemonių yra važiavimas dviračiu. Kelionė dviračiu gali būti kaip laisvalaikio ir aktyvaus poilsio forma arba kaip susisieki mo priemonė. Technokratinė infrastruktūros plėtros strategija skiria dviračiui menką ir vis mažėjančią vaidmenį. Pagal ją, dviračiai - ne susisieki mo, o aktyvaus poilsio, kūno kultūros ugdymo priemonės (Lietuvos dviratininkų bendrija 2013). Šio darbo tikslas buvo išanalizuoti susisieki mo dviračiu galimybes mieste. Naudojant interviu tyrimo metodą nustatėme pagrindines keliavimo dviračiu problemas: nesutvarkyti dviračių takai, nepritaikyti važiuoti šaligatviai, vairuotojų ir kitų dviratininkų netolerancija ir kultūros tarp eismo dalyvių stoka. Žvelgiant miesto mastu, sunkiausiai prieinamos vietos yra miegamieji rajonai. Nėra kokybiškų takų jungiančių miesto centrą su gyvenamaisiais plotais. Dviračių takai yra vystomi rekreacinėse zonose, kadangi visuomenė dažniau supranta važiavimą dviračiu ne kaip susisieki mo priemonę, o kaip laisvalaikio praleidimo formą. Situaciją būtų galima pagerinti paskatinus konstruktyvų bendradarbiavimą tarp įvairių atsakingų valstybės ir savivaldybės institucijų bei nevyriausybinų organizacijų.

Įvadas

Šiuo metu, kai Lietuvoje žmonių fizinis aktyvumas yra nepakankamas lyginant su išsivysčiusiomis Europos šalimis, didelis dėmesys turėtų būti skiriamas visoms galimoms priemonėms skatinančioms žmones judėti. Ypač tai aktualu miesto gyventojams, kurių kasdienė veikla nereikalauja fizinio aktyvumo ir sėslus gyvenimo būdas lemia žmonių sveikatos sutrikimus, bendro fizinio pajėgumo mažėjimą, nutukimą, nesugebėjimą įveikti stresą ir panašias problemas, kurios blogina gyvenimo kokybę. Fiziškai aktyvi gyvensena, sportavimas laisvalaikiu yra žinomi kaip fizinį pajėgumą, savijautą gerinantys ir sveikatą stiprinantys veiksniai. Viena iš galimų kasdienį aktyvumą skatinančių priemonių yra važiavimas dviračiu. Kelionė dviračiu gali būti kaip laisvalaikio ir aktyvaus poilsio forma arba kaip susisieki mo priemonė. Technokratinė infrastruktūros plėtros strategija skiria dviračiui menką ir vis mažėjančią vaidmenį. Pagal ją, dviračiai - ne susisieki mo, o aktyvaus poilsio, kūno kultūros ugdymo priemonės. Alternatyvi strategija susisieki mą dviračiais vertina kaip reikšmingą trumpų nuotolių susisieki mo sistemos dalį (Lietuvos dviratininkų bendrija, 2013). Dalį, kuri ateityje turės vis didesnę svarbą. Todėl dviračių eismui, kaip ir kiekvienai kitai transporto rūšiai, yra reikalingas kelių tinklas, jungiantis visus pagrindinius traukos objektus mieste. Tačiau tam, kad kelionės dviračiais mieste taptų prasmingos, turiningos, saugios ir sveikos, vis dėlto būtinos tam sukurtos sąlygos: pakankamai išvystytas dviračių takų ir trasų tinklas mieste, kad būtų galima patogiai ir saugiai pasiekti darbo, mokymosi, poilsio

ir rekreacijos, buities ir kultūros paslaugų objektus, specialiai įrengtos dviračių saugojimo vietos, kur galima patogiai ir saugiai palikti dviratį (Darnios rekreacijos ir turizmo plėtra, 2009).

Mokslinė problema - siekiant ištirti susisiekimo dviračiu galimybes mieste, pirmiausia, analizuojama infrastruktūros dabartinė situacija mieste, taip pat siekiama įvertinti susisiekimo infrastruktūros plėtrą lemiančius veiksnius. Galima suformuluoti probleminį klausimą: kokios yra susisiekimo dviračiu galimybės mieste?

Tyrimo tikslas - išanalizuoti susisiekimo dviračiu galimybes mieste.

Tyrimo metodai ir organizavimas. Mokslinės literatūros analizė, dokumentų analizė, interviu, kokybinė turinio duomenų analizė. Mokslinės literatūros analizės metu buvo nagrinėjami šaltiniai, tiesiogiai susieti su keliavimo dviračiu samprata, nagrinėjami dokumentai, kuriais remiantis yra kuriamas dviračių takų tinklas, kurie reglamentuoja infrastruktūros vystymąsi. Interviu buvo atliekami su 5 informantais, visi turi aukštąjį išsilavinimą ir yra tiesiogiai susiję su dviratininkų judėjimu Kauno mieste. Informantų amžius yra nuo 25 metų iki 61 metų. Planuojant tyrimą buvo siekiama išsiaiškinti skirtingos patirties informantų nuomonę, kuri įvairiapusiai atskleistų nagrinėjamą temą ir kurie įvairiais aspektais galėjo pakomentuoti susisiekimo mieste galimybes (Bitinas ir kt., 2008). Interviu buvo vykdyti 2013-2014mm. Pirminėje studijoje planuota focus grupė nepavyko dėl didelio informantų užimtumo, sudėtinga suderinti visiems patogų laiką. Interviu buvo vykdyti atskirų susitikimų metu. Klausimai buvo parengti vadovaujantis mokslinės literatūros ir dokumentų analize. Užduodant klausimus buvo siekiama gauti išsamius atsakymus ir išsiaiškinti respondentų požiūrį į modeliuotą situaciją. Informantų pokalbiai buvo įrašomi į diktofoną, vėliau užrašomi ir analizuojami grupuojant ir lyginant pokalbio metu išskirtus veiksnius. Informantų imtis buvo nustatyta remiantis kokybinių tyrimo atlikimo nuostata, kad informantų vienetai įtraukiami į tyrimą tol, kol pradeda mažėti gaunamų duomenų informatyvumas.

Tyrimo rezultatai ir jų aptarimas

Išanalizavus mokslinę literatūrą ir dokumentus, galime teigti, kad susisiekimo infrastruktūra, tai sausumos, vandens ir oro kelių visuma, kartu su aptarnaujančiais pastatų kompleksais (A Visual Dictionary of Architecture, 2011). Dviračių trasa– dviračių eismui skirta teritorija, pažymėta horizontaliu ir vertikaliu ženkliniu (Lietuvos Respublikos statybos įstatymas, 2011m). Kad dviratininkai galėtų laisvai judėti mieste, EuroVelo dviračių takų sistemos įgyvendinimo gairės nurodo, kad būtų užtikrintos būtinosios sąlygos, tokios kaip: kokybiškos dangos, nuolat prižiūrimi dviračių takai, dviračių laikymo stovai prie lankytinų objektų, matomas ir aiškus dviračių takų žymėjimas ir numeracija.

Dviračių takų dangoms yra taikomi aukšti reikalavimai, nes nuo tako dangos tiesiogiai priklauso taku važiuojančių žmonių saugumas. Reikalavimus sukuria ir patvirtina Lietuvos susisiekimo ministerijos kelių transporto ir saugaus eismo skyriai, kurie yra atsakingi už takų techninius reikalavimus, jų priežiūrą ir kokybę. Tiesiant takus yra būtina atsižvelgti į rekomendacijas, kurias pateikia Europos dviratininkų

federacija (angl. European Cyclists Federation, ECF): lygumas, sukibimas, patvarumas, geras vandens nutekėjimas nuo paviršiaus, nesudėtinga statyba, paprasta priežiūra, aiškus, ir gerai matomas išsiskyrimas iš kitų paviršių, paviršius turi integruotis į natūralią aplinką. Statybos reglamente yra nurodytos būtinybės, kada reikia statyti atskirus dviračių takus, atskiriant juos nuo automobilių eismo, ir kada užtenka palikti bendrą pėsčiųjų ir dviratininkų taką. Palyginimui, skirtingai nei Lietuvos bevariklio transporto įstatyme, Vokietijoje atsižvelgiama atskirai į kelio reikšmę ir automobilių eismo intensyvumą, bei į keliu važiuojančių dviratininkų srautus.

Kuriant infrastuktūrą dviratininkams būtina yra atsižvelgti į patogias ir saugias dviračių laikymo vietas. Jos turi būti numatytos prie lankomų objektų, viešųjų reikmių pastatų, pramogų vietų, parduotuvių, maitinimo įstaigų. Įrenginėjant dviračių stovėjimo vietas būtina atkreipti dėmesį į tai, kad dviratis stovėtų tvirtai, jį galima būtų saugiai prirakinti keliuose taškuose. Šiuo atveju tinkamiausi yra „U“ formos stovai, kurių pagrindas yra tvirtai įbetonuotas į žemę. (Staukis, 2009). Europoje nėra priimtas bendras sprendimas, kaip reikėtų ženklinti dviratininkams skirtas trasas (National Cycle Plan, 2002). Tarptautinė kelių ženklavimo konvencija neapibrėžia dviračių takų ženklavimo, joje tik nurodyta, kad kelių eismo taisyklėse dviračių takai yra žymimi baltu dviračio simboliu mėlyname fone. Tokie ženklai yra priimtini ir Lietuvos kelių eismo taisyklėse. Šalys turinčios ilgąmetes važinėjimosi dviračiais tradicijas (pvz. Vokietija, Olandija) yra priėmusios sprendimą ženklinti dviračių trasas paprastais ženklais, patogiai pritvirtintais prie esamų kelio ženklų, arba naujai pastatytų tvirtinimų. Ženklai yra paprasti, lengvai suprantami kiekvienam dviratininkui. Pagrindė jie nurodo važiavimo kryptį, kilometražą likusį iki objekto ar vietovės (Vakarų Lietuvos dviračių trasos rinkodara bei vadovo dviratininkams leidyba, 2002). Vieninga ženklavimo sistema yra stiprios dviračių takų infrastruktūros elementas, siekiant užtikrinti takų naudojimą, jų populiarumą. Darniai plėtojamas dviračių takų tinklui būtina sukurti vientisą ženklų sistemą. Pagrindiniai darniai veikiančio ženklavimo bruožai: vientisas ir vienodas visoje šalyje, aiškiai suprantamas (be papildomų aiškinimų), ženklavime turi būti pavaizduotas tako numeris, važiavimo kryptis, objektas ir atstumas iki jo, takas turi būti ženklinamas abiem kryptim, ženklavimas turi būti aiškus, gerai matomas ir lengvai skaitomas važiuojantiems (~ 20km/h greičiu) dviratininkams. Kuriant ženklavimo sistemą reikia atsižvelgti ir į jos ilgaamžiškumą. Dviratininkai dažniausiai pasirenka vieną maršrutą, kuris apjungia jų kelionės tikslus. Būtent todėl ženklai turi išlikti ne vienerius metus. Kad ženklai išliktų ilgaamžiai, reikia atsižvelgti į šiuos reikalavimus: ženklų kokybę, tinkama ženklų vieta (jie turi būti gerai matomi dviratininkams, netrukdyti vairuotojams), tinkamas įtvirtinimas (stabilumas, tinkamas aukštis, ženklo negalima nusukti klaidinga kryptimi, ženklų indeksavimas (kiekvienas ženklas turi būti identifikuojamas numeriu), centrinis ženklų kadastras (visas ženklų skaičius ir jų statymo apskaita). Siekiant iš esmės spręsti klausimus, susijusius su dviračių transporto plėtra, dviračių takų infrastruktūros gerinimu bei racionaliau panaudoti esamas lėšas, 2011m. buvo sudaryta darbo grupė

dviračių transporto plėtros klausimams spręsti (Dviračių transporto plėtros iššūkiai ir galimybės Lietuvos miestuose, 2011) Ši darbo grupė kūrė 2012 ir 2013 metų programas, atsižvelgdama į seniūnijų atstovų bei dviratininkų bendrijų narių siūlymus. Šiuo metu Lietuvoje yra palankus laikas dviračių takų infrastruktūros plėtrai. Yra daug aplinkybių, kurios suteiks galimybes dviratininkams laisvai judėti mieste ir kurti darnų dviračių takų tinklą: autotransporto judėjimo apribojimas miesto centre ir rekreacinėse zonose, automobilių žalingas poveikis aplinkai, galimybė dviračiu pasiekti objektus greičiau nei automobiliu, brangus automobilio išlaikymas, jo priežiūra (Kauno miesto tarybos 2003-05-29 sprendimus T-242).

Atlikus tyrimą išaiškėjo, kad pagrindiniai neigiami susisiekimo galimybių dviračiais mieste veiksniai, kuriuos įvardino respondentai yra: dviračių takų stoka, jų nelogiškas pasiskirstymas mieste, pasenusi infrastruktūra, kuri netenkina šių dienų dviratininkų poreikių. Apklaustieji išvardino tokius veiksnius: dviračių takų infrastruktūros netobulumas, nepakankamai užtikrinamas saugumas, vyraujanti visuomenės nuomonė, kad dviratininkas nėra lygiavertis eismo dalyvis, ir gali judėti transporto sraute. Šiuo metu dviračių takų infrastruktūra yra netobula, jei dviračių takai jungtųsi vienas su kitu taip pat, kaip ir miesto gatvių tinklai, dviratininkai galėtų laisvai ir saugiai migruoti miesto ribose ir už jų. 2001 m. Lapkričio 30 d. Tarybos sprendimu Nr. 203 patvirtinta dviračių trasų plėtros schema yra morališkai pasenusi. Susisteminus ir sužymėjus dviračių takus, situacija galėtų pasikeisti. Atskyrus dviratininkus nuo pėsčiųjų būtų išvengiama kontakto tarp jų pakankamai siauruose bendro naudojimo takuose. Siūlymą atskirti eismo juostą dviratininkams važiuojamojoje dalyje apklaustieji kritikavo. Jų manymu tai nepadėtų susisiekimo klausimu, o tik sukeltų papildomų problemų, tokių kaip automobilių parkavimasis dešinėje kelio pusėje, nesutvarkyti kelkraščiai. Pati miesto kelių sistema nėra pritaikyta tam, kad dangą būtų pažymėta atskirai dviratininkams.

Respondentai nurodė, kad mieste nėra tolerancijos ir supratingumo tarp dviratininkų ir kitų eismo dalyvių. Daugumą pavojingų situacijų iššaukia patys dviratininkai ar vairuotojai. Galima suprasti, kad dviratininkai patys sau kelia pavojų. Dviratininkai pažeidinėja taisykles važiuodami šaligatviais, per pėsčiųjų perėjas, nedėvi apsauginių liemenių ir t.t. Nesilaikydami taisyklių jie sukelia avarines situacijas. Šioje vietoje galima matyti sąsają tarp nepilnai išplėtos infrastruktūros ir taisyklių pažeidinėjimo.

Dviratis laikomas ekologiška ir gamtai draugiška transporto priemone, daugumoje atveju kur kas pranašesnė už autotransportą. Pateikus apklausos dalyviams temą svarstymams, ar dviratis gali pakeisti automobilį susisiekimo tikslais, nuomonės buvo skirtingos. Vieni respondentai nurodė, kad jei infrastruktūra bus tvarkoma, dviračių takai jungsis vienas su kitu ir padaugės tolerancijos, dviratis galės tapti populiaria susisiekimo priemone, tuo tarpu kiti sakė, jog dviratis netaps populiaria susisiekimo priemone, nes trūksta tolerancijos ir supratingumo tarp eismo dalyvių, o infrastruktūra nebus tvarkoma.

Visuomenėje yra nusistovėjusi nuomonė, kad už visus veiksmus ir iškylančias problemas yra atsakingos atitinkamos institucijos. Tai gali būti savivaldybė, seniūnija ar taryba. Tačiau dažnai prie visuomenės gerovės prisideda ir nevyriausybinės organizacijos. Kaune veikia kelios dviratininkų organizacijos. Respondentų buvo klausta, ar dviratininkų organizacijos padeda vystyti infrastruktūros elementus Kaune, ar jų veikla yra pastebima ir naudinga. Informantai pateikė subjektyvius atsakymus. Pasak jų, dviratininkų organizacijos veikia idėjiniame lygmeny. Į jas buriasi bendraminčiai, kurie stengiasi įgyvendinti organizacijos tikslus. Kadangi veikiančios dviratininkų organizacijos tarpusavyje konkuruoja, jos negali pasiekti bendro tikslo, pagerinti susisiekimo dviračiu galimybes Kauno mieste. Atlikus ekspertinį tyrimą ir apklausus informantus, kurie pateikė požiūrį į tą patį reiškinį iš skirtingų pozicijų galima sudaryti aiškų planą, kokios yra galimybės susisiekti dviračiu Kauno mieste, infrastruktūros privalumus ir trūkumus.

Išvados

Dviratis mūsų visuomenėje labiau laikomas aktyvaus poilsio, bet ne susisiekimo priemone, nors dažnai naudojama siekiant įveikti nedidelius atstumus: nuvažiuoti iš namų į darbą, mokymosi įstaigą ar pramogų vietą. Kauno mieste susisiekimo dviračiais infrastruktūra nėra iki galo išvystyta. Atskiruose rajonuose ji yra palanki važiuoti dviračiu, tačiau nėra vientisos sistemos, kuri apjungtų miestą. Važiudami dviratininkai susiduria su problemomis, tokiomis kaip nesutvarkyti dviračių takai, nepritaikyti važiuoti šaligatviai, vairuotojų ir kitų dviratininkų netolerancija ir kultūros tarp eismo dalyvių stoka. Žvelgiant miesto mastu, sunkiausiai prieinamos vietos yra miegamieji rajonai. Nėra kokybiškų takų jungiančių miesto centrą su gyvenamaisiais plotais. Dviračių takai yra vystomi rekreacinėse zonose, kadangi visuomenė dažniau supranta važiavimą dviračiu ne kaip susisiekimo priemonę, o kaip laisvalaikio praleidimo formą. Atlikus esamo dviračių takų tinklo rekonstrukciją Kaune ir nutiesus trūkstamus dviračių takų ruožus atsirastų daugiau galimybių dviratininkams laisvai judėti mieste. Užtektų pritaikyti bendro naudojimo pėsčiųjų ir dviračių takus važiavimui dviračiu, kad atskiri dviračių takai pradėtų funkcionuoti kaip trasų visuma mieste. Nustačius konkretų dviračių takų žymėjimą pėstieji ir dviratininkai nekeltų pavojaus vieni kitiems, atsirastų harmonija tarp visų eismo dalyvių. Parengus tinkamai infrastruktūrą padaugėtų žmonių, naudojančių dviratį susisiekimo tikslams. Atlikus esamo tinklo rekonstrukciją jis taptų vientisu, tai palengvintų susisiekimo galimybes tarp atskirų miesto rajonų. Suvienijus veikiančias nevyriausybinių dviratininkų organizacijų ir savivaldybių skyrių veiklą galima pasiekti gerų rezultatų. Vykty dialogas tarp dviratininkų, kurie naudojami kuriami infrastruktūra ir valdininkų, kurie priima sprendimus, kaip galima būtų gerinti esamas sąlygas dviratininkams. Atlikus šias sąlygas tikimasi, kad daugiau žmonių pradės važinėti dviračiu, jie jausis saugiai ir nebijos potencialių grėsmių, tokių kaip kiti eismo dalyviai, nesutvarkyti kelkraščiai ir dviračių takai.

Literatūros sąrašas

1. Dictionary of Architecture and Construction (2008), (p.103) Cyril Harris
2. A Visual Dictionary of Architecture (2011) Francis D.K. King (p. 32)
3. Bitinas, B., Rupšienė, L., Žydžiūnaitė, V. (2008). Kokybinių tyrimų metodologija. Klaipėda: S. Jokužio leidykla – spaustuvė.
4. Čiegis, R., Pareigis, R. (2010). Darnių miestų ekonomika (p. 10; 108). Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla.
5. Staukis G. (2009). Darnios rekreacijos ir turizmo plėtra – alternatyvus mobilumo mieste skatinimo būdas Vilnius: Urbanistika ir architektūra.
6. Kauno miesto savivaldybės teritorijos bendrasis planas, (patvirtintas Kauno miesto tarybos 2003-05-29 sprendimu T-242) ir jo pakeitimai.
7. National Cycle Plan 2002 to 2012. RideYour Bike! Measures to Promote Cycling in Germany (extract) Federal Ministry of Transport, Construction and Housing, Berlin .
8. Vakarų Lietuvos dviračių trasos rinkodara bei vadovo dviratininkams leidyba (2002) Dviračių turizmas Lietuvoje Peržiūrėta 2013-04-14 adresu: http://www.tourism.lt/lt/projektai/LDVZ_A4_mokymai_www.pdf.
9. Pirmojo dviračių transporto komisijos posėdžio dienotvarkė ir pranešimai. Pažiūrėta adresu 2013-04-12 adresu: <http://www.dviratis.lt/index.php?page=dvirinfo&subpage=transportas/dvirkomisija>
10. 2001 m. Lapkričio 30 d. Tarybos sprendimu Nr. 203 patvirtinta dviračių trasų plėtros schema. Pažiūrėta 2013-04-25 adresu: <http://www.pasauliolietuvis.com/naujienos/75>
11. Pajūrio dviračių trasos integracijos į tarptautinių dviračių trasų („Euro Velo“, „R1“) tinklą problematika. Pažiūrėta 2014-03-19 adresu : http://www.bicycle.lt/repository/documents/PajurioDviraciuTrasosIntegracijaITarptautinesDviraciuTrasas_2012.pdf
12. Domarkienė L. (2011) Dviračių transporto plėtros iššūkiai ir galimybės Lietuvos miestuose. Vilnius: Lietuvos respublikos susisiekimo ministerija.
13. Ching, F. D. K. (2011). A visual dictionary of architecture. Hoboken, NJ: Wiley Publishing.
14. Lietuvos dviratininkų bendrijos veiklos planas (2013). Pažiūrėta 2013-04-15, adresu : http://dviratis.lt/?page_id=17
15. Lietuvos Respublikos statybos įstatymas (2011m). Pažiūrėta 2014-02-12, adresu http://www3.lrs.lt/pls/inter3/dokpaieska.showdoc_l?p_id=378329

VIEŠBUČIŲ KONKURENCINGUMĄ LEMIANTYS VEIKSNIAI

Mazėtė R., Jasinskas E.

Lietuvos sporto universitetas

Anotacija. Konkurencingumą lemiančių veiksnių temos aktualumą lemia sparčiai aktyvėjanti konkurencinė kova tarp įmonių. Apgyvandinimo paslaugos vienos svarbiausių viso turizmo sudedamųjų dalių, stipriai įtakančių turizmo sektoriaus vystymąsi. Nuolat auganti konkurencija viešbučių versle

priverčia apgyvendinimo paslaugų tiekėjus ieškoti būdų kaip pritraukti klientus, juos išlaikyti. Siekiant didinti viešbučių sektoriaus konkurencingumą būtina nustatyti ir įvertinti veiksnius lemiančius viešbučių konkurencingumą.

Mokslo teoriniame lygmenyje yra parengta nemažai darbų konkurencingumo problemoms spręsti. Darbe, atliekant konkurencingumo sampratos apžvalgą bei analizuojant ir išskiriant lemiančius veiksnius, buvo nagrinėti Lietuvos autorių darbai: Beniušienės, G.Svirskienės (2008), J. Bruneckienės (2010), R. Kinderio (2008), K. Rinkauskaitės (2007), V. Navicko, A. Malauskaitės (2010). A. Marčinsko, D. Diskienės, D (2001). Ir ir užsienio autorių darbai: M. Ioncica, M. Tala, C. Brindusoiu, D. Ioncica (2007), M. E. Porter (1980, 1990), R. Sancharan (2011), H. Tsai, H. Song, K. K. F. Wong (2009)

Įvadas

Mokslinė problema – Viešbučių verslo konkurencingumą lemiantys veiksniai nėra plačiai išnagrinėti mokslininkų. Nuolat auganti konkurencija viešbučių versle priverčia apgyvendinimo paslaugų tiekėjus ieškoti būdų kaip pritraukti klientus, juos išlaikyti. Siekiant didinti viešbučių sektoriaus konkurencingumą būtina nustatyti ir įvertinti veiksnius lemiančius viešbučių konkurencingumą.

Straipsnio tikslas – Nustatyti Alytaus viešbučių konkurencingumą lemiančius veiksnius.

Siekiant šio tikslo iškelti **uždaviniai**:

1. Atskleisti konkurencingumo sampratą ir konkurencingumo svarbą viešbučiams.
2. Išskirti pagrindinius veiksnius darančius įtaką įmonių konkurencingumui.
3. Sudaryti teorinį viešbučių konkurencingumo vertinimo modelį.
4. Atskleisti Alytaus viešbučių konkurencingumą lemiančius veiksnius.

Straipsnio objektas – veiksniai, lemiantys Alytaus viešbučių konkurencingumą.

Naudoti metodai. Literatūros analizė (siekiama įvertinti pagrindinius konkurencingumą lemiančius veiksnius), anketinė apklausa (Alytaus miesto viešbučių vadovai ir administracijos darbuotojai), aprašomoji statistinė analizė.

Konkurencingumo samprata ir svarba viešbučių versle

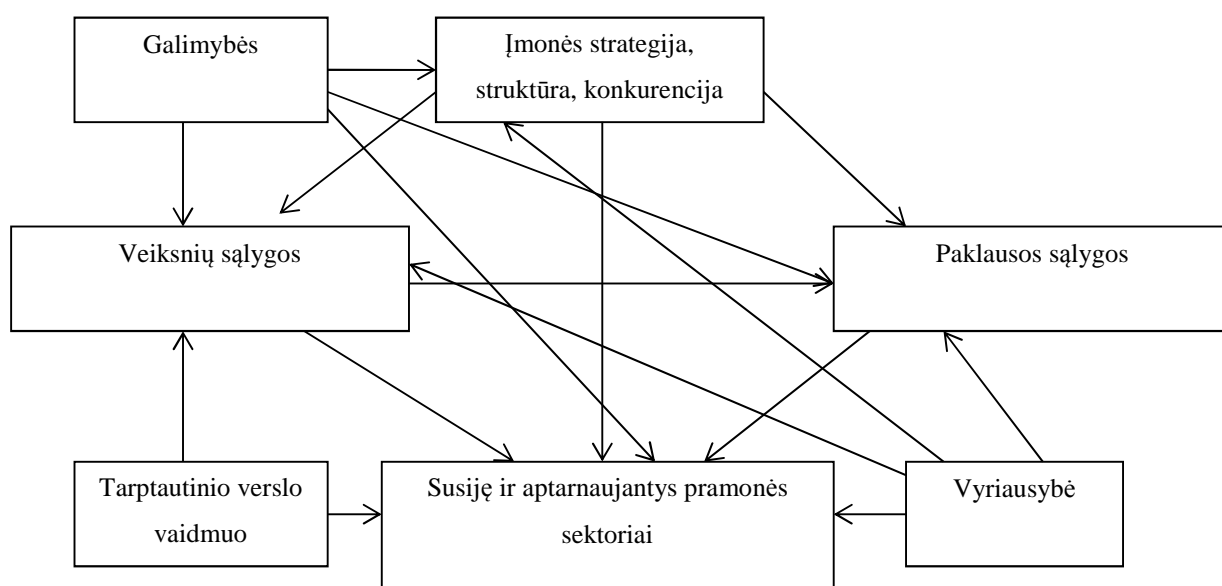
Pastaraisiais dešimtmečiais ekonominėje literatūroje vis plačiau naudojamas konkurencingumo terminas. Tačiau, ekonominėje literatūroje konkurencingumo terminą įvairūs autoriai traktuoja gan skirtingai. Vieni autoriai konkurencingumo sąvoką apibūdina kaip sinonimą konkurencijos terminui, kiti kildina iš konkurencijos reiškinio. Tačiau, yra paplitusi nuomonė, kad konkurencijos terminas taikytinas konkuruojantiems subjektams, o konkurencingumas tik konkurencinių santykių materialiniam nešėjui – prekei (Maksvytienė, 2002). Konkurencingumas yra sudėtinga sąvoka ir anot tokių autorių kaip: I. Beniušienė ir G. Svirskienė (2008), Š. Leitonienė (1997), S. Staskevičiūtė ir G. Tamošiūnienė (2010), D. Dumčiuvienė ir kt., (2005) yra kildinama iš konkurencijos reiškinio. Terminas kilęs iš lotynų kalbos

žodžio „*concurrentia*“, reiškiančio kovą, susidūrimą, varžybas, lenktyniavimą (Beniušienė, Svirskienė, 2008). I. Maksvytienė (2002) ir A. Makalauskaitė ir N. Navickas (2010) konkurencingumą skirsto į lygmenis: *mikrolygį* (įmonių konkurencingumas), *mezolygį* (pramonės šakų, korporacijų), *makrolygį* (šalies konkurencingumas). Tokiam konkurencingumo koncepcijos skaidymui pritaria ir M. Porter (1980). Remiantis autoriais, nagrinėjusiais konkurencingumo lygmenis, galima teigti, kad nagrinėjamas viešbučių konkurencingumas yra įmonės konkurencingumo lygmenyje (*mikrolygyje*).

Apgyvendinimo paslaugos yra vienas svarbiausių turizmo paslaugų komplekso elementų vartotojui, kadangi apgyvendinimo paslaugų pasiūla ir kokybė gali nulemti turistų pasirinkimą. Pasak, P. Grecevičiaus (2002) apgyvendinimo paslaugos yra ypatingai svarbios regiono ar šalies ekonomikai. Taip pat, prisideda prie šalies socialinės ir kultūrinės plėtros (Sancharan, 2011). Sparti ekonomikos plėtotė bei socialinės sąlygos lemia užsienio ir vidaus turizmo srautų augimą. Turistai dalyvauja pardavimų, pelnų, darbo vietų, mokesčių įplaukų ir pajamų kūrimo. Turizmo poveikis ekonomikai yra svarbi valstybinio, regioninio ir visuomeninio planavimo ir ekonominio vystymo aplinkybė. Nustatyta, kad turistų išlaidų daugiausiai skiriama apgyvendinimo bei maitinimo paslaugoms (Ioncica et al., 2006). P. Grecevičius teigė, jog daugiau nei 30 proc. kelionės išlaidų tenka šiam sektoriui. Taigi, nuo turistų buvimo trukmės šalyje priklauso apgyvendinimo paslaugas teikiančių įmonių pajamos. Viešbutis sugebantis pritraukti klientus atneša ekonominę naudą tiek regionui, tiek šaliai bei skatina socialinę ir kultūrinę vystymąsi. Čia ir išryškėja viešbučių konkurencingumo temos svarba.

Įmonių konkurencingumą lemiantys veiksniai

Pagal 1 paveiksle pavaizduotą modelį konkurencingumą lemiantys veiksniai yra suskirstyti į vidinius ir išorinius veiksnius



1 pav. M. E. Porter „deimanto“ modelis pagal Ivanovic, S., Katic, A., Mikinac, K. (2010)

Literatūroje konkurencingumui analizuoti naudojami įvairūs modeliai. Plačiau apžvelgsime labiausiai mokslinėje literatūroje nagrinėjamą: M. Porter (1990) „deimanto“ modelį. Pateikiamas būtent šis konkurencingumo įvertinimo modelis, kadangi jis skirtas analizuoti konkurencingumui įmonės lygmenyje ir šiame modelyje puikiai atsispindi įmonių konkurencingumą lemiantys veiksniai. Šis „deimanto“ modelis parodo, kaip konkurencingumo veiksniai veikdami kartu sukuria verslo aplinkos dinamiškumą, stimuliuoja ir intensyvina konkurenciją, o valstybė turi tobulinti šiuos veiksnius, kad įmonės galėtų daug sėkmingiau pasiekti didesnę pelną (Rinkauskaitė, 2007).

Konkurencingumą lemiantys „deimanto modelio“ veiksniai:

Vidiniai:

- 1) *Veiksnių sąlygos.* Tai klimatas, gamtiniai išteklių, geografinė padėtis, demografija.
- 2) *Paklausos sąlygos.* Tai inovacijų ir technologinę pažangą skatinančiomis jėgos, švietimas, kurio dėka įgyjami darbuotojų žinios, įgūdžiai. Dabartiniu metu, kai paslaugų pasiūla yra pakankamai didelė, o vartotojų keliami reikalavimai jų kokybei vis didesni.
- 3) *Susiję ir aptarnaujantys pramonės sektoriai.* Tai kiti, įvairiais ryšiais su įmone susiję ūkio sektoriai: tiekėjai, finansų institucijos, partneriai ir kitos paslaugos verslui.
- 4) *Įmonės strategija, struktūra ir konkurencija.* Tai sąlygos, turinčios įtakos įmonių kūrimuisi, jų veiklos organizavimui, valdymui.

Išoriniai:

- 1) *Vyriausybė.* Vyriausybės investicijų ir inovacijų politika turi užtikrinti ūkio sektorių plėtros programų įgyvendinimą bei sudaryti sąlygas, kurios skatintų gaminti naujus produktus, parengti teisinę bazę.
- 2) *Galimybės.* Tai inovacijos, technologijos šuoliai, kainų svyravimai, politinių sistemų pasikeitimai.
- 3) *Tarptautinio verslo vaidmuo.* Tai įmonių plėtimas užsienyje, tinkų kūrimas įmonių užimama pozicija tarptautiniame versle.

Apibendrinant, galima teigti, kad kiekvienos įmonės konkurencingumą gali lemti skirtingi tiek vidiniai, tiek išoriniai veiksniai. Skirtingoms įmonėms, jie yra skirtingai reikšmingi. Kiekvienos įmonės konkurencingumas priklauso nuo gebėjimo pasiūlyti, gaminti ir parduoti konkurencinėse rinkose, jautriai reaguoti į rinką ir adaptuotis prie jos.

Viešbučių konkurencingumą lemiantys veiksniai

Išanalizavus Lietuvos ir užsienio autorių mokslinius darbus (Žr. 1 lentelę), susijusius su viešbučių konkurencingumo tematika, paaiškėjo, jog viešbučių konkurencingumą lemia vidinės (mikroaplinkos)

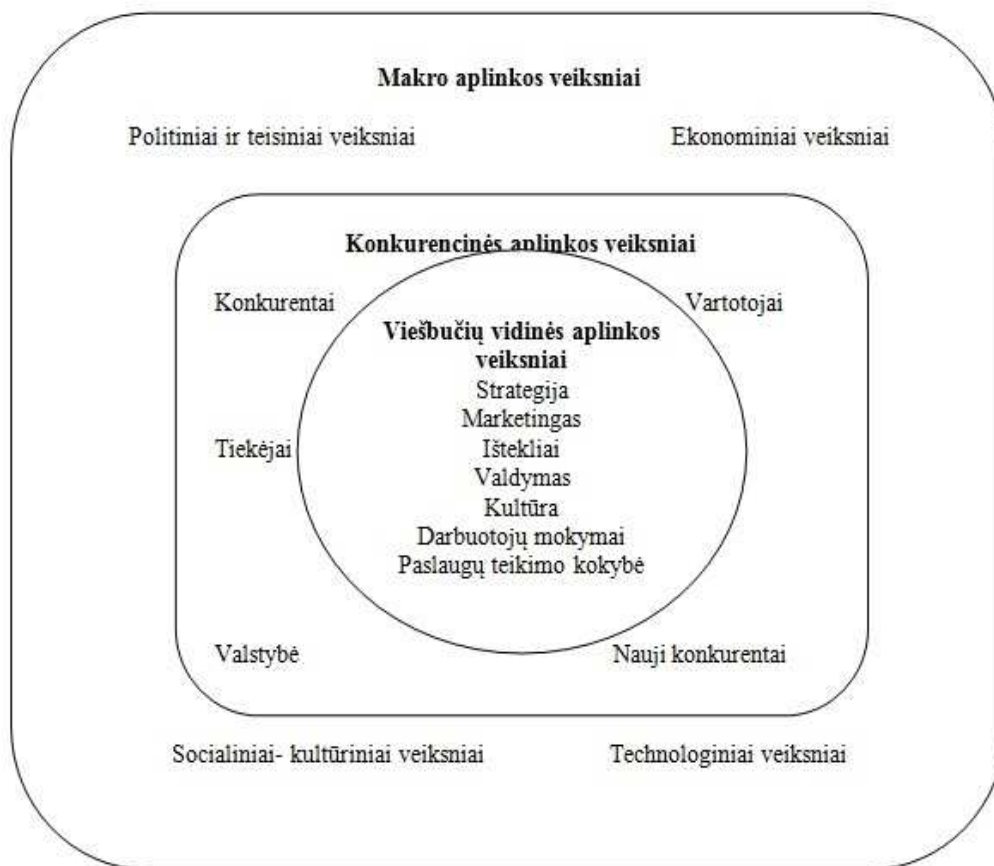
veiksniai. Vidinės aplinkos veiksniai, gali būti susiję su žmogiškaisiais ištekliais, technologijomis ir inovacijomis, strateginiais sprendimais ir pan.

1 lentelė Viešbučių konkurencingumą lemiantys veiksniai

Autorius	Viešbučių konkurencingumą lemiantys veiksniai
R. Sancharan (2011)	Paslaugų kokybė ir kaina; Paslaugų įvairovė; Aukšta darbuotojų kvalifikacija; Marketingas.
R. Stregerean, A. Petre, C. Gavrea (2013)	Inovacijos, inovatyvumas; Klientų aptarnavimas; Organizacijos mokymas.
H. Tsai, H. Song, K. F. Wong Kevin (2009)	Strategija; Marketingas; Vartotojų pasitenkinimas, paslaugų kokybės ir kaina; Technologija ir inovacijos.
M. Ioncica, M. Tala, C. Brindusoiu, D. Ioncica (2008)	Žmogiškieji ištekliai; Inovacijos; Paslaugų kokybė.
Kinderis, Žalys, Žalienė (2011)	Paslaugų kokybė.
R. Kinderis (2008)	Paslaugų kokybė; Inovacijos.
D. Buhalis, T. Mihalič, (2013).	Paslaugų kokybė; Inovacijos.

Iš 1 lentelės matyti, jog viešbučių konkurencingumą, anot įvardintų autorių, lemia *vidinės aplinkos veiksniai*. Dažniausiai pasikartojantys vidinės aplinkos veiksniai tai yra: *Paslaugų kokybė, žmogiškieji ištekliai, inovacijos*. Daugelis autorių pagrindiniu konkurencingumą lemiančiu veiksmu įvardina *paslaugų kokybę*. Anot, R. Kinderio ir kt., (2011) dabartinės ekonomikos sąlygos turi versti viešbučių verslo atstovus atkreipti dėmesį į vartotojų poreikių tenkinimą, lūkesčių tenkinimą, paslaugų kokybės gerinimą. Taip pat, viešbučio paslaugai suteikti būtini du elementai: materialinė bazė ir aptarnavimas, išskiriantis viešbučių sektorių iš kitų apgyvendinimo tipų. Vartotojui vieną kartą suteikta paslauga ilgam išlieka atmintyje. Todėl labai svarbu iš pirmo karto pelnyti vartotojo palankumą, atspėti ir išpildyti jo norus, patenkinti jo lūkesčius. Tik teigiamas įvaizdis ir malonūs prisiminimai garantuos, kad vartotojas dar kartą apsilankys viešbutyje (Miknius, 1999).

Remiantis remiantis A. Marčinsko ir D. Diskienės (2001) įmonių konkurencingumą įtakojančiu modeliu buvo sudarytas viešbučių konkurencingumą lemiančių veiksmių modelis. Jį papildant, remiantis M. Porter (1990), (1980) „Deimanto modeliu“, Penkių konkurencingumo jėgų modeliu. Taip pat, papildant kitų autorių tyrinėjusių viešbučių konkurencingumą ir jį lemiančius veiksmius: I. Ioncica et al., (2008); R. Sancharan (2011); H. Tsai ir kt., (2009); R. Stregerean ir kt., (2013); R. Kinderis ir kt., (2011); R. Kinderis (2008); D. Buhalis & T. Mihalič (2013).

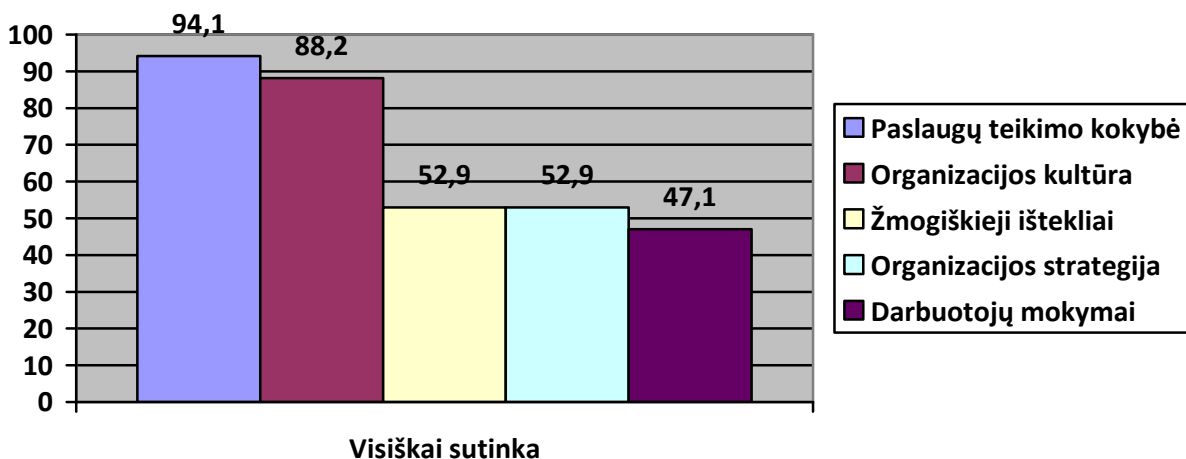


2 pav. Viešbučių konkurencumą lemiančių veiksnių modelis(sudarytas remiantis Marčinsko ir Diskienės (2001) modeliu ir kitais autoriais)

Siekiant nustatyti Alytaus viešbučių konkurencingumą lemiančius veiksnius buvo panaudotas kiekybinis tyrimas, kurio įgyvendinimui pasirinkti Alytaus miesto viešbučiai. Tyrimo metu buvo apklausti viešbučių vadovai ir viešbučio administracija. Anketos klausimai buvo sudaryti remiantis sudarytu viešbučių konkurencingumo modeliu. Tyrime dalyvavo 5 Alytaus miesto viešbučiai. 17 respondentų iš visų viešbučių.

Respondentai konkurencingumo veiksnio svarba vertino vieno indikatorius pagalbą, naudojant Likerto skalės tipo atsakymų formatą, kur atsakymų reikšmės išdėstytos požymio mažėjimo tvarka: visiškai nesutinku – 1, nesutinku - 2, vidutiniškai - 3, sutinku - 4, visiškai sutinku - 5. Šių klausimų paskirtis buvo atskleisti vidinius, konkurencinės aplinkos ir išorinės aplinkos veiksnius.

Respondentų nuomone viešbučių konkurencingumą labiausiai lemia šie veiksniai (Žr. 3 pav.) : *paslaugų teikimo kokybė*- dėl to visiškai sutinka 94,1 proc. respondentų; *organizacijos kultūra* - visiškai sutinka 88,2 proc. respondentų; *žmogiškieji ištekliai*- visiškai sutinka 52,9; *organizacijos strategija*- sutinka 52,9 proc.; *darbuotojų mokymai*- sutinka 47,1 proc.



3 pav. Veiksnių vertinimas viešbučių konkurencingumui

Šio tyrimo metu gautų rezultatų analizė parodė, jog visuose Alytaus viešbučiuose yra nevykdomi mokymai ir nėra rengiami kvalifikacijos kėlimo kursai. Nors tai yra vienas svarbiausių konkurencingumą lemiančių veiksnių. O R. Keršienė (2008), teigė, kad įmonių sėkmė priklauso nuo darbuotojų mokymo ir išsilavinimo bei įmonės lyderių asmeninės kvalifikacijos. Taip pat, dauguma respondentų darbuotojų mokymus laiko vienu svarbiausių veiksnių lemiančių viešbučio konkurencingumą.

Alytaus miesto viešbučių konkurencingumui įtaką turi daugelis veiksnių. Didžiausią įtaką turi viešbučių vidinės aplinkos veiksniai. Tačiau Alytaus viešbučių konkurencingumui įtakos turi ir makroaplinkos, ir konkurencinės aplinkos veiksniai. Tyrimo metu respondentai įvardino vidinės aplinkos veiksnius kaip darančius didesnę įtaką konkurencingumui, palyginti su išorinės aplinkos veiksniais ar konkurencinės aplinkos veiksniais. Tačiau nereiktų ignoruoti ir pamiršti, jog Alytaus viešbučių konkurencingumui įtakos turi tiek makroaplinkos veiksniai

Išvados

1. Konkurencingumas – tai itin kompleksinė kategorija, o ne konkreti situacija ar būseną, išmatuojama vienu ar keliais parametrais. Konkurencingumas gali būti nagrinėjamas įvairuose lygmenyse. Įmonės- viešbučių lygmenyje jis suvokiamas kaip gebėjimas didinti užimamos rinkos dalį, teikiant ir parduodant atitinkamos kokybės paslaugas, atitinkančias rinkos poreikius. Konkurencingumo svarba viešbučiams tokia, jog sugebantis pritraukti klientus viešbutis atneša ekonominę naudą tiek regionui, tiek šaliai bei skatina socialinį ir kultūrinį vystymąsi.
2. Kiekvienai įmonei konkurencingumą gali lemti skirtingi tiek vidiniai, tiek išoriniai veiksniai. Tačiau daugumai įmonių galima pritaikyti M. Porter „deimanto modelį“, kuriame išskirti pagrindiniai veiksniai lemiantys įmonių konkurencingumą: vidinės aplinkos - veiksnių

sąlygos, paklausos sąlygos, susiję ir aptarnaujantys pramonės sektoriai, įmonės strategija, struktūra ir konkurencija bei išorinės aplinkos - vyriausybės vaidmuo, galimybių vaidmuo, tarptautinio verslo vaidmuo.

3. Sudarius teorinį viešbučių konkurencingumą lemiančių veiksnių modelį ir atlikus Alytaus viešbučių konkurencingumą lemiančių veiksnių tyrimą nustatėme viešbučių konkurencingumą lemiančius veiksniai. Veiksnius galime suskirstyti į makro aplinkos veiksniai: Politiniai ir teisiniai veiksniai, ekonominiai, technologiniai, socialiniai- kultūriniai. Konkurencinės aplinkos: Konkurentai, tiekėjai, valstybė, nauji konkurentai, vartotojai. Viešbučių vidinės aplinkos veiksniai: Strategija, marketingas, ištekliai, valdymas, kultūra, paslaugų teikimo kokybė, darbuotojų mokymai.
4. Atlikus Alytaus viešbučių konkurencingumą lemiančių veiksnių tyrimą nustatėme, kad Alytaus viešbučių konkurencingumą lemia viešbučių vidinės aplinkos veiksniai tokie kaip: paslaugų teikimo kokybė, organizacijos kultūra, žmogiškieji ištekliai, organizacijos strategija, darbuotojų mokymai.

Literatūros sąrašas

1. Beniušienė, I., Svirskienė G. (2008). Konkurencingumas: teorinis aspektas. *Ekonomika ir vadyba: aktualijos ir perspektyvos*. 4(13), 32-40.
2. Bosas, A. (2002). Korporacijų strategijos ir konkurencinis potencialas. Klaipėda: Klaipėdos universitetas.
3. Bruneckienė, J. (2010). Šalies regionų konkurencingumo vertinimas įvairiais metodais: rezultatų analizė ir vertinimas. *Ekonomika ir vadyba*. 15, 25-31.
4. Buhalis, D., Mihalič, T. (2013). ICT as a new competitive advantage factor- case of small transitional hotel sector. *Economic and business review*. 15(1): 33-56.
5. Dilkienė, E., Beltrūnaitė, D. (2010). Inovacijos svetingumo versle. *Lietuvos restoranų ir viešbučių asociacija*. Vilniaus kolegija. 325-333. Peržiūrėta 2014, vasario 23, adresu: <http://www.viko.lt/uploads/files/2010/Straipsniai/36%20straipsnis.pdf>
6. Dumčiuvienė, D., Meilienė, E., Snieška, V. (2005). Konkurencingumo ir sanglaudos ryšiai Europos Sąjungos politikos kontekste. *Viešoji politika ir administravimas*. 13, 64-73.
7. Grecevičius, P. (2002). Turizmas. Kaunas: Kauno kolegijos leidybos centras.
8. Tsai, H., Song, H., Wong., K., K., F. (2008). Tourism and hotel competitiveness research. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 26:522–546.
9. Ioncica, M., Tala, M., Brindusoiu, C., Ioncica, D.(2008). The factors of competitiveness in the hospitality industry and the competitive strategy of firms. *Economic Science Series*. 17(2), 213-218.
10. Išoraitė, M. (2011). Žmogiškieji ištekliai- svarbiausias konkurencinio pranašumo šaltinis strategiškai valdant organizaciją. *Socialinių mokslų studijos*. 3(1):31-58.
11. Ivanovic, S., Katic, A., Mikinac, K. (2010). Cluster as a model of sustainable competitiveness of small and medium entrepreneurship in the tourism market. *UTMS Journal of Economics*. 1(2): 45-54.
12. Jucevičius, R. (1998). *Strateginis organizacijų vystymas*. Kaunas: Technologija.

-
13. Kavaliauskaitė, V., Jucevičius, R. (2009). Viešojo ir privataus sektorių partnerystės svarba realizuojant regiono konkurencinę strategiją. *Economics and management*. 14, 809-818.
 14. Keršienė, R. (2009). Konkurencingumo išsaugojimas globaliomis sąlygomis. *Ekonomika ir vadyba*. 14, 819- 824.
 15. Kinderis, R. (2008). Faktoriai, veikiantys paslaugų naujovių taikymą viešbučių versle. *Vadyba*. 2(13), 64-68.
 16. Kinderis, R., Žalys, L., Žalienė, I. (2011). Paslaugų kokybės vertinimas viešbučių versle. *Ekonomika ir vadyba: aktualijos ir perspektyvos*. 1(21): 86-100.
 17. Kvainauskaitė, V., Snieška, V. (2003). Konkurencinės rinkos paklausos vertinimas ir prognozavimas. Kaunas
 18. Leitonienė, Š. (1997). Konkurencijos samprata ir svarba. *Ekonomika ir vadyba: tarptautinės konferencijos pranešimų medžiaga*. 148 – 151.
 19. Liučvaitienė, A., Paleckis, K. (2009). Konkurencinio pranašumo formavimas globalioje rinkoje: teorinės prielaidos ir vertinimo galimybės. *Contemporary issues in business. Management and education*. 14(1), 181-194
 20. Maksvytienė, I. 2002. Ekonominis konkurencingumas: metodologinis aspektas. *Organizacijų vadyba: sisteminiai tyrimai*. 21, 125-135.
 21. Marčinskas, A., Diskienė, D. (2001). Įmonės konkurencingumą lemiantys veiksniai. *Ekonomika*. 65, 55– 56.
 22. Marčiulytė-Šniukienė, A., Paliulis, K., N. (2011). Šalies ūkio konkurencinio pranašumo didinimo galimybės: darbo produktyvumo atvejis. *Vilniaus Gedimino technikos universitetas*. 3(4), 34-42.
 23. Miknius, R. (1999). Svetingas viešbutis- sėkmingas verslas. Vilnius: Vyturys.
 24. Mitkutė, G., Nagreckaitė, L. (2005). Konkurencingumo tyrimų modelių analizė. *Kauno technologijos universitetas*. 15-22.
 25. Navickas, V., Malakauskaitė, A. (2009). The possibilities for the identification and evaluation of tourism sector competitiveness factors. *Engineering economics*. 1(61): 37-44.
 26. Navickas, V., Malakauskaitė, A. (2010). Konkurencingumo vertinimo metodologinės problemos ir ribotumas. *Verslas: teorija ir praktika*. 11(1), 5-11.
 27. Petrovskaja, K., Miškinis, A. (2007). Atvykstantojo Lietuvoje konkurencingumas Baltijos šalių kontekste. *Ekonomika*. 79: 142- 155.
 28. Piccolini, G. (2005). Review: IT-dependent strategic initiative and sustained competitive advantage: a review and synthesis of a literature. *Mis quarterly*, 29(4) , 747-776. Peržiūrėta 2014, vasario 23, adresu: <http://www.jstor.org/discover/10.2307/25148708?uid=3738480&uid=2129&uid=2&uid=70&uid=4&sid=21101700089033>
 29. Porter, M. E. (1990). The competitive advantage of nations. *Harvard business review*.
 30. Porter, M. E. (1998). On competition. – Harvard: Business Review Book.
 31. Porter, M., E. (1980). How competitive forces shape strategy. *The McKinsey Quarterly*. 34-50. Peržiūrėta 2014, vasario 27, adresu: <http://prolog.univie.ac.at/teaching/LVAs/KFK-LM/WS07/Porter.pdf/Journal%20Articles/Classics/How%20competitive%20forces%20shape%20strategy.pdf>
 32. Ragelskaja, E., Korsakienė, R. (2011). Integruotas požiūris į konkurencinį pranašumą. *Mokslas – Lietuvos ateitis = Science – future of Lithuania: verslas XXI amžiuje = business in XXI Century*. Vilnius : Technika, 3(4), 70-75
 33. Rinkauskaitė, K. (2007). Įmonės konkurencingumas ir jo didinimas. Peržiūrėta 2014, vasario 23, adresu: http://jaunasis-mokslininkas.asu.lt/smk_2007/vadyba/Rinkauskaite_Kristina.pdf
 34. Ronomanskaitė A. (2004). Šalies turizmo pramonės konkurencingumas: daktaro disertacija. Kaunas: KTU, 1-40.
-

-
35. Sancharan, R. (2011). Competitiveness in service sector: a case of hotel industry in India. *Global business review*, 12(1) 51-69.
 36. Shen, J. (2004). *Urban Competitiveness and Urban Governance in the Globalizing Word*. Asian Geographer, 23.
 37. Snieška, V., Bruneckiene, J. (2009). Measurement of Lithuanian Regions by Regional Competitiveness Index. *Inžinerine Ekonomika-Engineering Economics*, 1(61): 45-57.
 38. Staskevičiūtė, G., Tamošiūnienė R. (2010). Šalies konkurencingumas: sampratos ir raida laiko perspektyvoje. *Verslas: teorija ir praktika*. 11(2): 159-167.
 39. Stregorean, R., Petre, A., Gavrea, C. (2013). Effects of customer orientation, learning orientation and innovativeness on hotel performance- evidence from Cluj country. *Economic Science Series*. 22(1): 807-814.
 40. Šliburytė, L. (2000). *Ekonomikos subjektų konkurencinės aplinkos vertinimas*.: Daktaro disertacija: socialiniai mokslai, ekonomika. Kaunas: KTU.
 41. Tavitiyaman, P., Qu, H., Zhang, Q., H. (2011). The impact of industry force factors on resource competitive strategies and hotel performance. *International journal of hotel management*, 30:648-675.
 42. Ioncica, M., Tala, M., Brindusoiu, C., Ioncica, D., (2007).
 43. Tuclea, C. E., Padurean, A., M. (2008). Competitiveness in hospitality industry: Romanian style. *Management & marketing*, 1: 105-114.
 44. Turizmo įstatymo pakeitimo įstatymas (2002). Peržiūrėta 2014, kovo 5, adresu: <http://www.tourism.lt/lt/dokumentai/ist.htm>
- Vainienė, R. (2005). Ekonomikos term

SAVANORIŲ IŠLAIKYMO LAISVALAIKIO ORGANIZACIJOSE VEIKSNIŲ ANALIZĖ

Mižutavičius M.¹, Šimkus A.²

Vytauto Didžiojo Universitetas¹, Lietuvos Sporto Universitetas²

Anotacija. Siekiant laisvalaikio ir kitokių nevyriausybinų organizacijų veiklos gerinimo, būtina gerinti santykius tarp esamų savanorių ir išlaikyti juos nevyriausybinėse organizacijose. Savanorystė nevyriausybinėse organizacijose dažniausiai nėra apmokama, todėl svarbu išsiaiškinti, kokie motyvai skatina pasirinkti savanorišką veiklą ir kaip tinkamai valdyti, bei išlaikyti savanorius. Dėl to kyla problema, kaip tinkamai valdyti, pritraukti ir motyvuoti savanorius, kad sumažėtų jų kaita laisvalaikio organizacijose. Šiame straipsnyje nagrinėjami savanorių išlaikymo veiksniai remiantis P. O. Shields (2009) instrumentu. Tikslas – nustatyti savanoriškos veiklos pasirinkimo motyvus ir galimus savanorių išlaikymo veiksnius. Tyrimo objektas – savanorių išlaikymas laisvalaikio organizacijose. Tyrime pateikiamos skirtingų autorių nuomonės apie išlaikymo aspektus taip pat apibendrinami tyrimo duomenys ir pateikiamos išvados.

Temos aktualumas. Savanoriai yra labai svarbūs daugelio nevyriausybinių organizacijų sėkmei (A. Doherty 2009). Tačiau E. Butkuvienė (2005) nurodo, kad Lietuvos gyventojai savanorišką veiklą vertina nepalankiai ir retai ją pasirenka, dėl sovietinio paveldo, nevyriausybinių organizacijų pasyvumo, ekonominės padėties ir žmonių abejingumo. Taip pat A. Jaunmuktane (2013) nurodo, kad Baltijos šalyse vis dar nėra sukurto tinkamo savanoriškos veiklos vystymo metodo. Galima teigti, kad NVO vadovai turėtų labiau pasistengti ir kreipti daugiau dėmesio į savanorių pritraukimą. Ilgalaikis bendradarbiavimas tarp NVO ir savanorio gali suteikti geresnes galimybes organizacijai plėstis. „Savanoriška veikla – savanorio neatlyginamai atliekama visuomenei naudinga veikla“ (Lietuvos Respublikos savanoriškos veiklos įstatymas), tai reiškia, kad tarp savanorio ir jį priimančios organizacijos nėra finansinių įsipareigojimų. Savanoriai yra motyvuojami kitokių veiksmų, kurie skatina skirti savo laiką savanoriškai veiklai. Svarbu išsiaiškinti ir tinkamai panaudoti šiuos veiksmus, nes kaip nurodo M. A. Mitchell ir S. Taylor (2004) „mažiausiai penkis kartus brangiau kainuoja pritraukti naują savanorį, nei gerinti bendradarbiavimo ryšius tarp jau esamų“, todėl savanorio išlaikymas organizacijoje yra ypač svarbus siekiant pasiekti geresnių ir finansiškai palankesnių rezultatų. M. A. Mitchell ir D. Yates (1996) pabrėžia, kad atsižvelgimas į savanorių motyvaciją gali paskatinti jų išlaikymą, todėl ypač aktualu nustatyti, su kuo susijęs noras tęsti savanorišką veiklą organizacijoje, norinčioje išlaikyti ilgalaikius savanorius. Taip NVO vadovai susiduria su problema, kaip tinkamai pritraukti ir motyvuoti savanorius, kad sumažėtų jų kaita nevyriausybiniuose organizacijose ir būtų vykdoma geresnė veikla.

Tyrimo tikslas – nustatyti savanoriškos veiklos pasirinkimo motyvus ir galimus savanorių išlaikymo veiksmus.

Tyrimo uždaviniai:

1. Apibendrinti tyrėjų požiūrius į savanorių atrankos ir išlaikymo metodus.
2. Parengti instrumentą ir atlikti bandomąjį tyrimą.
3. Išsiaiškinti parengtos anketos patikimumą taikant statistinius metodus.
4. Išanalizuoti gautus empirinio tyrimo rezultatus, pateikti išvadas ir rekomendacijas.

Tyrimo objektas – savanorių išlaikymas laisvalaikio organizacijose.

Tyrimo metodika

Tyrimo instrumentas. Anketa sudaryta remiantis P. O. Shields (2009). Anketoje panaudoti atskiri faktoriai, kurių kiekvienas teiginys buvo įvertintas septynių balų skalėje, nuo 1 iki 7 (1 – visiškai netinka, 7 – labai tinka). Siekiant išsiaiškinti, kokie motyvai skatina rinktis savanorišką veiklą, į anketą buvo įtrauktas M. Callow (2004) savanorių segmentavimo metodas. Siekiant nustatyti, ar būsimi savanoriai mato save kaip lyderį, anketoje taip pat panaudotas R. Raskin ir H. Terry (1988) aštuonių teiginių lyderystės faktorius. R. L. Oliver ir E. Anderson (1994) penkių teiginių komandinio darbo faktorius nurodo, kaip būsimi savanoriai vertina komandinį darbą. Pasiekimų faktorius buvo matuojamas

naudojant R. G. Netemeyer ir kt. (1995) penkių teiginių metodą. Trys santykių kūrimo, santykių išlaikymo ir pasiryžimo padėti faktoriai buvo matuojami naudojant E. B. Pullins ir kt. (1996) 15-os teiginių skalę. Demografinių klausimų grupėje respondentų buvo prašoma nurodyti savo lytį ir amžių.

Duomenų analizės ir rinkimo metodai. Atlikta matematinė duomenų analizė taikant statistinius metodus su SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) programa. Anketos patikimumui vertinti parinktas Kronbacho alfa (angl. *Cronbach alpha*; *Cronbach α*) kriterijus. Analizės esmę sudaro kiekvieno faktoriaus gautų duomenų vidurkių reikšmės, kurios lyginamos su respondentų lytimi. Siekiant išsiaiškinti, ar vienodai vyrai ir moterys vertina skirtingus faktorius, buvo naudojamas Mano-Vitnio-Vilkoksono rangų sumų kriterijus nepriklausomoms imtims skaičiuoti. Visais atvejais reikšmingumo lygmuo (alfa) nustatytas 0,05.

Tyrimo imtis ir charakteristika. Tyrimui respondentai buvo atrinkti taikant paprastos atsitiktinės imties metodą. Socialiniuose tyrimuose atliekant bandomąjį tyrimą paprastai reikia apklausti nuo 30 iki 100 respondentų. Tyrime dalyvavo 110 respondentų (61 moteris ir 49 vyrai). Pagal amžiaus grupes respondentai pasiskirstė nuo 14 iki 30 metų.

Savatorių atranka ir išlaikymas

P. Kotler (1979) nurodo, kad marketingo strategijos naudojamas pelno siekiančiose įmonėse gali būti pritaikytos ir nevyriausybinėse organizacijose, naudojant segmentavimą galima pasiekti tinkamus klientus bei savanorius. H. Bussell ir D. Forbes (2002) pabrėžia, kad tinkamas savatorių segmento parinkimas gali turėti teigiamos įtakos savatorių atrankai ir išlaikymui. Svarbiausias išteklius NVO plėtojimui ir veiklos vykdymui yra būtent savaniai, kurie sutinka ne tik dalyvauti NVO vykdomoje veikloje, bet ir ją paremti finansiškai.

Toliau aptariamas M. Callow (2004) savatorių segmentavimo metodas taikomas potencialių savatorių atrankai (žr. 1 lentelę).

1 lentelė. M. Callow (2004) potencialių savatorių segmentai

Humanitarinė patirtis	Stipri	Turėti galimybę organizacijai artimus žmones įtraukti į aktyvią jos veiklą.	Turėti galimybę aktyviai dalyvauti nevyriausybinių organizacijų savanoriškoje veikloje.
	Silpna	Turėti galimybę bendrauti su draugišku kolektyvu ir susidraugauti su kitais savanoriais.	Turėti galimybę sustiprinti savo asmeninius ir profesinius įgūdžius savanoriaujant nevyriausybinėse organizacijose.
		Stipri	Silpna
		Socialinė patirtis	

(Šaltinis: M. Callow (2004) Identifying Promotional Appeals for Targeting Potential Volunteers: an Exploratory Study on Volunteering Motives Among Retirees, tyrimas)

Minėtas autorius nagrinėja vyresnių savanorių segmentą ir išskiria keturias skirtingas patirtis, kurios remiasi savanorių motyvais dalyvauti savanoriškoje veikloje. Šios patirtys susideda iš humanitarinės ir socialinės patirties, kurios gali būti stiprios arba silpnos

Žmogui gali daryti įtaką altruistinių motyvai, tačiau tuo pat metu gali jausti socialinės sąveikos poreikį (M. Callow 2004). Būtent altruistinius motyvus labiau pabrėžia humanitarinė patirtis, o socialinė patirtis nurodo norą bendrauti su kitais, patenkinti savo socialinius poreikius.

M. Callow (2004) metodas apima tam tikrus savanorystės motyvus ir juos sukristo į keturias grupes. Galima išskirti socialinius motyvus – bendrauti su draugišku kolektyvu ir susidraugauti su kitais savanoriais (humanitarinė silpna / socialinė stipri patirtis). Savanaudiškesni motyvai apibūdinami galimybe sustiprinti savo asmeninius ir profesinius įgūdžius savanoriaujant nevyriausybinėse organizacijose (humanitarinė silpna / socialinė silpna patirtis). Altruistiniai motyvai – galimybė aktyviai dalyvauti nevyriausybinių organizacijų savanoriškoje veikloje (humanitarinė stipri / socialinė silpna patirtis).

Išskirtinis M. Callow (2004) segmentas – turėti galimybę organizacijai artimus žmones įtraukti į aktyvią jos veiklą (humanitarinė stipri / socialinė stipri patirtis). Šią patirtį sudaro tiek altruistiniai, tiek egoistiniai motyvai. Tokie savanoriai aktyviai siūlo NVO teikiamas paslaugas ir bando pritraukti žmones. Tai gali būti ne vien pagalba konkrečiai žmonių grupei, bet ir naujų savanorių pritraukimas į NVO veiklą. Toks savanorių segmentas siekia ne tik padėti kitiems, bet ir patenkinti savo asmeninius poreikius, įtraukti žmones į NVO veiklą.

Nustačius tinkamą savanorių segmentą lengviau vykdyti jų atranką. Taip pat pagal motyvus parinktas segmentas leidžia nustatyti, kas skatintų geresnį bendradarbiavimą ir duotų didžiausią naudą tiek savanoriui, tiek NVO. I. R. Gellatly ir kt. (2009) nurodo, kad darbuotojo didesnę įsipareigojimą organizacijai skatina darbo kokybės gerinimas, savarankiškumo skatinimas, įvertinimo atitikimas ir garantijų suteikimas. Pagal S. Si ir Y. Li (2012) darbuotojų įsipareigojimą organizacijai didina suteikti paaukštinimai, įvertinimai, įgūdžių ir žinių gilinimas ruošiant apmokymo programas, taip pat nustatytas grįžtamasis ryšys. Skatinimo išlikti organizacijoje veiksniai remiasi būtent darbuotojo įvertinimu atsižvelgiant į jo motyvus, lengvesnių darbo sąlygų suteikimu, tai galima įgyvendinti rengiant įvairius apmokymus, didinant kompetenciją bei didesnės laisvės ir atsakomybės suteikimu.

Tyrimo rezultatai

Anketos patikimumas. Atlikus anketos patikimumo testą Kronbacho alfa koeficientas išėjo 0,947. Anketos patikimumas yra pakankamai geras, nes kuo koeficientas arčiau 1, tuo anketos patikimumas yra geresnis, todėl galima daryti išvadą, kad anketa yra patikima ir duomenys tinkami analizei. Atskirai buvo analizuojami visi anketoje naudoti faktoriai ir daugumos jų viršija 0,8. Tačiau komandinio darbo faktoriaus koeficientas buvo mažiausias (0,393), taigi galima būtų teigti, kad faktorius

nėra tinkamas. Tačiau lyginant šio faktoriaus teiginių koreliacijas buvo pastebėta, kad vienas komandinio darbo teiginys „darbas su kitais yra kančia, kurios aš noriu išvengti“, įgauna neigiamą įvertį (koreliacijos koeficientas: -0,213). Tai reiškia, kad šis teiginys matuoja priešingą požymį nei kiti pateikti teiginiai. Teiginio visi įvertinimai buvo perkoduoti atvirkštine tvarka (t. y. 1 = 7, 2 = 6 ir t. t.), kadangi šio teiginio didesni įvertinimai turėtų mažinti bendrą faktoriaus reikšmę. Perkodavimus teiginį ir atlikus analizę iš naujo, Kronbach alfa koeficientas šį kartą išėjo 0,623. Pašalinus šį teiginį faktoriaus Kronbacho alfa koeficientas būtų 0,688.

Faktorių analizė. Gauti tyrimo rezultatai lyginami su respondentų lytimi, kadangi yra skirtumas tarp lyčių dalyvaujant aktyvaus laisvalaikio veikloje (M. R. Azevedo ir kt. 2007). 2-oje lentelė pateikiami rezultatai, kaip vidutiniškai vyrai ir moterys vertina M. Callow (2004) savanorių segmentus, taip pat nurodama ar vyrai ir moterys šiuos segmentus vertina skirtingai.

2 lentelė. Vidutiniai M. Callow (2004) savanorių segmentų įvertinimai lyginant su lytimi

Savanorystės patirtis:	Moterys	Vyrai	Sig.
Humanitarinė stipri / Socialinė silpna	4,38	4,27	0,900
Humanitarinė silpna / Socialinė silpna	4,70	4,53	0,529
Humanitarinė stipri / Socialinė stipri	4,51	4,06	0,109
Humanitarinė silpna / Socialinė stipri	5,34	4,76	0,190

Sig. (angl. Significant level) reikšmingumo lygmuo – (p). Statistiškai reikšmingo skirtumo tarp lyčių nėra, nes visais atvejais $p > 0,05$. 2-oje lentelėje nurodyta, kad tiek vyrams (4,76), tiek moterims (5,34) bendrauti su draugišku kolektyvu ir susidraugauti su kitais savanoriais (humanitarinė silpna / socialinė stipri patirtis) yra tinkamiausias segmentas. Mažiausiai patrauklu moterims buvo turėti galimybę aktyviai dalyvauti nevyriausybinių organizacijų savanoriškoje veikloje (humanitarinė stipri / socialinė silpna patirtis) (4,38), o vyrams – turėti galimybę organizacijai artimus žmones įtraukti į aktyvią jos veiklą (humanitarinė stipri / socialinė stipri patirtis) (4,06).

Taip pat atskirai analizuoja ir tyrime panaudoti kiti faktoriai daugiau susiję su asmeninėmis savybėmis. Visų faktorių vidutiniai įvertinimai lyginant su lytimi pateikti 3-oje lentelėje.

3 lentelė. Vidutiniai faktorių įvertinimai lyginant su lytimi

Faktorius:	Moterys	Vyrai	Sig.
Lyderystės faktorius	4,77	4,42	0,147
Pasiekimų faktorius	5,11	4,83	0,254
Komandinio darbo faktorius	5,05	4,91	0,363
Santykių kūrimo faktorius	5,17	4,98	0,680
Pasiryžimo padėti faktorius	4,75	4,59	0,549
Santykių išlaikymo faktorius	5,34	5,17	0,623

Sig. (angl. Significant level) reikšmingumo lygmuo – (p). Statistiškai reikšmingo skirtumo tarp lyčių nėra, nes visais atvejais $p > 0,05$. Bet kaip galima pastebėti iš 3-os lentelės pateiktų duomenų moterys visus faktorius vertino šiek tiek geriau, nei vyrai. Geriausiai moterys įvertino santykių išlaikymo (5,34) ir santykių kūrimo (5,17) faktorius. Taip pat moterys gana palankiai vertino pasiekimų faktorių (5,11). Mažiausiai tinkami faktoriai moterims buvo – pasiryžimas padėti (4,75), lyderystės (4,77) ir komandinio darbo (5,05). Vyrai, kaip ir moterys labiau vertino santykių išlaikymo (5,17) ir santykių kūrimo (4,98) faktorius. Taip pat gana aukštai įvertino ir komandinį darbą (4,91), tačiau lyderystė (4,42) buvo labiausiai nepriimtina.

Rezultatų aptarimas

Kaip parodo anketos analizės rezultatai bandomajam tyrimui naudotas instrumentas parengtas pagal P. O. Shield (2009) yra patikimas. Tyrimo metu gauti duomenys yra reikšmingi ir tinkami respondentų konkrečių savybių interpretavimui. Tiriant atskirus individus anketos duomenys, ypač komandinio darbo įvertimai, gali būti abejotini, todėl šį faktorių reikėtų pašalinti arba atitinkamai koreguoti atsižvelgiant į rezultatus.

Analizuojant, kokios patirtys patraukliausios respondentams pagal M. Callow (2004) segmentus, nustatyta, kad turėti galimybę bendrauti su draugišku kolektyvu ir susidraugauti su kitais savanoriais yra geriausiai vertinama patirtis. Galima teigti, kad respondentai savanorišką veiklą rinkęsi labiau dėl poreikio bendrauti ir užmegzti naujus ryšius, nei dėl noro padėti kitiems, nes tiek humanitarinė stipri / socialinė silpna patirtis tiek pasiryžimo padėti faktorius buvo vertinami gana nepalankiai. Antra pagal patrauklumą patirtis – gerinti savo asmeninius ar profesinius įgūdžius dalyvaujant savanoriškoje veikloje. Tai reiškia, kad tyrime dalyvavę respondentai motyvuojami asmeninių ar profesinių įgūdžių gerinimo. Dėl to įgaunama daugiau patirties, didinamos karjeros galimybės. Tai reiškia, kad bendravimas ar naujų įgūdžių įgavimas savanoriams yra svarbiau nei pati organizacijos veikla ar dalyvavimas joje. Dėl to galima teigti, kad respondentai pasirinktą savanorystę dėl laisvalaikio praleidimo ir socialinių ryšių kūrimo. Tai, žinoma, sunkina NVO padėtį, kadangi svarbu pritraukti ne tik tuos savanorius, kurie nori patenkinti savo asmeninius poreikius, bet ir tuos, kurie padėtų įgyventi organizacijos tikslus, bei prisidėtų prie veiklos vystymo. Santykių kūrimą ir išlaikymą tiek vyrai, tiek moterys vertino, kaip jiems tinkamiausią bruožą, todėl tai patvirtina faktą, kad respondentai savanorišką veiklą rinkęsi dėl noro užmegzti naujus santykius. Be šių faktorių vyrai gana palankiai vertina darbą komandoje, o moterims patrauklesni asmeniniai pasiekimai. Tai patvirtina W. W. Wymer, Jr. ir S. Samu (2002) mintį, kad moterys dažniau nei vyrai savanorišką veiklą laiko rimta veikla. Todėl moterims dalyvaujant savanoriškoje veikloje pasiekimai ir jų įvertinimas yra ypač svarbūs.

Išvados

1. NVO vykdydamos savanorių atranką turėtų atsižvelgti į savanorių motyvus. Šiuos motyvus suskirstydami NVO vadovai gali naudoti, kaip savanorių rinkos segmentus ir pritaikyti atsirenkant potencialius savanorius. Svarbu atsižvelgti į tai, kokių savanorių reikia organizacijai, kokie jos tikslai ir ką organizacija gali savanoriams suteikti. Kad būtų skatinamas savanorių pritraukimas, organizacija turi nustatyti, kokio segmento savanoriai būtų tinkamiausi jos veiklos vykdymui ir sutelkti visą dėmesį į jį (M. Callow 2004). Taip būtų skatinamos atrankos ir esamų savanorių išlaikymo galimybės. Susitelkus ties konkrečiu segmentu ar išskiriant kelis segmentus, organizacija galėtų rasti savanorius būtent tokius, kokių reikia. Taip būtų vykdoma finansiškai palankesnė veikla, nes atrinkti tinkami savanoriai sumažintų jų kaitą organizacijose.
2. Parengtas instrumentas remiantis P. O. Shields (2009). Anketoje panaudoti lyderystės, pasiekimų, komandinio darbo, santykių išlaikymo, pasiryžimo padėti ir santykių kūrimo faktoriai, taip pat anketoje naudotas M. Callow (2004) savanorių segmentavimo metodas.
3. Atlikus bandomąjį tyrimą naudojant paruoštą instrumentą paaiškėjo, kad instrumentas yra patikimas ir tinkamas tolimesniems tyrimams, kai siekiama išsiaiškinti savanorių motyvus, atrankos ir išlaikymo veiksnius. Tačiau šį instrumentą, siekiant geresnių rezultatų, reikėtų šiek tiek pakeisti. Ypač reikėtų atsižvelgti į komandinio darbo faktorių, kurio patikimumo įvertinimas išėjo mažiausias. Komandinio darbo įvertinimas ypač svarbus NVO, kadangi veikla dažniausiai vyksta komandomis, todėl svarbu, kad rezultatai būtų patikimi.
4. Apibendrinant galima teigti, kad pagrindiniai motyvai rinktis savanorišką veiklą yra noras bendrauti, susirasti draugų / bendraminčių, bei ugdyti įvairius asmeninius bei profesinius įgūdžius. NVO turi atsižvelgti į šiuos motyvus atlikdamos savanorių atranką, taip ateityje bus lengviau juos pažinti, išlaikyti ir suteikti būtent tai, ko nori savanoris. Svarbu išvystyti draugiškus ryšius ir juos išlaikyti net ir tuomet, kai savanoris palieka NVO, tai skatintų lojalumą organizacijai ir darytų įtaką narių išlaikymui, taip pat skatintų naujų savanorių prisijungimą prie organizacijos veiklos. Tačiau per mažas dėmesys NVO veiklai, savanorių ir organizacijos tikslų nesuderinimas, sunkina organizacijos vystymąsi.

Rekomendacijos ir ribojimai

Tyrimo respondentai buvo parinkti remiantis paprastos atsitiktinės imties principu, todėl tyrimo rezultatai, analizuojant respondentus reprezentatyvioje imtyje, gali skirtis nuo pateiktų šiame tyrime. Tyrimu buvo siekta išsiaiškinti, kaip veikia parengtas instrumentas. Parengtą instrumentą galima naudoti analizuojant savanorių motyvus ir įvairias jų savybes. Gautus rezultatus galima naudoti ruošiant savanorių išlaikymo ir motyvavimo programas.

Literatūros sąrašas

1. Azevedo, M. R., Araujo, C. L. P., Reichert, F. F., Siqueria, F. V., Silva da, M. C., Hallal, P. C. (2007). Gender Differences in Leisure-Time physical activity // *International Journal of Public Health*. Vol. 52, No. 1.
2. Bussell, H., Forbes, D. (2002). Understanding The Volunteer Market: The What, Where, Who and Why of Volunteering // *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*. Vol. 7, No. 3.
3. Butkuvienė E. (2005). Dalyvavimas Savanoriškoje Veikloje: Situacija ir Perspektyvos Lietuvoje po 1990-ųjų // *Sociologija. Mintis ir veiksma*, Nr. 2.
4. Callow, M. (2004). Identifying Promotional Appeals for Targeting Potential Volunteers: an Exploratory Study on Volunteering Motives Among Retirees // *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*. Vol. 9, No. 3.
5. Doherty, A. (2009). The Volunteer Legacy of a Major Sport Event. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*. Vol. 1, No. 3.
6. Gellatly, I. R., Hunter, K. H., Currie, L. G., Irving, P. G. (2009). HRM Practices and Organizational Commitment Profiles // *The International Journal of Human Resource Management*. Vol. 20, No. 4.
7. Jaunmuktane, A. (2013). Volunteering in the Baltic States // *Ekonomika ir vadyba: aktualijos ir perspektyvos*. Nr. 2 (30).
8. Kotler, P. (1979). Strategies for Introducing Marketing to Nonprofit Organisations // *Journal of Marketing*.
9. Lietuvos Respublikos Savanoriškos Veiklos Įstatymas // *Valstybės žinios*. 2011, Nr. 86-4142.
10. Mitchell, M. A., Yates, D. (1996). How to Attract the Best Volunteers // *Nonprofit World*. Vol. 14, No. 4.
11. Mitchell, M. A., Taylor S. (2004) Internal Marketing: Key to Successful Volunteer Programs // *Nonprofit World*. Vol. 22, No. 1.
12. Netemeyer, R. G., Burton, S., Lichtenstein, D. R. (1995). Trait Aspects of Vanity: Measurement and Relevance to Consumer Behavior // *Journal of Consumer Research*. Vol. 21.
13. Oliver, R. L., Anderson, E. (1994). An Empirical Test of the Consequences of Behavior and Outcome-Based Sales Control Systems // *Journal of Marketing*. Vol. 58
14. Pullins, E. B., Fine, L. M., Warren, W. L. (1996). Identifying Peer Mentors in the Sales Force: An Exploratory Investigation of Willingness and Ability // *Journal of the Academy of Marketing Science*. Vol. 24, No. 2.
15. Raskin, R., Terry, H. (1998). A Principal-Components Analysis of the Narcissistic Personality Inventory and Further Evidence of Its Construct Validity // *Journal of Personality and Social Psychology*. Vol. 54, No. 5.
16. Shields, P. O. (2009). Young Adult Volunteers: Recruitment Appeals and Other Marketing Considerations // *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*. Vol. 21, No. 2.
17. Si, S., Li, Y. (2012). Human Resource Management Practices on Exit, Voice, Loyalty, and Neglect: Organizational Commitment as a Mediator // *The International Journal of Human Resource Management*. Vol. 23, No. 8.
18. Wymer, W. W. Jr., Samu, S. (2002). Volunteer Service as Symbolic Consumption: Gender and Occupational Differences in Volunteering // *Journal of Marketing Management*. Vol. 18, No. 9-10.

TURIZMO SEKTORIAUS EKSPATRIANTŲ ADAPTAVIMOSI PROCESAS (LIETUVOS SITUACIJOS ANALIZĖ)

Nosova J., Navickienė R.

Lietuvos sporto universitetas

Anotacija. Straipsnyje analizuojama Lietuvos turizmo sektoriaus ekspatriantų adaptavimosi proceso ypatumai, stadijos bei pagrindiniai psichologiniai procesai, kurie pasireiškia skirtingais adaptacijos laikotarpiais. Teoriniu aspektu yra apibrėžiamos ekspatrianto - žmogaus, laikinai gyvenančio ir dirbančio ne savo gimtojoje šalyje, perkulto į užsienį savo darbdavio (Sussman, 2011) bei adaptacijos - žmogaus prisitaikymo prie kintančių naujų išorinių ir vidinių aplinkos veiksnių (Kurutienė, 2006) - sampratos, kurios, tyrimo metu, patikrinamos per penkis pagrindinius naujos darbo aplinkos veiksnius: nacionalinę kultūrą (national culture), individualias savybes (individual attributes), darbo organizavimą (work organization), santykius su bendruomene (community relations) bei šeimos narių palaikymas ir santykius su jais (family members), kurie yra neatsiejami nuo adaptacijos proceso, vykstančio naujoje darbo aplinkoje ekspatriacijos metu. Empirinio tyrimo metu paaiškėjo, kad ekspatriantai išgyvena kultūrinį šoką, kuris pasireiškia per emocijas, pažinimo, fiziologines ir kitas reakcijas.

Temos aktualumas ir problema. Tarptautinės kompanijos vis dažniau siunčia ekspatriantus į užsienį tam, kad atliktų darbo užduotis (Farh et al., 2010), kas yra neatsiejama bet kurios šiuolaikinės organizacijos, norinčios pasiekti savo darbo tikslų, dalis. Ekspatriantai turi būti atviri tarpkultūrinei įvairovei tam, kad pajėgtų bendrauti ir kurti ryšius su kolegomis, kurie yra iš skirtingų kultūrų (Chen ir kt., 2011). Ekspatriantai gali susidurti su adaptacijos problemomis, kurios gali turėti neigiamos įtakos jų veiklai, kas gali paskatinti nesėkmingos karjeros pradžią internacionaliniu lygiu (Harrison and Shaffer, 2005). Taip pat nustatyta, kad šios problemos gali paskatinti priešlaikinį ekspatrianto apsisprendimą grįžti į tėvynę (Black ir Gregersen, 1999).

Tikslas. Atskleisti faktorius, darančius įtaką turizmo sektoriaus ekspatriantų adaptavimuisi naujoje darbinėje aplinkoje.

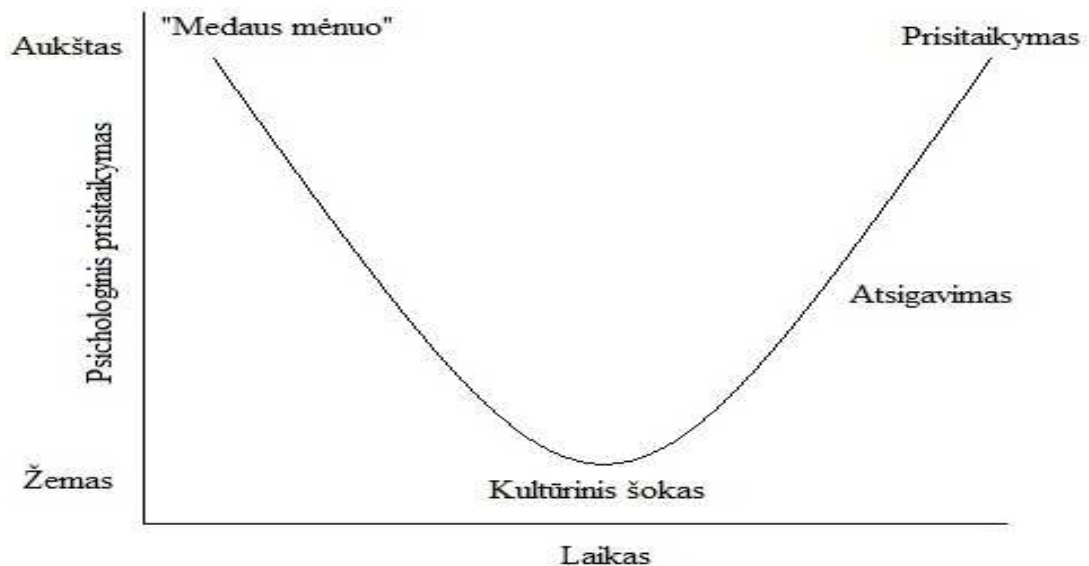
Uždaviniai. Išanalizuoti ekspatrianto adaptacijos procesą teoriniu aspektu. Išsiaiškinti ekspatriantų adaptavimosi proceso etapus turizmo sektoriuje.

Metodai. Mokslinės literatūros apžvalga, sisteminimas, analizė, kritinis vertinimas; giluminis pusiau struktūruotas interviu; tyrimo „content“ analizė. Tyrimas atliktas 2014 m. sausio - vasario mėn. Tyrime dalyvavo tarptautinių turizmo įmonių darbuotojai, dirbę ekspatriacijoje ne trumpiau nei 5 mėn. po vieną ar keletą kartų. Tyrime dalyvavo respondentai dirbę Turkijoje (respondentas nr. 1, 6), Filipinuose (respondentas nr. 2), Italijoje (respondentas nr. 3), Brazilijoje (respondentas nr. 4), Vietname

(respondentas nr. 5), Ispanijoje (respondentas nr. 7), Maltoje (respondentas nr. 8). Klausimynas sudarytas remiantis "U" formos kreive (Zapf, 1991), kuri atspindi besiadaptuojančių žmonių būsenas adaptavimosi laikotarpiams: "medaus mėnuo", „psichologinė krizė“ (kultūrinis šokas), „atsigavimas“, „prisitaikymas“. Interviu buvo įrašinėjami į diktofoną (visi respondentai buvo apie tai informuoti ir sutiko). Vidutinė interviu trukmė 44 min. Tyrimo metu susidurta su problema: visi respondentai buvo labai kalbūs, noriai ir išsamiai atsakinėjo į klausimus, bet labai sunkiai buvo valdomi, dažnai nukrypdavo nuo temos, todėl nagrinėjant įrašytus interviu buvo sudėtinga išskirti pagrindines temas ir potėmes.

Literatūros apžvalga

Plačiąja prasme terminas „ekspatriantas“ apibrėžiamas kaip „asmuo, išsikėlęs arba priverstas išsikelti iš tėvynės“ (Tarptautinių žodžių žodynas, 2008). Personalo vadybos kontekste ekspatriantas įvardijamas kaip žmogus, laikinai gyvenantis ir dirbantis ne savo gimtojoje šalyje, perkeltas į užsienį savo darbdavio; turintis aiškią darbo užduotį ir planuojantis grįžti į gimtąją šalį (Sussman, 2011). Pasak Peltokorpi ir Froese (2009), naujausi tyrimai išskiria ekspatriantus į dvi grupes: organizacijų ekspatriantus (siunčiami į užsienį motininės organizacijos) ir į savarankiškus ekspatriantus (patys priima sprendimą gyventi ir dirbti užsienyje). Pruskus (2004) išskiria net tris pagrindines ekspatriantų grupes: studentai, studijuojantys užsienio universitetuose (pvz., pagal „Erasmus“ programą); turistai, besilankantys egzotiškose šalyse; verslo atstovai, išvykę dirbti į užsienį. Turizmo sektoriaus darbuotojai priklauso trečiajai grupei. Ekspatriantai turi turėti aukšto lygio kultūrinį supratimą ir būti supažindinti su priimančios šalies elgesio normomis (Qin ir Baruch, 2010), kurios apima kultūrinį intelektą ir pripratimą prie kultūros, kurie tiesiogiai įtakoja sąveikavimą su žmonėmis iš skirtingų kultūrų. Atliekant ekspatriaciją užsienyje, ekspatriantai pereina per adaptacijos procesą, kuris įvardijamas kaip žmogaus prisitaikymo prie kintančių naujų išorinių ir vidinių aplinkos veiksnių - socialinių, ekonominių, gamtinių sąlygų, procesas (Kurutienė, 2006). Užsienio mokslininkai plačiai nagrinėja ekspatriantų adaptaciją įtakančius veiksniai, nes ekspatriantų nesėkmės paskatino jas analizuoti ir ieškoti jų sprendimo būdų (Pires ir kt., 2006). Ekspatriantų adaptavimosi proceso stadijas Zaph (1991) vaizduoja "U" formos kreivėje, kurioje atsispindi besiadaptuojančių žmonių psichologinės būsenos skirtingais adaptavimosi laikotarpiams (1 pav.): "medaus mėnuo", „psichologinė krizė“ (kultūrinis šokas), „atsigavimas“, „prisitaikymas“.

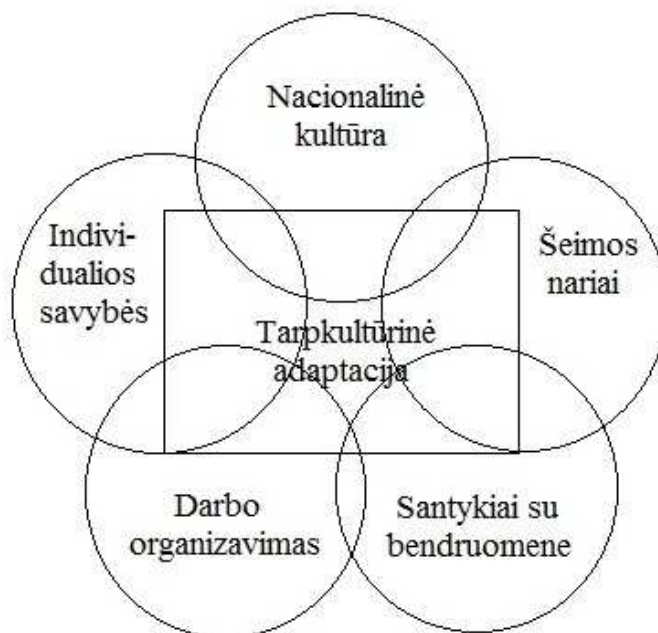


1 pav. Ekspatriantų adaptavimosi proceso stadijos (Zaph, 1991, p. 112)

Kaip matyti iš paveikslo, naujai atvykęs į svetimą šalį, ekspatriantas patiria „medaus mėnesį“, kuris pasireiškia šalies susižavėjimu ir nuotaikos pakilimu, kadangi darbuotojas dar nebūna susidūręs su kultūriniais skirtumais bei sunkumais pirmajame etape. Atskirtą nuo savo kultūros, artimųjų bei įprastos jam gyvenimo aplinkos, ekspatriantą ištinka „kultūrinis šokas“, kuris pasireiškia pasipiktinimu ir agresyvumu, bandant prisitaikyti prie naujos gyvenimo aplinkos, kuris praeina tuomet, kai darbuotojas susipažįsta su vietinėmis tradicijomis, papročiais, pradeda suvokti aplink vykstančius reiškiniai bei palapsniui prisitaiko bei „įsilieja“ į vietinį gyvenimo ritmą, vyksta „atsigavimas“, kurio pasekoje įvyksta „prisitaikymas“ prie naujos darbo aplinkos.

Li-Yueh Lee ir kt. (2013) išskaidė ekspatriantų adaptavimosi procesą į tris dimensijas: bendras prisitaikymas (prie maisto, apsipirkimo tradicijų ir kitų neįprastų užsienio kultūros aspektų), darbo adaptacija (nauji darbo įsipareigojimai, lūkesčiai iš veiklos), sąveikos (socializacija su priimančios šalies gyventojais). Bendroji ir darbo adaptacija yra patys svarbiausi faktoriai, kurie leidžia prognozuoti prisitaikymo sėkmę ekspatriacijos vietoje. Todėl tam, kad atskleistume faktorius, darančius įtaką turizmo sektoriaus ekspatrianto adaptavimuisi - būtina išanalizuoti aspektus, darančius įtaką bendram ekspatriantų adaptavimuisi naujoje aplinkoje.

Soochan Choi (2002) išskyrė penkias pagrindines sritis, darančias įtaką ekspatrianto darbo aplinkai (2 pav.):



2 pav. Pagrindiniai tarpkultūrinės adaptacijos veiksniai (Soochan Choi, 2002, p.40)

Kaip matyti iš paveikslo Nr. 2, pagrindinis naujos darbo aplinkos determinantas – tai tarpkultūrinė adaptacija, kuris yra neišvengiamas procesas naujos darbo aplinkos adaptavimuisi. Tarpkultūrinės adaptacijos procesas turi tiesioginį ryšį su priimančios šalies nacionaline kultūra, kuri ne/žymiai skiriasi nuo ekspatrianto gimtosios šalies kultūros. Soochan Choi (2002) teigia, kad Hofstede išskaidė kultūrinius aspektus į požiūrį, į galią, į individualizmą, į vyriškumą ir į nežinomybės vengimo dimensijas, kas yra neatsiejama kiekvieno ekspatrianto adaptavimosi laikotarpio dalis. Požiūris į galią, pasak autoriaus, tai savotiškas laipsnis, kuriuo mažiau galingiems visuomenės nariams priimtina ir suvokiama nevienodai pasiskirsčiusi galia organizacijoje. Žmonės, kuriems yra labiau priimtina hierarchija ir nevienodai pasiskirsčiusi galia, yra labiau linkę būti ištikimais viršininkams bei organizacijai. Tuo tarpu, nepastovumo vengimas parodo tolerancijos stoką dviprasmiškoms situacijoms bei aiškių taisyklių siekimą. Trečioji dimensija - individualizmas, tai savęs suvokimo kaip individo ir santykio su grupe laipsnis. Ketvirtoji dimensija yra vadinama vyriškumu (priešiškumas - moteriškumas), kuris pasireiškia lyderiavimu, savo individo iškelimu, nepriklausomybe, fizine galia ir palankiai tai priima.

Antrasis pagrindinis aspektas, kuris daro įtaką ekspatrianto adaptavimuisi prie naujos darbo aplinkos, yra individualios žmogaus savybės (*angl.* individual attributes). Pasak Soochan Choi (2002), pagrindiniai elementai - tai metodai, kuriais remiantis ekspatriantai susidoroja su stresu, atranda išeitį iš nežinomų situacijų, sprendimų priėmimo reakcija. Pasak autoriaus, net menka gyvenimo užsienyje patirtis gali padaryti tiesioginę įtaką ekspatrianto lūkesčių formavimuisi, o ekspatrianto adaptavimasis prie vietinės kultūros gali būti pakankamai greitas pačioje pradžioje dėl didelio entuziazmo ir susidomėjimo nauja kultūra. Socializacijos patirtis taip pat yra glaudžiai susijusi su gebėjimu sėkmingai prisitaikyti

naujose kultūrinėse situacijose ir darbo aplinkoje, nes ši patirtis teigiamai veikia ekspatriantų suvokimą ir pripratimą prie tarpkultūrinės aplinkos (Cable and Parsons, 2001).

Kaip matome iš paveikslo Nr. 2, darbo organizavimas yra glaudžiai susijusi su individualiomis ekspatrianto savybėmis bei santykiais su bendruomene. Organizacinė kultūra užsienio organizacijose labai dažnai skiriasi nuo darbo tvarkos gimtojoje šalyje. Kuo didesnis skirtumas tarp organizacinių kultūrų, tuo sunkesnis ir ilgesnis adaptavimosi laikotarpis (Black ir kt. 1991), o darbo santykiai su kolegomis turi tiesioginę įtaką ekspatrianto prisitaikymui prie naujos aplinkos, todėl santykiai su bendruomene – neatsiejamas nuo darbo organizavimo proceso. Socializacija - tai procesas, kurio metu naujai atvykę žmonės prisitaiko prie vaidmenų, taisyklių bei grupės nusistovėjusių normų bei tradicijų (Li-Yueh Lee ir kt, 2013). Pasak autoriaus, tautiečiai suteikia psichologinį palaikymą ir paramą ekspatriacijos metu, tačiau bendravimas su tautiečiais gali apriboti bendravimą su vietiniais, dėl kurio trūkumo gali neužsimegzti naudingų ryšių, padedančių sėkmingiau integruotis į naują aplinką, kas pasitvirtino ankstesniame Nosovos ir Navickienės (2013) tyrime, kurio metu išaiškėjo, kad adaptacijos periodas praeitų sklandžiau, ekspatriantui yra svarbu techniškai palaikyti santykius su artimaisiais, tačiau tai nėra pagrindinis faktorius, palengvinantis adaptavimosi procesą, o atvirkščiai – galintis sutrukdyti sparčiau integruotis į vietinę visuomenę.

Santykiai su vietine bendruomene – tai socialinė parama, apibrėžiama kaip teikiami kitų žmonių ištekliai (materialiniai, psichologiniai), kurie daro teigiama (arba neigiamą) įtaką žmogaus gerovei, kuri gali priversti žmogų jaustis mylimam, vertinamam (Noronha, Mekoth, 2013), palengvinti psichologinį prisitaikymo periodą.

Apibendrinus, galima teigti, kad adaptacija – sudėtingas procesas, kuris pasireiškia ekspatrianto emocinės bei fiziologinės būsenos kaita, kuomet vyksta žmogaus prisitaikymas prie kintančių išorinių ir vidinių aplinkos veiksnių (Kurutienė, 2006; Hannigan, 1990; Hyoungh ir kt., 2012).

Tyrimo rezultatai

Gyvenant svetimoje šalyje, ekspatriantai pereina adaptavimosi proceso stadijas, kuris laikomas užbaigtu per 6-12 mėnesius nuo ekspatriacijos pradžios (White ir kt., 2011), kas dalinai pasitvirtino tyrimo metu. Ankstesnis tyrimas (Nosova, Navickienė, 2013) parodė, kad pagrindinės problemos, iškilusios adaptacijos periodu pirmąkart išvykus į svetimą šalį darbo reikalais, yra patirties trūkumas, neįprastas maistas, neįprastas gyvenimo bei darbo ritmas, o atskirų adaptavimosi etapų trukmė yra skirtinga.

Šis tyrimas parodė, kad visuose laikotarpiuose yra svarbus organizacijos palaikymas bei socialinis pripažinimas. Pirmuoju klausimu buvo bandoma išsiaiškinti, kaip ekspatriantai jautėsi kątik atvažiavę į šalį ir kiek trūko pirmasis adaptavimosi laikotarpis. Išaiškėjo, kad respondentams Nr. 1 ir Nr. 5 patiriant „medaus mėnesio“ stadiją kątik atvažiavus, buvo svarbi fizinė darbo aplinka, o ištikus „kultūriniam

šokui“ – psichologinė. Respondentai Nr. 2 ir Nr. 8 „medaus mėnesio“ stadiją, kurios vidutinė trukmė – vienas mėnuo, patyrė „prisitaikymo“ stadijos pabaigoje, kas tiesiogiai susiję su patirties užsienyje trūkumu. Antruoju klausimu, kuriuo buvo bandoma išsiaiškinti, su kokiais sunkumais turizmo darbuotojai susidūrė, ištikus „kultūriniam šokui“, išaiškėjo, kad respondentas Nr. 6 susidūrė su darbo organizavimo proceso sunkumais, kuomet, atvykus į svetimą šalį, ekspatriantas buvo „įmestas“ į nepažįstamą darbo aplinką be išankstinių apmokymų; „šoko būsenai“ taip pat darė įtaką faktas, jog darbuotojas prieš tai neturėjo jokios darbo patirties turizmo srityje, tačiau palengvino faktas, kad šalyje darbuotojas lankėsi jau ketvirtą kartą. Tarpkultūriniai skirtumai turi tiesioginę įtaką darbo organizavimo procesui, į kuriuos įeina galios suvokimo (*angl.* power distance) dimensija, kurios pasireiškimas pasitvirtino respondentui Nr. 5, kuomet darbuotojas susidūrė su griežta darbo grafiko kontrole, užduočių lankstaus atlikimo nebuvimu, darbo atlikimo uždelsimu, darbuotojo iniciatyvos pasipriešinimui iš organizacijos vadovų pusės, kas buvo nebūdinga ekspatrianto darbo pobūdžiui Lietuvoje. Respondentas Nr. 3 pabrėžė, kad neįprastos Lietuvos darbuotojams „siestos“ darbo dienos metu sutrikdė ekspatrianto darbo ritmą, neigiamai paveikė darbo kokybę. „Atsigavimo stadija“ naujoje aplinkoje respondentui Nr. 1 ir Nr. 7 pasireiškė laisvesniu ir drąsesniu elgesiu organizacijos proceso eigoje, lengvesniu kritikos priėmimu, greitesniu konfliktų sprendimu. „Santykiai su bendruomene“ visiems respondentams buvo svariausias aspektas, nulemiantis pasitenkinimą/nepasitenkinimą darbu bei „prisitaikymo“ proceso laipsnį. Respondentas Nr. 4 pabrėžė, jog nuoširdumas, geranoriškumas, svetingumas – pagrindiniai aspektai, palengvinantys darbo sąlygas svetimoje šalyje, tačiau aukštas kriminalingumo lygis šalyje – priešastis, apsunkinanti darbo sąlygas, dėl kurios galutinis prisitaikymas įvyko praėjus trimis mėnesiams nuo ekspatriacijos pradžios. Respondentas Nr. 5 susidūrė su sunkumais, bendraujant su kolektyvu ne darbo aplinkoje, kas tiesiogiai susiję su ekspatrianto priklausymu kitai tautybei ir kultūrai, neatsižvelgiant į jo asmenines savybes, kurios respondento Nr. 2 atveju paspartino lengvesnį ir greitesnį ekspatrianto adaptavimąsi prie naujos darbo aplinkos užsienyje: humoro jausmas, noras, praktinės pastangos integruotis į vietinę bendruomenę, komunikabilumas. Išaiškėjo, kad visais atvejais bendravimo nebuvimas ar jo apribojimas ir „įspaudimas į rėmus“ sukelia stresą, kuris gali neigiamai paveikti turizmo darbuotojo darbo kokybę. Atsižvelgiant į respondentų parodymus, galima teigti, kad net minimali patirtis užsienio šalyje daro teigiamą įtaką kultūrinės adaptacijos procese, o ankstesnė darbo patirtis turizmo sferoje tiesiogiai susijusi su darbo rezultatų kokybe.

Išvados

1. Mokslinės literatūros analizė parodė, kad adaptacija – tai žmogaus, gyvenančio svetimoje kultūroje, požiūrio, suvokimo, elgesio bei psichologijos kaita, o tarpkultūrinė adaptacija apibrežiama kaip asmeninio gyvenimo ir darbo prisitaikymo procesas svetimoje kultūroje, ir yra suvokiamas kaip žmogaus psichologinio komforto ir žinių apie svetimą kultūrą santykis

(Hannigan, 1990; Hyoungh ir kt., 2012). Turizmo darbuotojų tarpkultūrinę adaptaciją veikia daugelis faktorių, kurie yra susiję ne tik su pasikeitusia aplinka (šalies klimatu, kalba, kultūra), atsiskyrimu nuo šeimos, tarpkultūrinių skirtumų, kultūrinio šoko, bet ir ekspatrianto ankstesnės darbo bei gyvenimo patirties ekspatriacijoje bei organizacijos pagalbos išvykstančiam (Nosova, Navickienė, 2013). Tarpkultūrinei ekspatrianto adaptacijai daro įtaką nacionalinė kultūra, individualios savybės, darbo organizavimas, santykiai su bendruomene bei šeimos narių palaikymas ir santykiai su jais.

2. Paaiškėjo, kad kuo dažniau darbuotojas išvyksta, tuo trumpesnis adaptavimosi periodas, tačiau tik tuo atveju, kai ekspatriantas nepatiria faktorių, nulemiančių apsisprendimą užbaigti darbo misiją anksčiau laiko: atsiribojimo nuo bendravimo iš vietinės bendruomenės pusės bei artimųjų trūkumo. Tokie socialiniai faktoriai, kaip nuolatinis šeimos narių palaikymas, individualios ekspatrianto savybės (humoro jausmas, komunikabilumas, nekonfliktiškumas, tolerancija), glaudūs santykiai su vietine bendruomene ir jos psichologinė pagalba, įsiliejant į vietinę kultūrą, darbo organizavimo skirtumai tarp gimtosios ir svietimos šalies, tarptautinėje darbo aplinkoje daro tiesioginę psichologinę bei fizinę įtaką ekspatriantui, nulemiančią turizmo darbuotojo adaptavimosi spartą ir darbo kokybę tarpkultūrinėje aplinkoje. Visais atvejais adaptavimosi periodą žymiai palengvina informacijos turėjimas apie šalies specifiką, tradicijas, papročius bei draugų ir pažįstamų atsiliepimai apie šalį.

Literatūros sąrašas

1. Black, J.S., Gregersen, H.B. (1999). The right way to manage expatriates. *Harvard Business Review*, vol. 77 No. 2, (pp. 52-54).
2. Black, J. S., Mendenhall, M., Oddou, G. (1991). Toward a comprehensive model of international adjustment: An integration of multiple theoretical perspectives. *Academy of Management Review*, 16, (pp. 291-317).
3. Cable, D.M., Parsons, C.K. (2001). Socialization tactics and person-organizational fit. *Personnel Psychology*, vol. 54 No. 1, (pp. 1-23).
4. Chen, A.S.Y., Lin, Y.C., Sawangpattanakul, A. (2011). The relationship between cultural intelligence and performance with the mediating effect of culture shock: a case from Philippine laborers in Taiwan. *International Journal of Intercultural Relations*, vol. 35 no. 2, (pp. 246-258).
5. Choi S., (2002). Understanding American and Korean Workers' Adaptations to Expatriate Work Environments: A Practical Guide for Industrial Social Workers. *Employee Assistance Quarterly*, vol. 17(3).
6. Farh, C.I.C., Bartol, K.M., Shapiro, D.L., Shin, J. (2010). Networking abroad: a process model of how expatriates form support ties to facilitate adjustment. *Academy of Management Review*, vol. 35 No. 3, (pp. 434-454).
7. Hannigan, T. P. (1990). Traits, attitudes and skills that are related to intercultural effectiveness and their implications for cross-cultural training: A review of the literature, *International Journal of Intercultural Relations*, 4(1), (pp. 89-111).

-
8. Harrison, D.A., Shaffer, M.A. (2005). Mapping the criterion space for expatriate success: task- and relationship-based performance, effort and adaptation. *International Journal of Human Resource Management*, vol. 16 No. 8, (pp. 1454-1474).
 9. Hyoung, K. M., Byoung, K. C., Jae S. J. (2012). Previous International Experience, Cross-Cultural Training and Expatriates' Cross-Cultural Adjustment: Effects of Cultural Intelligence and Goal Orientation. *Human resource development quarterly*, vol. 23, no. 3
 10. Kurutienė, Z. (2006). Organizacijos ir individo santykis socialinio identifikavimosi požiūriu. *Ekonomika ir vadyba: aktualijos ir perspektyvo*, 1 (6), (pp. 110–116).
 11. Li-Yueh L., Sou V., Wann-Yih W., (2013). The effects of social support and transformational leadership on expatriate adjustment and performance. The moderating roles of socialization experience and cultural intelligence. *Career Development International*, vol. 18 No. 4, (pp. 377-415).
 12. Noronha A. M., Mekoth N. (2013). Social support expectations from healthcare systems: Antecedents and emotions. *International Journal of Healthcare Management*, vol. 6 No. 4
 13. Nosova J., Navickienė R., (2013). Turizmo sektoriaus ekspatriantų adaptavimosi aspektai tarpkultūrinėje aplinkoje (Tez Tour ir Novaturo pavyzdžiu). *Sportinį darbingumą lemiantys veiksniai. Mokslinių straipsnių rinkinys*. Kaunas: Lietuvos Sporto Universitetas.
 14. Peltokorpi V., Froese F. J. (2009). Organizational expatriates and self-initiated expatriates: who adjusts better to work and life in Japan? *The International Journal of Human Resource Management*, vol. 20, No. 5
 15. Pires, G., Stanton, J., Ostenfeld, S. (2006). Improving expatriate adjustment and effectiveness in ethnically diverse countries: marketing insights. *Cross cultural management: An International Journal*, 13 (2), (pp. 156-170).
 16. Pruskus, V. (2004). Multikultūrinė komunikacija ir vadyba: vadovėlis aukštųjų mokyklų studentams, Vilniaus teisės ir verslo kolegija, (pp. 31-34).
 17. Sussman, N. M. (2011). Working Abroad and Expatriate Adjustment: Three Disciplinary Lenses for Exploring the Psychological Transition Cycle of International Employees, *Social and Personality Psychology Compass* 5 / 7 (2011): (pp. 393–409).
 18. Qin, C., Baruch, Y. (2010). The impact of cross-cultural training for expatriates in a Chinese firm". *Career Development International*, vol. 15 No. 3, (pp. 296-318).
 19. White D. W., Absher, R.K., Huggins, K. A. (2011). The effects of hardiness and cultural distance on sociocultural adaptation in an expatriate sales manager population., *Journal of Personal Selling & Sales Management*, vol. 31, no. 3, (pp. 325–337).
 20. Zapf, M.K. (1991). Cross-cultural transitions and wellness: Dealing with culture shock. *International Journal for the Advancement of Counselling* vol. 14: (pp.105-119).

LEGAL ASPECTS OF PEOPLE WITH DISABILITIES

Perkumienė D.

Kauno kolegija

Introduction. The number of the disabled in Lithuania corresponds to the United Nations data, which shows that people with disabilities account for about 10 percent of the global population¹⁸. The study of the Lithuanian Union of Students (LSS)¹⁹ revealed only a quarter of Lithuanian higher schools are designed for individuals with mobility disabilities.

In 2013, about three thousand persons with disabilities were employed, i.e. every tenth handicapped unemployed who had registered at the labour exchange. Disabled persons in Lithuania face social discrimination from potential employers. Quite often, the latter even do not analyse the situation thoroughly, they just refuse to employ people with disabilities. It is explained by low labour productivity and economic inefficiency of the disabled; employers are also afraid of taking responsibility for people with disabilities supposing the risk of their health deterioration. A disabled person can choose what he or she wants and is able to do, and a public responsibility is to help them achieve it.

The first very important step in the consolidation of the status of persons with disabilities was made in 1997 with the signing of the Amsterdam Treaty of the European Union²⁰, including Article 13, which established the need to “take appropriate action to combat discrimination based on sex, racial or ethnic origin, religion or belief, disability, age or sexual orientation”. For a long time, however, disability was treated as a medical problem, not as a human rights’ issue concentrated on a person with a physical, mental, and intellectual or other impairment.

This article **aims** at conveying the peculiarities of the disabled individual’s legal status.

The concept of the disabled person's disability

The term “disability” is a social concept, which seeks to identify and remove various barriers interfering with the disabled in their endeavour to take an equal level of participation in all areas of life. The category of the disabled includes all persons who, because of the prevailing attitudes in the society, cannot enjoy the same opportunities as everyone else.

¹⁸ Website of the Ministry of Social Security and Labour of the Republic of Lithuania: <http://www.socmin.lt/index.php?-681837845>.

¹⁹ Website of the Lithuanian Student Union: <http://lss.lt/tyrimai-ir-leidiniai/>.

²⁰ <http://eur-lex.europa.eu/en/treaties/dat/11997D/htm/11997D.html>, login time 04.03. 2013.

For the first time, the concept of disability and its classification was introduced by the World Health Organisation in 1980²¹. A disability is a long-term health deterioration of a person's body owing to the structure disorders and dysfunction, and to unfavourable environmental factors; also, reduction of participation in social life and limited performance opportunities²². Meanwhile, a person with a disability is defined as an individual who, because of the congenital or acquired physical or mental disability, partially or totally, is unable to lead their personal or social life, to perform their duties and exercise the rights provided by law²³. Varžinskienė R. defines disability as the physical or mental obstacle preventing or restricting the individual's ability to function as the others. Mostly, the disabled person cannot take care of their personal and social life properly, and experience their rights because of their physical or mental disorders.²⁴ The definition of disability is very important in legislation, as the latter determines the target groups to be protected by law.

The provisions of the Constitution of the Republic of Lithuania (hereinafter referred to as the Constitution)²⁵ do not provide any specific acts for someone with a disability, only general statements can be found. In the best case, such an individual may expect that the discrimination be prohibited because of common law: "Human rights should not be restricted, and the individual should not be provided with privileges on the grounds of sex, race, ethnicity, language, origin, social status, religion, beliefs or opinions." A disabled person is only mentioned in the Constitution stating that "the State shall guarantee its citizens the right to old-age and disability pensions". The Resolution No.I-352 "Regarding the Protection of the Interests of the Disabled in Lithuania"(No. 20-513, 1990), approved by the Supreme Council of the Republic of Lithuania on 5 July 1990, was the first act of law regulating the legal position of people with disabilities. The Law on Social Integration of the Disabled in the Republic of Lithuania (10) was approved on 28 November 1991, and it identified the disabled person as handicapped (invalid). A handicapped person is an individual of any age who, because of a congenital or acquired physical or mental defect, in whole or in part, is unable to take care of their personal and social life, experience their rights and carry out responsibilities. A very handicapped person is a disabled of any age whose physical and mental disabilities completely restrict their opportunities to focus, to move, to work, to integrate, and to be economically independent. The concept of disability in our country has only been established since July 1, 2005 by the empowered Act on Social Integration of the Disabled. As Article 2 in the Lithuanian Social Integration Law on Disability declares – disability means long-term health deterioration, reduction

²¹ Adomaitienė R., Mikelkevičiūtė, J. Negalios fenomenas sociologijos teorijų požiūriu (*Disability Phenomena under the Sociology Theories*) // Ugdymas. Kūno kultūra. Sportas. No.4 (41), 2001 p. 5.

²² Baranauskienė I., Ruškus, J. Neįgaliųjų dalyvavimas darbo rinkoje: profesinio rengimo ir profesinės adaptacijos sąveika (*The Disabled in the Labour Market: Interaction between Vocational Training and Professional Adaptation*). Monografija. Šiauliai: Šiaulių universiteto leidykla, 2004, p.11.

²³ Addakha, R. (2007). How Young People with Disabilities Conceptualize the body, sex and Marriage in Urban India, *Sex disabled*.

²⁴ Ruškus J. Negalės fenomenas (*Disability Phenomena*). Šiauliai, 2002 (p.12.)

²⁵ The Constitution of the Republic of Lithuania// Valstybės Žinios, No.33-1014, 1992, (Article 29 and 53).

of participation in social life, and limited performance opportunities caused by a person's body structure and dysfunction together with adverse environmental factors.

Disability may be of three levels - heavy, medium and light. A disabled person is a person who was diagnosed as a disabled, with to or less than 55 percent of disability rate, and (or) when the immediate necessity of specific need satisfaction was established²⁶. The definition is rather vague, although disability should be defined carefully - it should be exhaustive enough to give the protection by the law and enable to ensure a wide range of individuals, and anyone who experiences discrimination because of disability, that they can take advantage of the law. On the other hand, the opportunity to protect one's rights cannot be denied just because of the fact that the concept of disability is regulated too narrowly in the rule of law. Therefore, it is worth mentioning the concept of equal opportunities here, which is related to this article. The term Equal Opportunities means the implementation of human rights – as indicated in the international acts on human and citizen rights, and Lithuanian legislation, too - regardless age, sexual orientation, disability, race or ethnic origin, religion or belief, and other statutory grounds under the international treaties and laws of the Republic of Lithuania. In the case of violation of the Equal Opportunities, this means direct or indirect discrimination regarding age, sexual orientation, disability, race or ethnic origin, religion or belief.²⁷ In the Social Services Act of the Republic of Lithuania²⁸, the definition of *disabled* or *handicapped* does not exist, but the concepts “an adult person with disability” and “a child with disability” are distinguished.

The European Union's documents related to the integration into society of persons with disabilities

The European Union recognises that the manifold problems of persons with disabilities should be given a special attention. First of all, people with disabilities should have conditions to fulfil their roles and responsibilities as citizens and ensure that they have the same choices and control over their lives as non-disabled people. Actions should be guided by the principle that people with disabilities, like all other human beings, are ensured access and inclusion. One of the most important tasks is to ensure the availability of long-term care and support services. It is appropriate to consider other issues, such as disability compensation, habilitation and rehabilitation, economic and social consequences of disability reduction, combating health care inequalities. The most relevant objectives are to reduce social exclusion, removing barriers to facilitate the movement and use of information technology²⁹.

²⁶ The Law on Social Integration of the Disabled Persons in the Republic of Lithuania//Valstybės žinios, No. 36-969, 2005 (Article 2).

²⁷ The Law on Equal Opportunities of the Republic of Lithuania//Valstybės žinios, No. 114-5115, 2003 (Article 2).

²⁸ The Law on Social Services of the Republic of Lithuania//Valstybės žinios, No. 17-589, 2006 (Art. 2).

²⁹ <http://www.edf-feph.org/> login time: 15.04.2013.

Disabled people constantly hear that all human rights are universal and solid, and this is presented as fundamental principles of the human rights theory. According to A.Vaišvila,³⁰ a mature person is a legal entity, in respect of the responsibilities related to those rights. A disabled person faces a curious situation - it is often not without an additional state aid to begin exercise their rights, and quite often, the issue on execution of obligations legalising those rights is omitted.

By enabling a disabled person to exercise their rights, they may be required to fulfil their duties. For example, given a proper education and corresponding environment, a person with mobility or visual impairments may become a teacher, a doctor, a judge, and, like all representatives of these professions, pay taxes to the government (rather than wait for governmental support in one or another form)³¹. At the international level, the United Nations Universal Declaration of Human Rights³² with the legal and moral standards and human rights principles for an individual, as the highest value to be protected, were taken over and consolidated in all major international, regional, and national laws. Human rights and freedoms are recognised as the principle values of modern democratic states, consequently, their proper implementation, legal protection and defence is one of the most important issues for the state and society. Thus, people with disabilities, like all citizens, must possess the same human rights.

For quite a long time, however, international human rights provisions were not applied to protect persons with disabilities, as there has not been specifically mentioned that discrimination based on disability is illegal. Only after a few dozen years since adoption of the first human rights documents, the international community finally acknowledged that those acts contain non-discrimination provisions applicable to persons with disabilities. Since the implementation of human rights is not granted hierarchy, individuals with disabilities should not be assessed by measures of efficiency or competitiveness³³.

The year of 2003 was proclaimed as the year of people with disabilities in Europe. In 2002, the Declaration of the European Forum of People with Disabilities was adopted in Madrid; it establishes the non-discrimination of disability and a need of affirmative governmental action regarding the people in question. The fundamental rights and provisions for people with disabilities were formulated in this declaration, it established a new direction - from charity and expectation of mercy to the disabled rights to non-discrimination, and positive support as subjective rights guarantees. This declaration is considered to be the beginning of a new movement of people with disabilities: one year later the launch of two new instruments - the relevant EU directive and the UN Convention - was started at the new European Disability Forum Conference. The authorities of the European Union institutions in this conference repeatedly underlined that provisions of the Social Charter (ratified by Lithuania, too) may be regarded as

³⁰ Vaišvila A. Teisės teorija (*The Theory of Law*). Vilnius, 2000, p. 336-337.

³¹ Latauskienė G. Neįgalus asmuo Žmogaus teisių apsaugos požiūriu (*A Disabled Person in Terms of Human Rights Protection*). Jurisprudencija No. 54 (46), Vilnius, 2004, p.77.

³² The Universal Declaration of Human Rights (1948) // Valstybės žinios: Vilnius, No. 68-2497, 2006, (Art.1).

³³ Downtime Problems of the EU in the Context of the Declared Values: Global Initiative on Psychiatry. Vilnius, 2007, p.7.

personal rights and defended in the courts³⁴. Thus, Paragraph 3 of Article 15 of the EU Social Charter (revised)³⁵ proclaims that the State is committed to supporting disabled people in their full social integration and participation in public life, in particular, through measures including technical aids when aiming to overcome barriers to communication and mobility; consequently, it shall also enable those people to have free access to transport, housing, cultural activities, and leisure.

The greatest achievement in specific strengthening of the rights of persons with disabilities at the international level is the UN Convention on the Rights of Disabled Persons³⁶ of 2006. It is a binding document that, for the first time in history, in the international human rights law, formalised the essential rights of disabled people, embracing basic human rights and freedoms without discrimination, and by this it promotes respect for their inherent dignity. The UN Convention on the Rights of Disabled Persons legal insanity is enshrined in the 12th Article - Equality before the law.

Lithuania has also ratified most major international instruments on human rights, as well as provisions relating specifically to disabled people's rights. One of the latest and most important documents, however, would be Convention on the Rights of Persons with Disabilities adopted in May of 2010. The aim of the Convention is to promote and ensure that all people with disabilities experience full and equal enjoyment of all human rights and fundamental freedoms, and to promote respect for their inherent dignity. The Convention on Persons with Disabilities has established equality before the law, freedom and security, personal integrity requirements, free movement, citizenship, and independent living rights, the right to health, work, employment and education, the opportunity to participate in the political and cultural life³⁷. The approval of the law demonstrates that commitment before the international community (joining the EU) and its own citizens are important for Lithuania to recognise the democratic rule of law and to respect basic international human rights standards for the protection and respect of all people.

The domestic laws and the Constitution regulate the legal status of people with disabilities in the Republic of Lithuania, and certain specific areas are regulated by separate laws or international legislation.

The Constitution guarantees the fundamental rights and freedoms to a person. Here, the proclaimed regulations are in line with the provisions set out in international instruments, establishing the need to protect and respect the person, their honour and dignity, and to protect against any form of discrimination. Article 29 of the Constitution states that it is prohibited to restrict the rights or privileges

³⁴ Latauskienė G. Neįgalus asmuo Žmogaus teisių apsaugos požiūriu (*A Disabled Person in Terms of Human Rights Protection*). Jurisprudencija No. 54 (46), Vilnius, 2004, p.78.

³⁵ European Social Charter (revised) // Valstybės žinios. 2001. No. 49–1704.

³⁶ The UN General Assembly adopted the UN Convention on the Rights of Disabled Persons on Dec. 13, 2006: <http://www.un.org/disabilities/documents/convention/convoptprot-e.pdf>, login time: 12.03.2013.

³⁷ Website of the Ministry of Social Security and Labour of the Republic of Lithuania : <http://www.socmin.lt/index.php?-483222620>.

of persons because of their sex, race, nationality, language, origin, social status, religion, beliefs or views. Although the protection from the right limitation and against discrimination because of disability is not specified in the Constitution, Article 6 declares, “The Constitution is an integral and directly applicable statute”. Therefore, every citizen of the Republic of Lithuania may protect his or her rights based on the Constitution. In addition, Article 29 of the Constitution states, “all citizens are equal before the law, the courts, and other governmental authorities and officials”. Many other parts of legislation of the Republic of Lithuania that regulate various social relations are established under the principle of Constitutional equality of all persons and the one of non-discrimination³⁸.

The Lithuanian Labour Code³⁹ does not include an extra annual leave for the disabled as well as cuts down on the extra time spent validating the fulfilment of the disabled, however, by the demand of the disabled and by the report from the health care institution, not all working time is included by Article 146.

The recent survey done by the Lithuanian Union of Students about students with disabilities in higher educational institutions of Lithuania has revealed a downward trend regarding the data of students with disabilities: in the 2011-2012 academic year, only 878 students with disabilities studied in Lithuanian universities and colleges (correspondingly, in 2010-2011, there were 996 students, and in 2009 -2010 academic year – 1026 students)⁴⁰. It was only since 2011 that Lithuanian legislation has incorporated the statement that the reconstructed or newly constructed buildings must be fitted for the disabled; and although there are just a few institutions of higher education in Lithuania adapted for physically disabled persons, the tailoring of information environment is no less important. In addition, a flexible approach to attendance, a custom reporting format for people with disabilities, the coordinator’s post, correct and respectful attitude of teachers, and classmate interaction are greatly appreciated. Therefore, the adjustment of education and social services legislation should be given high priority in strengthening the legal status of persons with disabilities.

Legislation governing the legal status of the disabled in Germany, in some areas, is wider, it allows disabled people live independently; public buildings and public transport are accordingly adapted, the disabled have free access to the Internet. This provides greater opportunities for a disabled person. Already from 2000 to 2002, the legislation introduced in Germany in particular emphasised the comprehensive adaptation of environment (public buildings and transportation, food establishments, educational institutions, streets, parking spaces, etc.) for the needs of the disabled; the German laws also care about integration of people with disabilities into the labour market, by subsidising jobs, providing all

³⁸ Preliminary Reports by the UN Convention on the Rights of Persons with Disabilities, Project (Žin., 2012, No. 12-1479-01).

³⁹ The Labour Code of the Republic of Lithuania/Valstybės žinios No. 64-2569, Vilnius, 2002.

⁴⁰ Website of the Lithuanian Student Union: <http://lss.lt/tyrimai-ir-leidiniai/>, login time: 12.03.2013.

the necessary equipment for independent living, enabling people exist in the least possible dependence on others, setting up special houses (day care centres in Lithuania). Tax incentives and free basic services (transport, the Internet, cultural events, treatment and rehabilitation, etc.), voting and adjusted voting environment, free of charge sign language service, etc., at the time, provided greater opportunities for full integration into society. After Lithuania had signed the UN Convention on Persons with Disabilities in 2010, the legal framework for the disabled was given a strong start for adjustment. The rights of disabled people in Lithuania began to develop after the adoption of the Social Integration Law for the Disabled in Lithuania (2005) and Equal Opportunities Act (2003). While in Germany all national legislation regarding the legal status of persons with disabilities was established more than 10 years ago, in Lithuania, such acts of law are only gaining acceleration, and are reflected in the presented draft programme by the Government of Lithuania - yet not endorsed - the Resolution on National Integration of Disabled People in 2012-2019.

It should be noted that the Lithuanian laws regulating the legal status of persons with disabilities are not comprehensive enough and have a number of shortcomings. As a proof, the UN Convention on the Rights of Persons with Disabilities has disclosed that the Lithuanian legal framework needs to be adjusted, starting with the concept of a disabled person and a larger environmental adaptation, to the expansion of equal rights of these people to education, employment, independent living, and etc.

Conclusions

1. The concept of disability in various countries is still being evolved, it is however acknowledged, that disability originates from the interaction between individuals with impairments and the attitude of the environment; also it depends on the obstacles created for those persons to fully and effectively participate in the public life on equal basis with others.
2. Although cases on disability are not numerous in Lithuanian court practice, nevertheless, the adopted acts of law, such as Disability Rights Convention (2010), the Act on Social Integration of Persons with Disabilities in the Republic of Lithuania (2004), the Act on Social Services (2006), the Act on Equal Opportunities (2003) and others are building differentiated policy of the disabled rights protection.
3. In international papers, the analysis of the disabled issues is performed by distinguishing two aspects: a search for the ways to better meet the individual needs of people with disabilities (rehabilitation, technical tools, integration into society, etc.); on the other hand, the issues of the disabled interference arising from the lack of good public process organisation, by paying particular attention to the environmental adaptation, adequate education and employment scheme, are analysed.

-
4. Although it aims to successfully integrate people with disabilities into society (employment, education, culture events, etc.), difficulties persist: physical environment unsuitable for the disabled, the insufficient system of independent life skill development. Lithuania provides for the rights of persons with disabilities under the order of the Department of Disabled Matters at the Ministry of Social Security and Labour (but they do not have the power to prepare or issue laws, they act more as an advisory body), the Office of the Ombudsman, which accepts complaints on discrimination related to disability, but they do not have powers of the courts, and the investigated complaint may be later sued in the courts. It is NGOs that provide more protection for the disabled.
 5. The biggest advancement in the status of legal persons with disabilities in Lithuania took place in 2010, after the UN Convention on Persons with Disabilities was adopted. It was an important base to adjust the legal framework in respect of the rights of persons with disabilities. The rights of disabled people in our country were started to develop in 2005, after the adoption of the Law on Social Integration of the Disabled in the Republic of Lithuania and the Equal Opportunities Act (2003). All acts of law, however, in relation to the legal status of persons with disabilities, were introduced into national legislation of Germany more than a decade ago; Lithuania, though, has just started its legislation on this issue – the draft programme regarding the Resolution on national integration of the disabled for 2012-2019 has been submitted by the Government of Lithuania and is waiting for approval.

References

1. The Constitution of the Republic of Lithuania// Valstybės Žinios, No.33-1014, 1992, (Article 29 and 53).
2. Website of the Ministry of Social Security and Labour of the Republic of Lithuania: <http://www.socmin.lt/index.php?-681837845>.
3. The Law on Social Integration of the Disabled Persons in the Republic of Lithuania//Valstybės žinios, No. 36-969, 2005.
4. Lithuanian Government Resolution on the National Integration of Disabled People in 2012-2019 approval of the programme: http://www.lrv.lt/Posed_medz/2012/121121/06.pdf, login time 12.03.2013.
5. The Law on Equal Opportunities of the Republic of Lithuania//Valstybės žinios, No. 114-5115, 2003.
6. The Law on Social Services of the Republic of Lithuania//Valstybės žinios, No. 17-589, 2006.
7. The Universal Declaration of Human Rights (1948) // Valstybės žinios: Vilnius, No. 68-2497, 2006.
8. Addakha, R. (2007). How Young People with Disabilities Conceptualize the body, sex and Marriage in Urban India, Sex disabled.
9. The UN General Assembly adopted the UN Convention on the Rights of Disabled Persons on Dec. 13, 2006: <http://www.un.org/disabilities/documents/convention/convoptprot-e.pdf>, login time: 12.03.2013.
10. Adomaitienė R., Mikelkevičiūtė, J. Negalios fenomenas sociologijos teorijų požiūriu (*Disability Phenomena under the Sociology Theories*) // Ugdymas. Kūno kultūra. Sportas. No.4 (41), 2001.

-
11. Baranauskienė I., Ruškus, J. Neįgaliųjų dalyvavimas darbo rinkoje: profesinio rengimo ir profesinės adaptacijos sąveika (*The Disabled in the Labour Market: Interaction between Vocational Training and Professional Adaptation*). Monografija. Šiauliai: Šiaulių universiteto leidykla, 2004.
 12. Latauskienė G. Neįgalus asmuo Žmogaus teisių apsaugos požiūriu (*A Disabled Person in Terms of Human Rights Protection*.) Jurisprudencija No. 54 (46), Vilnius, 2004.
 13. http://www.germanlawjournal.com/pdfs/Vol05No11/PDF_Vol_05_No_11_1373-1392_Private_Kock.pdf, login time: 12.03.2013.
 14. Ruškus J. Negalės fenomenas (*Disability Phenomena*). Šiauliai, 2002.
 15. The Law on Construction of the Republic of Lithuania// Valstybės žinios No. 32-788 (actual wording 28.06.2011), 1996, Vilnius.
 16. Vilnius Regional Court Decision of January 26, 2012 on the petitioner's A .K. wrongful dismissal from the post at the National Paying Agency at the Ministry of Agriculture.
 17. Kaunas Regional Court's Decision in a Civil Case No. 2A-520-555/2013 of April 3, 2013.
 18. Panevezys Regional Court's Decision in a Civil Case No. 2A – 751 – 198 / 2010 of December 19, 2011.
 19. The Labour Code of the Republic of Lithuania//Valstybės žinios No. 64-2569, Vilnius, 2002.
 20. Vaišvila A. Teisės teorija (*The Theory of Law*). Vilnius, 2000.
 21. Website of the Lithuanian Student Union: <http://lss.lt/tyrimai-ir-leidiniai/>.
 22. <http://eur-lex.europa.eu/en/treaties/dat/11997D/htm/11997D.html>, login time 04.03. 2013.
 23. L. Vengalė, I. Mackevičiūtė. Lygybė ir įvairovė darbo vietoje: Lygių galimybių politikos apžvalga ir teisinės rekomendacijos (*Equality and Diversity at the Workplace: Review on Equal Opportunity Policy and Legal Recommendations*), Vilnius. 2008.

THE LEGAL REGULATION OF COPYRIGHT CONTRACTS IN THE REPUBLIC OF LITHUANIA AND GREAT BRITAIN

Perkumienė D., Mikalauskienė N.

Kauno kolegija

Introduction. In 2003, March 21, the new Lithuanian Law on Copyright and Related Rights Act update has been set in. The update of the law didn't change it in principle, but some new aspects were regulating newly. The main purpose of the update was to accommodate the Copyright and Related rights act with the European Union norms, to improve the Copyright and Related rights act according to Lithuania's international obligations and also to harmonize with the new Lithuanian Civil Code and Lithuanian Civil Procedure Code.

Copyright contracts are one of the most relevant issues on these days. If someone try to calculate the current copyright contracts, there is no doubt, the numbers are impressive. Unfortunately, not always the copyright contracts are made by the legislative requirements, and often the copyright contracts are

made even when they can not be applied. Untypical conditions used in copyright contracts are one of the most common mistakes. Indeed the properly prepared copyright contracts could be an alternative employment or other contract.

Copyright and Related rights act is the main document in Lithuania which regulates copyright contracts and other related issues (The Official Gazette, 2003, No. 28-1125).

The common provisions of the copyright contracts under the existing copyright and related rights act are analysed in this thesis, focusing on the object of the copyright contracts and how the copyright contracts conditions are regulated.

The object - the legal regulation of copyright contracts.

The purpose - to make the comparison of the legal regulation of copyright contracts in Lithuania and Great Britain.

The tasks:

1. To discuss the conception of the copyright contracts;
2. To analyze the inherent characteristics of copyrights contracts;
3. To look into the problems of making and implementing of copyright contracts in practice.

The method used - the generalization of the scientific literature analysis, systematic and comparative analysis, the analysis of graphical, court orders and legislation, logic - analytical method.

The concept and characteristics of the copyright contracts

In many states the legal doctrine and practice of the contract as a legal institution, has long been identified exclusively with private (civil) legal category. Perhaps, it's the reason why contract issues are not adequately known, disclosed and assessed. O. V. Shirabon noticed this problem: "it is necessary to declare that the jurisprudence is focused on "sectoral" contracts - the private contracts awarded on the basis of civil and commercial law, also focus on the contract performance in international law. Considering on this, the most important issues, related with the contractual legal relationship of public law, are not analyzed enough" (Shirabon 2007).

The modern concept of copyright occurred in United Kingdom on 1710, it was established by the Statute of Anne. Nowadays the author's rights are protected by the copyright, designs and patents act (1988) in Great Britain⁴¹.

The article 6.159 of the Civil Code of the Republic of Lithuania (Civil Code of the Republic of Lithuania 2001) (hereinafter - CC) provides that the elements of the contract, which are enough for the validity of the contract, are the agreement of capable parts and also the form of contract according the law. It is stated that the contract is made when the parts agreed all essential conditions. The essential

⁴¹ A number of legislative amendments entered into force on August 1, 1989, also a few small provisions on the 1990 and 1991. Various changes were mostly of European Union directives origin.

conditions are determined by the law, part's agreement and sometimes by the court. It is generally accepted that the essential condition of the contract is the object of the contract in all cases (Mikelėnas 1996). The copyright contract is one of the types of civil contract's regulated by the special law.

In the most general sense, the copyright contract is the agreement, the basis of which the author transfers or undertakes to transfer in the future his rights of the use of production to the assign in the limits and conditions as determined by mutual agreement.

The concept of copyright contract is introduced in article 39 of the Republic of Lithuania on Copyright and Related Rights Act (hereinafter - LCRR), in which determined that according the copyright contract the "one part (the author or his assign) transfers or gives the author's economic rights in literary, scientific or artistic work or undertakes to create a work specified in the contract and to transfer it or to give the author's economic rights on it to the other part (assign or licensee), meanwhile another part undertakes to use the work or to begin to use it under the circumstances based in the contract and to pay the salary unless the contract provides otherwise" (The copyright and related rights act of the Republic of Lithuania, 1999).

The copyright contract may be only if the contract's object is the copyright transfer or grant. If the contract is not agreed on the transfer of copyright or take advantage of the grant, the contract does not constitute a copyright contract⁴².

Only the economic author's rights can be transfer⁴³, for example, to reproduce, publish, interpret, adapt, disseminate, broadcast or use in other way. Author's moral rights can not be transferred. This means that if a person has a translation of another author's work, according the contract he may transfer all his rights to the property of another author's work of translation to the publishing house. In this case, the publishing house will be able to publish the work in the discretion, however it must noticed who made the translation. Also the author of translation keeps the right to object any change or misrepresentation of translation. Everything else - the author and the publishers a matter of agreement.

Author's moral rights can not be transferred. This means that if a person has a translation of another author's work, according the contract he may transfer all his rights to the property of another author's work of translation to the publishing house. In this case, the publishing house will be able to publish the work in the discretion, however it must noticed who made the translation. . Also the author of translation keeps the right to object any change or misrepresentation of translation. Everything else - the author and the publishers a matter of agreement (The moral rights and protection. Scientific conference 2001).

⁴² It may be a service contract or contract.

⁴³ The copyright is the author's property rights and moral rights of the created work.

It is possible to transfer property rights to an existing work, when the author and the publisher has already signed a contract to publish already written book. Also it's possible to make the work order contract, which will oblige the author to create the work under the contract's conditions and to transfer some rights of work to the customer (The copyright of literary, scientific and art works: Current Issues and Perspectives 2005).

The copyright contract can be repayable or not. If the copyright contract is repayable, the salary must be provided or the salary's calculation must be noticed in the contract. There are two main methods to set the salary of the work or the rights on it:

The specific sum of money.

Percentage of the copyright assignee of income. In this case, the author has the right to get information about his work use and about the income of assignee (Copyright and related rights protection and the fight against piracy 1997).

It is noticed that the parts can make the agreement to pay all salary at once or to pay in instalment.

In summary, in the most general sense, the copyright contract is the agreement, the basis of which the author transfers or undertakes to transfer in the future his rights of the use of production to the assign in the limits and conditions as determined by mutual agreement. Only the author's property rights can be transferred, for example, to reproduce, publish, interpret, adapt, disseminate, broadcast or use in other way.

Copyrights requirements in Great Britain

According to Copyright, Designs and Patents Act⁴⁴ (1988) in United Kingdom, non- property rights related to copyright is a moral rights, which are intended to protect the author's / creator's reputation, these rights can not be inherited after the creators / authors death.

There are four moral rights:

1. Authorship. This right identifies the author / creator.
2. Wholeness. Author / creator has the right to prevent belittle his work, change jobs, use not in accordance with the author's idea, or to take any action that would harm the author's reputation.
3. Incorrect assignment. Author's / creator's right to a fair ascribed authorship.
4. Disclosure. Author's / creator's right to withhold from publication of films or photos, or to prevent the display or distribution.

Copyright, Designs and Patents Act prohibits a third party without the holder's permission:

1. Copy;

⁴⁴ Copyright, Designs and Patents Act 1988, §107 (1) (a), UK.

-
2. Publish;
 3. Lease or lending;
 4. Publicly perform, display, play;
 5. Broadcast, or partially applied.

Copyright, Designs and Patents Act provides some exceptions. The main exception is known as "honesty", it is not a legal right, but the defense. Honest persons are permitted to use the work for nonprofit purposes or for research, news reporting, criticism or review information. Other exceptions apply to educational institutions and libraries, such as copy to the purpose to give or receive instructions or assessment, librarians and archivists copying, local or interlibrary document supply.

In almost all cases, the creator / author of the copyright owner, unless he / she shall assign its copyright to someone else, for example, the publisher. However, if the work was assigned to the another party, or has been created by another person by order or under an employment contract, copyrights belong to the customer or employer.

Copyright owners of press publications are very difficult to identify, not to mention the permission, because they consist of a number of copyright works.

All electronic media works provide the same restrictions for all copyright works. E-mails, web pages, and all the material available on the web is considered copyrighted works. Although this information is publicly available and free of charge, does not mean that it can be freely copied. Some web developers actually gives the right to copy the material for educational purposes, but in all cases, the authorization or consent of the copied material must be obtained.

Confined works should never be copied without the author's permission. This can be various written papers, dissertations, personal letters, etc.

The subject of copyright contracts

The title of work is one of the main elements which determines the subject of copyright contract: the copyright contract is considered as made when the object of rights, which transference (or granting) are the subject of copyright contract, is clearly determined - the work, on the other words, when it is possible to determine what a given work rights are transferred or granted. As the associate professor A. Vileita says, both the title and the format, genre, extent, and other information of work must be defined (Vileita 2000). It must be noticed that the title of work is the only one element of copyright contract subject which must be determined in the contract. The transferred rights and the extent of transferred rights may be determined according the dispositive LCRRA norms.

Examining the subject of copyright contract, it is also needed to notice the LCRRA article 40, part 3 and 4, in which it is said that according the copyright contract transferring all author's property rights, these rights are transferred just for those work using ways, which are defined in the contract; if the work

using ways are not defined in the contract, it is considered that the contract is made just for those work using ways, which are necessary for the purpose on which the contract was made. Two rules are set in these provisions: the first - a strict copyright contract interpretation rule, according it the transferring of all copyrights is abridged to the particular ways of using the work; the second - the purposes of the copyrights transferring, according it if appears some uncertainty of extent of copyright transferring, this rule defines that it is enough extent to reach the purpose of the contract²⁸.

According the copyright, designs and patents act (1988) in Great Britain, the subject of copyright contract is the transferring of author's property rights or the granting of author's property rights (in copyright license contract).

In summary of legal regulation of this copyright contract element, some author's rights (including the property) transferring is strictly prohibited on purpose to assurance the author's interests (the condition of mentioned rights included in the contract wouldn't be as the contrary to the imperative norms), on the other hand, the selected copyright contract regulatory model allows not a very detailed contract, however, having any doubt of what rights are transferred, it is considered that the minimum of author's rights is transferred to reach the purpose of contract (Mikelénas 1996).

Copyright protected by the laws of the Republic of Lithuania respectively. The court finds that the works or objects of related rights have been fraudulently employed, recover from the user 5 times higher royalties than would be payable under license to use a work or object of related rights. In individuals who have, within one year from the royalties of recovery, repeated breach of the Copyright Law of the works and objects of related rights procedure recovered 10 times higher royalties than the one to pay for the rights granted under the license to use a work or object of related rights. Losses and property damages are governed by the Civil Code and the Copyright Law.

Both in Lithuania copyright law norms as well as by the British Design and Patents Act 1988, in determining the amount of loss, the court took into account of infringements, the amount of damage and the lost income and other expenses of subject of copyright or related rights. Illegal works and objects of related rights specimen can be forwarded to the subject of copyright or related rights, if requested.

A person which infringes the author's or artist's moral rights, must compensate for non-pecuniary damages, which amount in money determines the court. Moral damages is determined in each case shall not be the less than 5000 LTL and not more than 25000 LTL. In determining the moral damage, expressed in money, the amount shall take into account the offender's guilt, its financial position, the moral damage effects and other significant circumstances of the case.

In the case of copyright infringement, the property damage is incurred costs and the loss of material property (income), which he would have received if there hadn't been illegal actions. Damages expressed in monetary are considered losses, which can be direct (real) and indirect (loss of income).

Loss of income is the amount of money by which the victim's financial situation has not improved, on the other words, the loss of profit. It is calculated by excluding the costs associated with taxes, fees, and other costs (Vileita 2000). Therefore, the legal meaning of the term "loss of income" in economic terms is a loss of profit.

The person who infringed the author's moral rights must to compensation moral damage. This amount of damages expressed by money is determined by the court in accordance with the Civil Code and the rules on non-pecuniary damages (Mikelėnas 1997).

In order to find an infringement of copyright, the fact that the work is unauthorized use must be set - the use of a work (including the release and reproduction) and the distribution without the permission (a license). Unauthorized use of copyrighted works brings not only civil but also the administrative and criminal responsibility.

As one of the most important features of the work is its novelty (originality). Therefore, business people as subjects seeking the financial gain, must think about the confidential contract with the author. This agreement provided that any creative process, from idea to result must be vigilantly protected. The idea of work - one of the most precious expressions of the author's intangible property, the disclosure would be forthcoming creations novelty infringement, it means that it can not enter into a list of objects protected by copyright, and its use is not illegal and will not entail legal liability (Mizaras 2003).

Lithuanian courts are not which examined the relationship between work and shape. Meanwhile, in terms of the originality of the work as a criterion to determine whether a work is not copied, it should be noted Lithuanian Court of Appeal analyzed the case (Antanas Vilius Jurkunas v LLC „Though“ 2004). Applicant Antanas Vilius Jurkunas appealed to the court with the lawsuit in which the defendants are LLC "Though" and Ramute Sukeviciene on infringement of the author's property and moral rights. The applicant stated that the defendant LLC "Though" in 2001 publication "Encyclopedic book of forest" used the twenty-nine paintings of applicant without his permission and without mentioning his name. According to the applicant, drawings (various drawings of forest animals) was a repaint of his drawings printed in 1988 publication "Lithuanian fauna: Mammals". The authors of the drawings in "Encyclopedic book of forest" is the respondent R. Sukeviciene. Defendant R. Sukeviciene said that she is the author of drawings published in LLC "Though" . The court appointed examination of drawings. The experts have concluded that R. Sukeviciene's drawings are repaint of A. V. Jurkunas drawings. Based on the results of the examination, the court concluded that R. Sukeviciene's drawings are not original, but the illegal copy of the A. V. Jurkunas' drawings.

Lithuanian case law of compensation cases of author's non-pecuniary rights, based on which would be visually show what factors are important in determining the extent of damage, is limited and not crystallized. An interesting and informative in this respect is dr. V. Mizaras article (Mizaras 2003) on the

German case law. It should be noted that the German Federal Court in determining the amount of non-pecuniary damage, usually takes into account the illegal nature of the actions and the difficulty and the form and degree of offender's guilt. For example, the offender's actions, re-made after he was warned of prohibition to distribute photographs without the author's permission, Court assessed as intentional and found a higher amount of compensation for non-pecuniary damage (Wiederholungsöffentlichung 1996). German courts also define the circumstances, influencing the difficulty and the amount of damage, as the reasons and motivation of the offender's behavior, which affects profit (Von Holleber K. Geldersatz bei Persönlichkeitsverletzungen durch die Medien 1999).

One of the greatest practical copyright remedies - damages, is regulated by both the Copyright and Related Rights Act and the Civil Code. Copyright and Related Rights Law Article 67 provides that the losses and property damage to be compensated according to the law and the Civil Code. Under Article 2 and 3 of this act, it is provided two copyright damage remedies - reparation and compensation. In determining the amount of the damages should be based on both the CC Article 6249 and Article 67 paragraph 2. CC 6.249 paragraph 2 declares losses as the personal benefits of unlawful actions. This provision makes it easy for the author or his defender to prove the amount of loss, because the other person of the proceeds of unlawful action is much easier to prove than the victim's loss of income.

Lithuanian case law of compensation cases of author's moral rights, based on which would be visually show what factors are important in determining the extent of damage, is limited and not crystallized. An interesting and informative in this respect is dr. V. Mizaras article on the German case law. It should be noted that the German Federal Court in determining the amount of moral damage, usually takes into account the illegal nature of the actions and the difficulty and the form and degree of offender's guilt. For example, the offender's actions, re-made after he was warned of prohibition to distribute photographs without the author's permission, Court assessed as intentional and found a higher amount of compensation for moral damage. German courts also define the circumstances, influencing the difficulty and the amount of damage, as the reasons and motivation of the offender's behavior, which affects profit (Mizaras 2003).

It can be reasonably concluded that the non-pecuniary damage are not only the victim's spiritual suffering assessed in cash. This is the entirety of the factors that allow to solve the degree and extent of the victim's subjective claims are based on facts.

Non-pecuniary damages aren't an alternative to pecuniary damages. Claim for non-pecuniary damages may bring any copyright holder, who has reason to believe that the damage done to him, whether it calls for pecuniary damage.

Conclusions

1. Under the Lithuanian law, the copyright agreement may contract the author (or his successor) and the user of work. Therefore, in almost all cases one party of the contract will be a person, whereas the user of work can be a person or artificial person.
2. According the law, both in Lithuania and in Great Britain, the copyright agreement may contract the author (or his successor) and the user of work. Therefore, in almost all cases one party of the contract will be a person, whereas the user of work can be a person or artificial person.
3. Copyright in the United Kingdom, as well as in Lithuania is valid all life of the author or sponsor (employer) plus 70 years after his death. If the author / creator is unknown, the copyright is protected 70 years after the publication. If there is a common authorship, 70 years from the last author's death. When the work is carried out by the official or servant of the queen, or by the queen, the term of copyright protection is 125 years since the work was created, except that cases when it is published in 75 years.
4. Copyright does not have to be registered, it automatically appears at the moment when the work is created, or is declared, published, or released, and if the creator is unknown, published or publicly displayed.
5. In order to ensure the economic interests of authors and the public a legitimate and reasonable interest to use a work balance, exclusive author property rights may be restricted by law provided for socially important purposes, and provided that this does not conflict with a normal Use of a Work and does not prejudice the author's moral rights.
6. If the time limit of author's property rights or license is not noticed in the copyright contract, any part can terminate the contract before the year reporting other in writing. If the area of validity is not noticed in the copyright contract, it is considered that the author's property rights are transferred to the territory of the Republic of Lithuania

References

1. Amending the Law of the copyright and related rights act of Republic of Lithuania (2003-05-05 Nr. IX-1335, Off., 2003, No. 28-1125.
2. Bentley L. Sherman B. Intellectual Property Law. – Oxford: Oxford University Press, 2004.
3. Berne Convention comment on Literary and Artistic Works – Vilnius: Phare, 2001.
4. Civil Code of The Republic of Lithuania // No.VIII-1864, 2000.
5. Copyright and related rights protection and the fight against piracy. Posts set./Compiler N. Matuleviciene. - Vilnius: Press, 1997.
6. Cornish, W., R., Intellectual property: Patents, Copyright, Trade Marks and Allied rights. – London, Sweet Maxwell, 1999.

-
7. Criminal liability for copyright and related rights offenses by the Criminal Code of the Republic of Lithuania Articles 191, 192, 193, 194 // 2000 09 26 Law No. VIII-1968, The Official Gazette, 2000, No.89-2741.
 8. European Parliament and Council Directive on harmonization of certain aspects of copyright and related rights in the information society, No. 2001/29/EB, May 22th, 2001.
 9. Mikelėnas V. Contract's law. – Vilnius: Justitia, 1996, P. 314; Брагинский М. И., Витрянский В. В. Договорное право. Книга первая: Общие положения. – Москва: Статут, 2001. P. 295– 296; Mestre J. Obligations et contrats speciaux // Revue trimestrielle de droit civil. – Paris, 1989. T. 75; P. 99.
 10. Lithuanian Court of Appeal ruling, June 28th, 2004, No. 2 A 209/2004 Antanas Vilius Jurkunas v LLC „Though“, Ramute Sukeviciene.
 11. Mikelėnas V. Civil Law: tutorial. – Kaunas: Vijusta, 1997.
 12. Mizaras V. Copyright: civil remedies. Vilnius: Justitia, 2003.
 13. Mizaras V. Copyright: civil remedies. Vilnius: Justitia, 2003.
 14. Mizaras V. Non-pecuniary damages for copyright and performers' rights infringement // Law, 2003.
 15. Usoniene J. Copyright regulation and the new Civil Code. General and specific norms ratio // Jurisprudence, 2002. T. 28(20).
 16. The Administrative Code of Republic of Lithuania, Article 214 (10) // The Official Gazette, 2002, No. 124-5623.
 17. The Civil Code of Republic of Lithuania // State news, 2000. No.74-2262.
 18. The copyright of literary, scientific and art works: Current Issues and Perspectives. Posts set. – Vilnius: Eugrimas, 2005.
 19. The copyright and related rights act of Republic of Lithuania // No. 50-1598, 1999.
 20. The moral rights and protection. Scientific conference. - Vilnius: Justitia, 2001.
 21. Shirabon, O. V. Normativno-pravovoj dogovor kak istochnik sovremenovo rosijskovo prava. Avtoreferat disertacii na soiskanie uchenoj stepeni kandidata juridicheskikh nauk [Shirabon, O. V. Agreement of Normative-Legal Character as the Source of Contemporary Russian Law. Thesis of Doctoral Research in the Field of Law]. Moskva, 2007.
 22. Vileita A. The comment of copyright and related rights act of Republic of Lithuania. Vilnius: Lithuanian Writers' Union Publishers, 2000.
 23. Von Hollebern K. Geldersatz bei Persönlichkeitsverletzungen durch die Medien. Baden-Baden, 1999.

ANTREPRENERYSTĖS IR INOVACIJŲ RAIŠKA TURIZMO ORGANIZACIJOSE

Plioplytė I., Navickienė R.

Lietuvos Sporto Universitetas

Anotacija. Straipsnyje teoriniu aspektu nagrinėjama užsienio bei Lietuvos autorių antreprenerystės, entraprenierio ir inovacijų sampratos, išskirtos pagrindinės joms būdingos savybės, jų sąsajos ir raiškos turizmo organizacijose galimybės. Pateikiamos antreprenerių rūšys ir jų savybės. Pastaraisiais metais antreprenerystės ir inovacijų sąvokos itin išplito ir įsitvirtino mokslininkų, verslo atstovų ir viešosios

politikos formuotojų žodyne bei yra dažnai girdimos įvairių konferencijų metu. Mokslinėje literatūroje, nėra išskirta vieningų ir apibendrinančių nei antreprenerystės, nei inovacijų sąvokų, o įvairūs autoriai pateikia išsamesnius ir apibendrinančius arba kartais net identiškus ar skirtingus, trumpus apibrėžimus.

Temos aktualumas ir problema. Turizmas visų pirma suprantamas kaip verslas, kurio plėtra gali ir teigiamai, ir neigiamai veikti šalies, regiono ar turistinės vietovės ekonomiką, gamtinę, socialinę aplinką ir vietinę kultūrą (Hall et al., 2012; Yildiz, 2012). Taigi antreprenerių veikla ir diegiamos inovacijos turizmo sektoriuje gali turėti net tik teigiamų, bet ir neigiamų pasekmių, todėl svarbu išsiaiškinti, kaip antrepreneriškumas ir inovatyvumas pasireiškia turizmo organizacijose (Ateljavic and Doone, 2010; Valodkienė ir kt., 2011).

Straipsnio tikslas: išnagrinėti antreprenerystės ir inovacijų raišką turizmo organizacijose.

Darbo uždaviniai:

1. Išanalizuoti antreprenerystės, antreprenerio ir inovacijų sampratas.
2. Identifikuoti antreprenerystės ir inovacijų turizmo organizacijose raiškos bruožus.

Tyrimo metodai – sisteminės mokslinės literatūros analizė, lyginamoji analizė ir loginis apibendrinimas.

Mokslinės literatūros analizė

Turizmo organizacijoms tenka susidurti su naujais iššūkiais, kuriuos lemia bendrosios rinkos tendencijos: verslo globalizacija, hiperkonkurencija, sparti technologijų kaita, žinių ir informacinės visuomenės formavimasis. Minėti verslo aplinkos bruožai iš turizmo organizacijų bei jose dirbančių žmonių reikalauja tam tikros elgsenos, kurią apibūdina tokios savybės kaip: novatoriškumas, tolerancija rizikai, proaktyvumas, gebėjimas atpažinti galimybes ir jas įgyvendinti. Šį elgesio bei savybių rinkinį mokslininkai vadina antrepreneriškumu.

Antreprenerystės ir antreprenerio samprata. Žibonis (2008) antreprenerystę apibrėžia kaip procesą, kurio metu asmenys siekia įgyvendinti galimybę įsteigti verslą netgi neatsižvelgdami, ar jie turi pakankamai išteklių tai įvykdyti. Autorius antreprenerystę vertina kaip galimybę dirbti kūrybingiau ir intensyviau negu konkurentas.

Gana išsamų antreprenerystės apibrėžimą pateikė Yildiz (2012). Autorius teigia, jog antreprenerystė – tai naujos vertės kūrimo procesas, kuriam antrepreneris skiria reikalingą laiką bei pastangas, prisiimdamas galimą finansinę, psichologinę ar socialinę riziką, ir už tai gauna piniginę naudą ir asmeninį pasitenkinimą. Kitaip tariant, antrepreneris žino, kokios asmeninės naudos jis nori, skiria tam savo resursus, pastangas ir yra laisvas rinkdamasis veiklos kelius ir būdus.

Svarbus indėlis, plėtojant antreprenerystės sampratą, buvo padarytas Shaoming ir kt. (2009) Tai yra vienas iš šiuolaikinių autorių, bandžiusių įvertinti šį reiškinių. Schumpeter atskleidė labai svarbų

antreprenerystės bruožą – inovatoriškumą. Autorius apibrėžia antreprenerystę kaip „naujų verslo kombinacijų sukūrimą“ ir išskyrė 5 veiklos kategorijas:

- 1) naujų produktų įvedimas į rinką;
- 2) naujo gamybos metodo įdiegimas;
- 3) naujos rinkos ar nišos rinkoje sukūrimas;
- 4) naujų tiekimo šaltinių užkariavimas;
- 5) naujoviškas pramonės organizavimas siekiant sugriauti egzistuojantį monopolį.

Tuo tarpu, Ateljevic ir Doorne (2010) antreprenerystę aiškina kaip naujos vertės kūrimo procesą, kuriam antrepreneris skiria reikalingą laiką bei pastangas, prisiimdamas galimą finansinę, psichologinę ar socialinę riziką, ir už tai gauna piniginę naudą ir asmeninį pasitenkinimą.

Hallir kt. (2012). antreprenerystę apibrėžia kaip sugebėjimą sukurti kažką iš nieko, kaip galimybės matymas ten, kur kiti mato tik chaosą, prieštaravimus ir sumaištį.

Apibendrinus mokslinius darbus antreprenerystės tematika, daroma išvada, jog antreprenerystė – tai organizacijoje dirbančio individo atsakas į kintančius aplinkos iššūkius, kuriant viziją ir naujus siekius bei prisiimant lyderystę, tai veiklos būdas, pasižymintis tokiomis savybėmis kaip galimybių pastebėjimas, proaktyvumas ir inovatyvumas.

Antrepreneris – tai individas, orientuotas į galimybių paiešką, greitą jų panaudojimą ir rizikos valdymą, investuojant firmos kapitalą taip, kad jis būtų likvidus ir lengvai naudojamas kitiems projektams. Bagdanavičiūtė (2012) teigia, kad antrepreneriu laikomas verslą įkuriantis fizinis asmuo, kuris imasi įgyvendinti rizikingą sumanymą, siekdamas gauti pelną.

Pawlowska (2010) antreprenerį supranta kaip asmenį, kuris turi gebėjimą pastebėti ir įvertinti verslo galimybę, sutelkti tam reikalingus išteklius ir inicijuoti atitinkamus veiksmus, siekiant užtikrinti sėkmę.

Išanalizavus Židonio (2008) ir Korpysos (2010) antreprenerio sąvokas išvelgiamas terminų panašumas. Autoriai teigia, jog antrepreneris – tai asmuo, kuris rizikuodamas nuolatos ieško pokyčių, reaguoja į juos ir išnaudoja atsiradusią galimybę.

Mokslinės literatūros analizė leidžia daryti prielaidą, jog antrepreneris – tai žmogus, orientuotas į galimybių panaudojimą, jis generuoja idėją, išteklių dažniausiai neturi, jų ieško, skatinamas idėjos kuria verslą ir įdarbina žmones.

Išanalizavus mokslininkų įžvalgas galima teigti, jog antrepreneris organizacijoje turėtų atlikti tris pagrindines funkcijas:

- atrasti naujas veiksmių kombinacijas (inovatyvumas);
- organizuoti išteklius efektingai ir pelningai (naujų organizacijų kūrimas);
- kurti gerbūvį ir pridėtinę vertę (kurti darbo vietas).

Nors nėra vieno universalaus antreprenerio apibrėžimo, visgi nemažai autorių sutaria, kad antrepreneriai turi tam tikras panašias savybes ir jiems būdingą elgsenos būdą. Šiuos metus Kirby (2007) išskiria 7 galimas antreprenerių rūšis (žr. 1 lentelę).

1 lentelė. Antreprenerių rūšys (sudaryta autorių remiantis Kirby, 2007 ir Yildiz, 2012)

Antrepreneris	Vyraujantis asmenybės tipas	Būdingos savybės, požymiai
Inovatorius	Vaizduotė	Originalumas, įkvėpėjas, transformuojantis
Naujo kūrėjas	Intuicija	Revoliucingumas, vystymasis, apjungiantis
Lyderis	Autoritetas	Vadovavimas, atsakomybė, struktūrizavimas, kontrolė
Naujas antrepreneris	Valia	Pasiekimas, galimybė, polinkis rizikuoti, galia
Įkvėpėjas	Socialumas	Neformalumas, pasidalintos vertybės, bendruomeniškumas
Nuotykių ieškotojas	Veržlumas	Veiklumas, darbštumas, aktyvumas
Pokyčių agentas	Lankstumas	Gebantis prisitaikyti, supratingumas smalsumas/ noras pažinti

Apibendrinus mokslinę literatūrą, galima teigti, jog antrepreneris – tai asmuo, kuris imasi iniciatyvos, įgyja žymią autonomiją organizacijoje ir išteklių valdyme, prisiima riziką ir galimą pelną, ieško inovacijų dažniau nei paprastai. Antrepreneriai puikiai sugeba pasinaudoti savo vaizduote ir intuicija, yra veržlūs, valingi ir lengvai bendraujantys, todėl nesunkiai tampa autoritetu aplinkiniams.

Inovacijų samprata. Hall ir kt. (2012) teigia, kad inovacija - tai antrepreneriškos vadybos priemonė, kai pokyčiai yra panaudojami kaip galimybė sukurti naujų verslų, produktų ir paslaugų ir gauti daugiau pelno. Diegiant inovacijas ekonominiai ištekliai transformuojami iš žemesnio produktyvumo lygio į aukštesnį, sukuriama naujų išteklių, užtikrinamas verslo ar net valstybių institucijų konkurencingumas pasauliniu lygiu.

Inovacijos taip pat gali būti įvardijamos kaip veiklos, sukuriantios naujus produktus, naujas pažinimo logikos tobulinimo galimybes, išreiškiamas naujomis metodologinėmis nuostatomis, sprendimais ir kt., kurių paskirtis panaši, nes inovacijų tikslas – įsiliesti į aukštesnės kokybės viešosios vertės kūrimo procesą (Bekkers ir kt., 2011).

West ir kt. (2006) išskiria keletą inovacinių idėjų atsiradimo šaltinių – tai netikėtas įvykis, neatitikimas tarp tikrovės ir mūsų vaizdinių, demografiniai pokyčiai, žmonių vertybinių orientacijų ir socialinių nuostatų pokyčiai, naujai ateinančios žinios. Egzistuoja šeši svarbūs veiksniai, lemiantys ir palaikantys kūrybai reikalingą motyvaciją: laisvė, ištekliai, grupinis darbas, vadovybės paskatinimas, organizacinė parama.

Kiti užsienio autoriai Goyal & Pitt (2007) inovaciją apibrėžia kaip rezultatą sudėtingo proceso, kuris priklauso nuo organizacijos strategijos, turimų išteklių, kultūros ir lyderystės apraiškų, naujų technologijų ir kt.

Lietuvių autorė Valodkienė ir kt. (2011) papildė inovacijų sąvoką, jie teigia, kad inovacija gali būti ne vien naujos prekės, paslaugos ar technologijos, ja gali tapti ir sėkmingas prekybos kanalo parinkimas, kaip dar viena inovacijos raiškos forma.

Tuo tarpu Bulkevičiūtė ir Girdzijauskas (2011) į inovacijas pažvelgė platesniu aspektu. Jie pabrėžė, jog inovacijos yra svarbus reiškinys, norint pasiekti ekonomikos pažangą, inovacijos didina rinkos dydį, nes su inovatyviu produktu galima pritraukti daugiau rinkų. Taip pat šie autoriai pastebėjo, jog Lietuvoje vartojamos 2 skirtingos reikšmės: inovacija ir naujovė. Inovacija turėtų būti suprantama kaip procesas, naujovė – kaip to proceso rezultatas.

Domarkas ir Juknevičienė (2010) teigia, jog inovacija – tai naujų technologijų, idėjų, metodų kūrimas ir komercinis pritaikymas, pateikiant rinkai naujus arba patobulintus produktus, procesus ir paslaugas. Inovacinė veikla apima visas stadijas: nuo idėjos gimimo iki galutinio rezultato, o taip pat glaudžią organizacijos ir jos makroaplinkos sąveiką.

Apibendrinant mokslinę literatūrą, galima teigti, kad inovacija reiškia sėkmingą ir veiksmingą bet kokių naujovių taikymą ir panaudojimą ekonomikos ir socialinei sritims. Ypač veiksmingai šiuolaikiniame versle inovacijos panaudojamos atsiradusių netikėtumų ar problemų sprendimui. Inovacijų taikymas bet kokioje srityje reiškia tos įmonės ar verslo/reiškinio prisitaikymą prie pokyčių, kurie atveria naujas galimybes tikslų įgyvendinimui.

Antreprenerystės ir inovacijų raiška turizmo organizacijose. Turizmo organizacijos tikslas – išlikti konkurencingai. Inovacijų taikymas yra vienas iš pagrindinių būdų išlikti konkurencingai. Inovacinių produktų ir paslaugų kūrimas taip pat svarbu, nes inovacijos vis dažniau matomos kaip pagrindinis konkurencinio pranašumo šaltinis (Hall et al, 2012).

Antreprenerystė ir turizmas yra du glaudžiai susiję dalykai, nes:

- turizmo srityje dirbantis asmuo, turi pasižymėti antrepreneriams būdingomis savybėmis, būti inovatoriumi, kūrėju, nebijoti rizikuoti ir dalintis savo idėjomis su kitais;
- turizmo organizacija, turėtų pasižymėti antrepreneriškai organizacijai būdingais bruožais: inovatyvumu, lankstumu, proaktyvumu, polinkiu rizikuoti.
- Antrepreneriškas turizmo organizacijos vadovų ir darbuotojų mąstymas, padeda organizacijai sėkmingai veikti šiandieninėje nuolat kintančioje aplinkoje.

2 lentelė. Antreprenerystės ir inovacijų raiškos galimybės turizmo organizacijose (sudaryta autorių remiantis Hall ir kt. 2012, Valodkienė ir kt., 2011)

ANTREPRENERIŠKOS IR INOVATYVIOS ORGANIZACIJŲ PALYGINIMAS			RAIŠKOS TURIZMO ORGANIZACIJOJE GALIMYBĖS
	<i>Organizacijos tipas</i>		
	Antrepreneriška	Inovatyvi	
Organizacijos požymiai	Kūrybiškumas	Pokyčių siekimas	Naujų turizmo paslaugų ar maršrutų kūrimas
	Skatinamas komandinis	Dirba komandoje	Efektyvesnis ir išsamesnis

	darbas		problemų išanalizavimas ir sprendimas
	Autonomija	Decentralizacija	Draugiška atmosfera, darnus kolektyvas
	Mokymosi kultūra	Žemas biurokratizacijos ir formalizacijos lygis	Greita reakcija į pokyčius
	Proaktyvumas	Iniciatyvumas	Atsakomybės už užduoties atlikimą prisiėmimas
	Antreprenerių tinklai skatinantys informacijos plėtrą	Nuolatiniai informacijos kanalai	Gera ir greita orientacija rinkoje

Taigi apibendrinant literatūros analizę, galima daryti prielaidą, jog antrepreneriškumo ir inovatyvumo raiška turizmo organizacijose pasireiškia per įvairias veiklos sritis. Pirmiausia, jos yra orientuotos į nuolatinį pokyčius, ir kūrybiškumą, kurie parodo, jog įmonė yra lanksti ir nesunkiai generuoja naujas idėjas. Antra, antrepreneriška ar inovatyvi organizacija, stengiasi palaikyti pastovius informacijos kanalus, tokiu būdu informacija greitai ir patikimai pasiekia aplinkinius ir visuomenę. Trečia, tokios organizacijos skiria didelį dėmesį komandiniam darbui ir tuo pačiu sugeba nesunkiai panaudoti atskirų grupės narių individualius sugebėjimus, sprendžiant iškilusias problemas. Autonomija, decentralizacija, biurokratijos ir formalizmo nepaisymas, bei atvira mokymosi kultūra - tai būdai kuriais įmonės vadovai skatina savo darbuotojus, todėl šie greičiau ir efektyviau sureaguoja į galimus pokyčius. Antreprenerystės ir inovatyvumo idėjomis besivadovaujančios turizmo organizacijos, kurdamos inovacijas, imasi iniciatyvos ir keičia nusistovėjusią tvarką. Joms organizacijoms yra svetimas požiūris, kad reikia vengti rizikos ir naujovių.

Išvados

1. Išnagrinėjus užsienio ir Lietuvos autorių pateikiamas antreprenerystės ir inovacijų sampratas galima teigti, jog antreprenerystė – tai organizacijoje dirbančio individo atsakas į kintančius aplinkos iššūkius, kuriant viziją ir naujus siekius bei prisiimant lyderystę, tai veiklos būdas, pasižymintis tokiomis savybėmis kaip galimybių pastebėjimas, produktyvumas ir inovatyvumas. Antrepreneris – tai žmogus, orientuotas į galimybių panaudojimą, jis generuoja idėją, išteklių dažniausiai neturi, jų ieško, skatinamas idėjos kuria verslą ir įdarbina žmones. Antrepreneriai puikiai sugeba pasinaudoti savo vaizduote ir intuicija, yra veržlūs, valingi ir lengvai bendraujantys, todėl nesunkiai tampa autoritetu aplinkiniams. Mokslinėje literatūroje antrepreneriai skirstomi į septynias skirtingas rūšis: inovatorius, naujo kūrėjas, lyderis, naujas antrepreneris, įkvėpėjas, nuotykių ieškotojas ir pokyčių agentas. Inovacija – tai kūrybiškumo pagalba sukurtų naujų idėjų pavertimas naujomis kompanijomis, produktais, paslaugomis, procesais ar gamybos metodais. Inovaciją galime apibūdinti kaip

antrepreneriškos vadybos priemonę, kai pokyčiai yra panaudojami kaip galimybė sukurti naujų verslų, produktų ar paslaugų ir gauti dar daugiau pelno.

2. Antrepreneriškumo ir inovatyvumo raiška turizmo organizacijose pasireiškia per įvairias veiklos sritis: naujų produktų kūrimą, problemų sprendimą, valdymą, projektų vykdymą, personalo skatinimą, organizacijos atmosferos kūrimą ir kt. Antreprenerystės ir inovatyvumo idėjomis besivadovaujančios turizmo organizacijos, kurdamos inovacijas, imasi iniciatyvos ir keičia nusistovėjusią tvarką. Joms organizacijoms yra svetimas požiūris, kad reikia vengti rizikos ir naujovių. Antrepreneriška turizmo organizacija pasižymi: inovatyvumu, proaktyvumu, polinkiu rizikuoti ir lankstumu.

Literatūros sąrašas

1. Ateljevic, I., Doorne, S. (2010). 'Staying Within the Fence': Lifestyle Entrepreneurship in Tourism., *Journal of Sustainable Tourism*, 29, 380-383
2. Bagdanavičiūtė, J. (2012). Antreprenerystės įtaka šiuolaikiniam verslui., *Šiauliai.*, 9, 27-29
3. Bekkers, V., Edelenbos, J., Steijn, B. (2011). *Innovation in the Public Sector*. New York: Palgra-ve Macmillan.
4. Bulkevičiūtė, V., Girdzijauskas, S. (2011). Lisabonos strategija: inovacijos, tiesioginės investicijos ir rinkos plėtra. Informacinės technologijos: 15-osios tarpuniversitetinės magistrantų ir doktorantų konferencijos „Informacinė visuomenė ir universitetinės studijos“ (IVUS 2010) medžiaga (p. 21-25). Kaunas: VDU
5. Domarkas, V., Juknevičienė, V. (2010). Inovacijų vaidmuo viešojo administravimo organizacijų veikloje absorbcinio gebėjimo aspektu. *Viešoji politika ir administravimas*, 31, 77–90.
6. Goyal, S., Pitt, M. (2007). Determining the Role of Innovation Management in facilities Management. *Facilities*, 25, 48-60.
7. Hall, J., ir kt. (2012). Entrepreneurship and Innovation at the Base of the Pyramid: A Recipe for Inclusive Growth or Social Exclusion?, *Journal of Management Studies*.4, 785-812
8. Yildiz, S., (2012). The relationship between entrepreneurship traits and personality type: A research in Turkey., *Kafkas University*, 4, 83-84
9. Kirby D. A. (2007). Changing the entrepreneurship education paradigm. In A. Fayolle. (Ed.). *Handbook of research in entrepreneurship education*. Edward Elgar Publishing Limited. 21–45.
10. Korpysa J. (2010). Unemployment as a main determinant of entrepreneurship. *Transformations in business and economics*, 1 (19), 109–123.
11. Shaoming C., ir kt. (2009). Measuring and building high-quality entrepreneurship: a research prospectus., *Research article, UK*, 22, 330-335
12. Pawlowska A., Kacprzak A., Strzelecki A. (2010). To be or not to be ... an entrepreneur? The analysis of Polish student's entrepreneurial predispositions. *Transformations in business and economics*, 1 (19), 124–143.
13. Valodkienė, G., Snieška, V., Gaidelys, V. (2011). Inovacijų ir mokslo įtaka Lietuvos pramonės konkurencingumui. *Ekonomika ir vadyba*, 16, 411–417.
14. West, J., Chesbrough, H., Vanhaverbeke, W. (2006). *Open Innovation. Researching in New Paradigm*. New York: Oxford University Press.
15. Židonis Ž. (2008). Verslumo skatinimo politika Lietuvoje: produktyvi, neproduktyvi ir destruktivi antreprenerystė. *Viešoji politika ir administravimas*, 26, 9–16.

KAIMO TURIZMO YPATUMŲ IŠTYRIMO LYGIS SKIRTINGOSE ŠALYSE

Ragelytė E., Jasinskas E.

Lietuvos sporto universitetas

Anotacija. Kaimo turizmo verslas tiek teigiamai, tiek neigiamai veikia kaimo kultūrą, ekonomiką, socialinę ir gamtinę aplinkas. Šios turizmo rūšies vystymas gerina gyventojų gyvenimo kokybę, skatina kultūrinio paveldo tausojimą, socialinių vertybių kūrimą, žinių ir savišvietos poreikio augimą, senųjų tradicijų atgaivinimą. Tai ypač tinkama ekonominė veikla, suteikianti galimybę racionaliai panaudoti nederlingą kaimo vietovių erdvę, infrastruktūrą. Kita vertus, pernelyg išvystytas kaimo turizmo verslas gali sukelti ir nemažai neigiamų pasekmių, tokių kaip natūralaus kraštovaizdžio unikalumo sumažinimas, kultūrinio identiteto silpnėjimas. Todėl čia labai svarbu užtikrinti darnų ir subalansuotą vystymąsi. Kiekvienas regionas turi vis kitas kaimo turizmo plėtojimo tradicijas bei ypatumus. Skiriasi ne tik šio verslo plėtojimo pradžia, jo vaidmuo kiekvienos šalies ekonomikoje, tačiau ir turistams siūlomų apgyvendinimo, maitinimo, laisvalaikio praleidimo paslaugų galimybės, kaimo vietovių aplinkos specifiškumas. Straipsnio tikslas – įvertinti kaimo turizmo ypatumus skirtingose šalyse. Naudoti darbo metodai: mokslinės literatūros šaltinių analizė, abstrakcijos metodas.

Darbo rezultatai ir išvados. Kaimo turizmas yra viena iš turizmo rūšių, išsiskirianti savo aplinka ir tuo, jog ją plėtojant stengiamasi išvengti daugelio miesto gyvenimui būdingų nepatogumų. Lietuvoje kaimo turizmo paslaugos teikiamos visuose regionuose, tačiau gamtiniais ištekliais turtingose Utenos, Alytaus bei didžiųjų miestų Vilniaus ir Kauno apskrityse, jų pasiūla yra didžiausia. Vandens telkiniai – vienas iš išteklių, kuris lemia kaimo turizmo populiarumą. Kaimo turizmas Lietuvoje siejamas su konkurencingu ūkinės veiklos vystymu kaimo vietovėse, kur pasitelkus kultūrinį paveldą, etnografinių objektų lankymą, amatų plėtojimą siekiama pritraukti turistus. Pastaruoju metu skatinama ir plėtojama tautinio paveldo puoselėjimo kultūra, kuri papildo kaimo turizmo paslaugų asortimentą supažindinant poilsiautojus su įvairių amatų produktų kūrimo procesu. Egzistuoja gilios kaimo turizmo plėtojimo tradicijos. Išskiriami tokie ypatumai, kuriantys kiekvienos vietovės įvaizdį ir sąlygojantys jos patrauklumą: reljefas, klimatas, hidrografija, gyvūnija ir augalija, išsaugota natūrali aplinka, kultūrinės ir istorinės vertybės, techninis, ekonominis ir socialinis potencialas.

Įvadas

Probleminis klausimas - Kokie kaimo turizmo ypatumai skirtingose šalyse? Šiuolaikiniame pasaulyje, kuomet turizmas tampa svarbiu ūkio ekonomikos sektoriumi, turizmo departamentai vis labiau inicijuojami vystyti savarankiškas programas bei veiklas, o turizmo ekonominės naudos maksimizavimu suinteresuotos organizacijos ir institucijos vis plačiau naudoja Kaimo turizmo paslaugų rinkos plėtros

vertinimo tyrimus, tačiau kaimo turizmo paslaugos skiriasi, todėl yra aktualu ir svarbu įvertinti kaimo turizmo ypatumus skirtingose šalyse.

Darbo tikslas - įvertinti kaimo turizmo ypatumus skirtingose šalyse.

Darbo objektas – kaimo turizmo ypatumai.

Tiksliai pasiekti suformuoti darbo **uždaviniai**:

1. Išanalizuoti kaimo turizmo sodybų formas, sampratą ir reikšmę;
2. Išanalizuoti Lietuvos kaimo turizmo ypatumus;
3. Identifikuoti kaimo turizmo ypatumus skirtingose šalyse;

Kaimo turizmo sodybų paslaugų kokybės samprata ir reikšmė

Kaimo turizmas yra plačiai paplitęs daugelyje pasaulio šalių, tačiau visuotinai priimto kaimo turizmo apibrėžimo nėra (Jaszczak ir Žukovskis, 2010; Lebe & Milfelner, 2006; Žalys ir kt., 2006). Vieni mokslininkai kaimo turizmą tapatina su turizmu mažai apgyvendintose vietovėse, kiti akcentuoja siūlomą veiklą kaime.

1 lentelė. Kaimo turizmo sąvokos

L. Žalys, I. Žalienė ir I. Iždonaitė, 2006; A. Gargasas ir D. Večerskas, 2013;	Kaimo turizmas tai turizmo rūšis, kuri yra labiausiai susijusi su gamta, žemės ūkio veikla, kaimo aplinka, jos pažinimu ir poilsiu bei rekreacine veikla joje.
Pop, 2013; Ogarlaci, 2011;	Kaimo turizmas tai veikla, vykdoma kaimo vietovėje ir apimanti platų apgyvendinimo įstaigų asortimentą, renginius, festivalius ir kitus laiko praleidimo būdus.
Armaitienė, Grecevičius, Urbis, Vainienė, 1999;	Kaimo turizmas tai kelionė į kaimo vietovę, norint pailsėti gamtoje, maitintis natūraliu maistu, užsiimti tai aplinkai būdinga veikla.
Vitkienė, 2008;	Kaimo turizmo sąvoka sieja su rekreacijos sąvoka. Moksliniu metodologiniu atžvilgiu rekreacija – tai žmogaus sveikatos atgavimas, fizinių jėgų atkūrimas, teigiamos emocinės, dvasinės būsenos, malonių pojūčių, išgyvenimų atkūrimo procesas.

Mokslinėje literatūroje dažniausiai išskiriamos šios kaimo turizmo formos (Jaszczak ir Žukovskis, 2010; Ogarlaci, 2011; Oleynik & Iaromenko, 2012):

- *agroturizmas* – tai turizmo forma, kuri glaudžiai siejasi su žemės ūkiu (žemdirbyste, žvejyba, sodininkystė) ir apgyvendinimu tipiškosiose fermose. Turistams sudaromos galimybės rekreacijai gamtoje bei savanoriškam dalyvavimui ūkio darbuose;
- *žaliasis turizmas* – tai aplinkai draugiško turizmo forma, priešinga masiniam turizmui. Šios kaimo turizmo formos tikslas yra švari aplinka, gamtos įvairovė, patrauklus kraštovaizdis;
- *ekoturizmas* – ekologiška turizmo forma, kuri apima unikalias ir natūralias gamtos vertybes, gamtos apsaugą. Rinktis šią turizmo formą turistus motyvuoja natūralios gamtos ir vietinių tradicijų, susijusių su gamta, stebėjimas ir vertinimas.

Dėl kaimo turizmo paslaugų kompleksškumo neįmanoma pateikti vienareikšmiško šios sąvokos aiškinimo. Paprastai kaimo turizmas yra analizuojamas siauresniąja ir platesniąja prasme. Siauresniąja

prasme kaimo turizmas apibrėžiamas kaip turizmas neurbanizuotoje teritorijoje, kur žmonės užsiima įvairia veikla, tačiau pirmiausia žemės ūkiu. Platesniąja prasme kaimo turizmas apima visas turistines veiklas kaimo vietovėje: medžioklė, žvejyba, jodinėjimas, gamtos tyrinėjimas, irklavimas, spa, apgyvendinimas, žemės ūkis ir kitos tradicinės veiklos, įsiliejimas į kaimo gyvenimą (Radnic ir kt., 2011). Kaimo turizmas čia yra veiksminga priemonė norint išsaugoti kultūros paveldo vertybes, gerinti ekologinę būklę, saugoti gamtos grožį (Žalys ir kt., 2006). Pasak J. Dily (2002), rekreacinę veiklą pagal vietą galima sugrupuoti į: rekreacinę veiklą sodybos pastatuose; lauko rekreacinę veiklą kieme; rekreacinę veiklą kaimo apylinkėse. Rekreacinė veikla sodybos pastatuose. Rekreacinei veiklai kaimo aplinkoje reikalingi sudėtingesni įrenginiai bei priemonės, dėl kurių trūkumo kaimo turizmo sodybų šeimininkai negali pasiūlyti vienu ar kitu paslaugų. Norint įsigyti reikiamus įrenginius bei priemones reikalingos didelės investicijos, kurių turi ne visi kaimo turizmo verslininkai. Užtikrinant smagaus pasivaikščiojimo bei bėgiojimo kokybę reikalingi įrengti takeliai miško teritorijoje. Plėtojant dviračių sportą kaime taip pat susiduriama su didele problema — dviračių takelių nebuvimu. Medžioklei, jodinėjimui, vandens sportui rutulioti, irgi reikalingos milžiniškos investicijos. Kad lankytojų potyriai, susiję su atrakcijomis ir renginiais, būtų kokybiški, vietinę aplinką ir paveldą reikia pritaikyti rekreacijai, ypatingą dėmesį atkreipiant į šiuos aspektus:

1. Susitelkti į ypatingus paveldo objektus ir vietovės stilių, tematiką. Kiekviena vietovė turi pasirinkti kryptį, kuriai skirs daugiau investicijų (pvz. industrijos paveldams, pilims ir kt.);
2. Autentiškumo užtikrinimas;
3. Atsižvelgimas į specialius ypatingų rinkų poreikius;
4. Tinkamo atrakcijos pasiekiamumo lygio nustatymas. Kartais ribotas atrakcijos pasiekiamumas gali sudominti lankytojus, o kartais atstumti juos, Be to reiktų, kad kuo daugiau atrakcijų būtų pritaikyta neįgaliesiems (Armaitienė, Grecevičius, Urbis, Vainienė, 1999).

Sekančiame skyriuje aptarsime Lietuvos kaimo turizmo ypatumus.

Lietuvos kaimo turizmo ypatumai

Kaimo turizmas yra reikšminga Lietuvos turizmo sektoriaus dalis, išsiskirianti savitumu ir konkurencinėmis savybėmis bei galinti veikti valstybės ar savivaldybės įvaizdžio formavimą, skatinti atvykstamojo turizmo augimą. Analizuojant Lietuvos kaimo turizmo pokyčius pastebėta, kad per pastaruosius metus, laikotarpyje nuo 2010-ųjų iki 2012-ųjų metų, kaimo turizmo sodybų skaičius Lietuvoje išaugo (atitinkamai 590 ir 605), buvo įkurta modernių, aukštos kokybės paslaugas teikiančių sodybų. Daugiausiai jų galima rasti gamtiniais ištekliais turtingose Utenos, Alytaus bei didžiųjų miestų Vilniaus ir Kauno apskrityse. Kaimo turizmo sodybų skaičius kinta nežymiai, kambarių bei vietų skaičius taip pat išlieka pakankamai stabilūs. Kiek didesnis pakilimas buvo fiksuojamas 2011 metais. Kaimo turizmo sodybų, kambarių bei vietų skaičius didžiausi yra Vilniaus ir Utenos apskrityse. Mažiausiai

turizmas vystomas yra Tauragės bei Šiaulių apskrityse. Taip pat nėra plėtros kaimo turizme ir Panevėžio apskrityje. 2012 metais kaimo turizmo sodybose apsilankė 260,7 tūkst. poilsiautojų, iš jų apie 22,6 tūkst. buvo užsieniečiai, daugiausiai iš Lenkijos, Rusijos Vokietijos ir Latvijos. 2012 m., palyginti su 2011 m., kaimo turizmo sodybose ilsėjosi 2,5 proc. daugiau Lietuvos gyventojų ir 9,6 proc. daugiau užsieniečių. Labiausiai vyravo poilsiautojai iš Lietuvos – 91 proc. Pastebima, jog populiariausios tos sodybos, kurios yra įsikūrusios prie ežerų.

Kaimų ir ūkininkų vaidmuo regionuose pakitęs: kaimo vietovės tampa erdvėmis, kurios skirtos rekreacijai, o ūkininkai – tų erdvių saugotojai ir puoselėtojai. Dėl žmonių poreikio ilsėtis arčiau gamtos, kaimo turizmo vaidmuo padidėjo ir tapo reikšmingu sektoriumi šalies ekonomikoje. Regionuose, kuriuose yra palankesnės sąlygos vystyti verslą – prie vandens telkinių – turizmo sodybų skaičius didėja sparčiau. Vienkiemių šeiminkai taip pat turi didesnių plėtros galimybių, jų nevaržo triukšmo apribojimai (Ramanauskas, 2010). Kaimo turizmo paslaugų teikėjai įvertinta savo galimybes, taiko priemones, kurios padeda būti konkurencingiems. Kaimo turizmas yra šalies ekonomikos dalis, kuri suteikia didelę ekonominę ir socialinę naudą kaimui. Jis yra svarbus siekiant išsaugoti gamtos, kultūros paveldo, istorines vertybes. Internetu yra įkurta Lietuvos kaimo turizmo ir amatų informacinė sistema, kurioje pristatomos kaimo turizmo sodybos, lankytinos vietos įvairiuose šalies regionuose. Kaimo turizmo šaka yra perspektyvi kaimo alternatyviųjų verslų lyderė. Klientams siūloma nuomotis sodybų sales seminarais ir konferencijoms, kurių nuoma yra keletą kartų pigesnė nei mieste. Čia taip pat traukia natūrali, mažai civilizacijos paliesta gamta, kuri atpalaiduoja ir nuteikia maloniai. Sodybų skaičiaus augimas yra didelis, klientų kiekis gausėja kiekvienais metais, paklausa viršija pasiūlą. Populiariausios kaimo turizmo sodybos yra medinės, dvelkiančios kaimu, bet su patogumais – elektra, karštu vandeniu.

Kaimo turizmo paslaugų teikėjų veiklos efektyvumas priklauso nuo darbuotojų, kurie tiesiogiai bendrauja su vartotojais. Darbuotojų aptarnavimo kultūros gerinimas, suteikiant svečiams reikalingą informaciją, organizuojant laisvalaikį, dažnai gali tapti vienu iš konkurencingumo didinimo priemonių. Siekiant patenkinti vartotojų poreikius sodybos personalas privalo turėti pakankamai žinių apie aptarnavimo kultūrą, paslaugų kokybę. Lietuvoje šiuo metu paplitęs konkurencinis veiksnys yra kaimo turizmo sodybos paslaugų kokybė. Rinkoje išsilaikyti sugeba tos sodybos, kurios lanksčiai reaguoja į svečių poreikius. R. H. Williams ir R. M. Zigli (1987) išskiria apčiuopiamus ir neapčiuopiamus indikatorius, kurie apibrėžia kaimo turizmo paslaugų kokybę. Tai yra rekomendacijos, infrastruktūra, paslaugų apimtis, paslaugų diferencijavimas pagal kainą ir turinį, taikomos technologijos, saugumas, patogumas, aplinka, pagarba, draugiškumas ir kompetencija. Analizuojant kaimo turizmo sodybų charakteristikas yra svarbu atsižvelgti į tai kaip kaimo turizmo paslaugas vertina vartotojai. Šalyje atlikti moksliniai tyrimai atskleidžia, kad kaimo turizmo sodybų svečiams yra labai svarbus darbuotojų profesionalumas bei paslaugų įvairovė. Tai parodo, jog siekdami būti konkurencingesni, kaimo turizmo

paslaugų teikėjai turėtų diegti kokybės vadybos sistemas. Kokybės vadyba yra veiksnys, kuris tiesiogiai lemia organizacijos konkurencingumą rinkoje. Kokybės vadybos sistemos įdiegimas organizacijoje įpareigoja nuolat stebėti ir tobulinti kokybę. Pagrindinis elementas, integruojantis kokybės sistemą, yra organizacijos kultūra (Ramanauskienė ir kt., 2010). Kaimo turizmo sodybose siūloma pakankamai daug paslaugų ir pramogų. Lietuvoje teikiamos kaimo turizmo paslaugos ir pramos dažniausiai yra tradicinės. Kaimo turizmo sodybose teikiamas apgyvendinimas ir maitinimas. Svečiams siūlomos įvairios pramos tokios kaip biliardas, stalo žaidimai, lauko žaidimai (futbolas, tenisas, tinklinis). Taip pat kaimo turizmo teikėjai nuomoja vandens sporto inventorių, dviračius ir kitą laisvalaikiui skirta inventorių. Pagrindinės siūlomos pramos yra važinėjimasis dviračiais, kaimo etnografinių bei istorinių elementų lankymas, jodinėjimas žirgais, pasivažinėjimas kariatomis, ekskursijos, kurių metu pristatomi reti augalai.

Kaimo turizmo ypatumai skirtingose šalyse

D. Jitaru, F. I. Khalil, M. Mayer, S. Tirchi (2012), savo darbe yra analizavę rekreacinį kaimo turizmą Europoje, pažymi, jog nors šios turizmo rūšies poreikis labiausiai išryškėjo XX amžiuje, tačiau jo ištakos siekia dar Antikos laikus. Senovės graikai, tuo metu dar patys nesuprasdami, jog užsiima kaimo turizmu, sukūrė įdomų kaimo turizmo prototipą rekreacinėse vietovėse, kuomet dėl religinių įsitikinimų žmonės ėmė keltis į atokesnes kaimo vietoves ir ten garbinti savo dievus.

Miesto gyvenimas buvo traktuojamas kaip dvasinio atotrūkio priežastis. Išskiriami kaimo turizmo standartai (Radnic et al., 2011): kaimo turizmas plėtojamas natūralioje aplinkoje, kaime ar mažame miestelyje; kaimiška aplinka su tradicinėmis charakteristikomis, žemės ūkiu; turizmas nėra pagrindinė ar dominuojanti veikla; kokybiška gyvenamosios aplinkos apsauga, rami aplinka be triukšmo ir užterštumo; apgyvendinimo įstaigų autentiškumas ir jaukumas; svetingumas – šeimininkai asmeniškai rūpinasi svečiais; apgyvendinimo įstaigose įrengtas nedidelis vietų skaičius; nustatytų kriterijų išsaugojimas; socialinės gerovės pusiausvyra kaimo vietovėse plėtojant įvairias veiklas; ryšys su vietine bendruomene ir tradicijomis; vietiniai produktai ir kulinarija; kultūra (folkloras, rankdarbiai).

Europos šalys sėkmingai panaudoja savo turimus pranašumus kurdamos teigiamą vietovės įvaizdį ir sustiprindamos savo poziciją turizmo rinkoje. Gamtos grožis, išplėtotą infrastruktūrą, apgyvendinimas leidžia kurti konkurencinį pranašumą, kuris atsispindi augančioje Europos kaimo turizmo paklausoje (Radnic ir kt., 2011).

2 lentelė Kaimo turizmo ypatumai skirtingose šalyse

Prancūzija	Šalyje egzistuoja šimtmetės kaimo turizmo organizavimo tradicijos. Vyriausybė padeda investuotojams suteikdama lengvatinius kreditus, organizuodama reklamines kampanijas. Turistų ypatingai vertinama prancūzų virtuvė, vynuogynai, svetingumo stilius, kuris nedrausmingas, ir tuo pat metu neprikaištingas. Tai leidžia Prancūzijai būti vienai pirmaujančių šalių kaimo turizmo plėtojime (Jitaru ir kt., 2012).
Suomija	Čia veikia maždaug 3600 kaimo turizmo sodybų. Šalyje kaimo turizmas -papildomas verslas,

	ribojamas finansinių išteklių bei verslininkystės įgūdžių. Tačiau kaimo turizmo sodybose turistai turi galimybę gyventi kaimiško stiliaus namuose, gali dalyvauti kaimo gyvenime, išbandyti tradicinius darbus. Čia galima grožėtis natūralia aplinka, žvejoti fiorduose, jodinėti, slidinėti(Jaszczak ir Żukovskis, 2010).
Italija	Italijoje suinteresuotiesiems kaimo turizmu yra teikiamos aukštos kokybės paslaugos. Kasmet į šią šalį suplaukia dideli turistų srautai, besidomintys tiek istoriniu ir kultūriniu palikimu, tiek virtuve, šokiais, muzika (Jitaru ir kt., 2012).
Austrija	Čia susidomėjimas kaimo turizmu išaugo apie 1960-uosius metus. Kaimo turizmo sodybose vyrauja šeimyniška atmosfera ir aukštos paslaugų kokybės garantas. Sodybose siūloma gausybė kultūrinių ir kitokių laisvalaikio užsiėmimų. Populiarios jėjimo paslaugos, galimybė užsiimti įvairių formų sportine veikla (Jitaru ir kt., 2012).
Ukraina	Ukrainoje, ypač Karpatų kalnų regione, suinteresuotiesiems kaimo turizmu yra siūloma natūrali aplinka, tradicinė virtuvė, ekologiški produktai, žemos kainos, senosios ukrainiečių tradicijos. Tačiau kaimo turizmą renkasi vos 15 proc. šalies turistų kaip turizmo formą laisvalaikio praleidimui (Oleynik & Iaromenko, 2012).
Rumunija	Rumunijos kraštovaizdis ir reljefas yra palankus turizmo plėtojimui, čia stūksantys kalnai leidžia plėtoti daugiau įvairių veiklų. Daugiau nei 80 proc. turistų mielai dar kartą rinktųsi poilsį Rumunijos sodybose. Rumunijoje kaimo turizmo plėtojimas vyksta teisinga linkme, tačiau dar reikia analizuoti kokios kliūtys trukdo visiškam turistų pasitenkinimui viešnage bei pamėginti ištaisyti daromas klaidas.
Kroatija	Čia atliktas tyrimas, kurio vienas tikslų buvo įvertinti turistų pasitenkinimą kaimo turizmu žemyninėje Kroatijoje (kaimo turizmas pradiniam lygyje, plėtojamas) ir Istrijos regione (plačiai išplėtotas). Gauti rezultatai parodė, jog turistai buvo patenkinti viešnage šalies kaimo turizmo sodybose. Skalėje nuo vieno iki penkių, Istrijos regione turistai pasitenkinimą įvertino 4,29 balo, o žemyninėje Kroatijoje – 4,02 balo. Išsiaiškinta, jog vietinių gyventojų draugiškumas ir svetingumas yra svarbiausias elementas, darantis įtaką respondentų sprendimui sugrįžti į aplankytą vietovę ateityje (Jurđana & Frleta, 2012).

Europos kaimo turizmo industrijoje didelis dėmesys skiriamas kokybei. Didžioji dalis darbuotojų tiesiogiai kontaktuoja su turistais, dėl šios priežasties derėtų daugiau dėmesio skirti personalo atrankai, jų mokymui – taip šiuo metu egzistuojančias silpnybes būtų galima paversti stipriosiomis pusėmis.

Išvados

1. Kaimo turizmas yra viena iš turizmo rūšių, išsiskirianti savo aplinka ir tuo, jog ją plėtojant stengiamasi išvengti daugelio miesto gyvenimui būdingų nepatogumų. Kaimo turizmo formavimą veikia tiek turizmo formos (vietinis ir atvykstamasis turizmas), tiek turizmo kategorija (vidinis turizmas). Kaimo turizmas apibrėžiamas kaip turizmo rūšis, vykdoma kaimo vietovėje ir yra labiausiai susijusi su natūralia aplinka, gamta, jos pažinimu ir poilsiu bei rekreacine veikla joje.
2. Lietuvoje kaimo turizmo paslaugos teikiamos visuose regionuose, tačiau gamtiniais išteklių turtingose Utenos, Alytaus bei didžiųjų miestų Vilniaus ir Kauno apskrityse, jų pasiūla yra didžiausia. Vandens telkiniai – vienas iš išteklių, kuris lemia kaimo turizmo populiarumą. Kaimo turizmas Lietuvoje siejamas su konkurencingu ūkinės veiklos vystymu kaimo vietovėse, kur pasitelkus kultūrinį paveldą, etnografinių objektų lankymą, amatų plėtojimą siekiama pritraukti turistus. Pastaruoju metu skatinama ir plėtojama tautinio paveldo puoselėjimo kultūra, kuri papildo kaimo turizmo paslaugų asortimentą supažindinant poilsiautojus su įvairių amatų produktų kūrimo procesu. Šalyje kaimo turizmo paslaugų teikėjai poilsiautojams siūlo laisvalaikio praleidimo formas, kurios atitiktų jų poreikius.

-
3. Egzistuoja gilios kaimo turizmo plėtojimo tradicijos. Pagrindiniai kriterijai, viliojantys turistus rinktis poilsį kaimo vietovėje yra galimybė pabūti natūralioje aplinkoje, įsilieti į vietinio gyvenimo stilių, išbandyti tradicinius amatus, kulinariją. Išskiriami tokie ypatumai, kuriantys kiekvienos vietovės įvaizdį ir sąlygojantys jos patrauklumą: reljefas, klimatas, hidrografija, gyvūnija ir augalija, išsaugota natūrali aplinka, kultūrinės ir istorinės vertybės, techninis, ekonominis ir socialinis potencialas. Europos šalys gana sėkmingai panaudoja savo pranašumus ir sugeba patenkinti vartotojų poreikius – kaip sėkmingiausios įvardijamos Austrija, Vokietija, Slovėnija ir Prancūzija.

Literatūros sąrašas

1. Armaitienė, A., Grecevičius, P., Urbis, A., Vainienė, I. (1999). Kaimo turizmas. Vilnius.
2. Dily, J. (2002). Recreation and sport planing and Design. New York.
3. Gargasas A., Večerskas D. (2013). Kaimo turizmo paslaugų plėtos galimybės: Marijampolės apskrities atvejis. *Organizacijų vadyba: Sisteminiai tyrimai*. 7-19
4. Jaszczak A., Žukovskis J. (2010). Tourism business development of European rural areas. *Management theory and studies for rural business and infrastructure development*. 20 (1).
5. Jitaru D., Sambotin L., Khalil F. I., Tirchi S. (2012). Recreational rural tourism in Europe. *Agricultural Management/Lucrari Stiintifice Seria I, Management Agricol*. 14 (4), 247-254
6. Lo M., Songan P., Mohamad A. A., Yeo A. W. (2011). Rural destinations and tourists' satisfaction. *Journal of Services Research*. 11 (2), 59-75
7. Ogarlaci M., Popa N. (2011). Sustainable development in rural tourism. *Agricultural Management/Lucrari Stiintifice Seria I, Management Agricol*. 13 (4), 55-64
8. Oleynik V., Iaromenko S. (2012). Problems and prospects of development of green rural tourism in Ukraine. *Regional formation and development studies*. 1 (6), 67-73
9. Pop I., Gheres M. (2013). Tourist satisfaction in rural areas – a comparative study on rural areas from Romania and Hungary. *International Conference "Marketing – from information to decision"*. 6, 223-235
10. Radnic R. A., Gračan D., Zadel Z. (2011). Analysis of rural tourism in the European Union and Croatia. *Proceedings of the International Scientific Conference*. 1592-1769
11. Ramanauskas, J. (2010). Lietuvos kaimo turizmo sodybų vertinimo metodika. *Management theory and studies for rural business and infrastructure development*. 23 (4).
12. Vainienė, I. (2002). Kaimo turizmo problematikos Lietuvoje ir užsienyje lyginamoji analizė. *Tiltai*. 2 (19).
13. Vitkienė (2008). Rekreacija. Monografija. Klaipėdos universitetas.
14. Žalys L., Žalienė I., Išdonaitė I. (2006). Lietuvos kaimo turizmo charakteristika ir plėtos politika. *Ekonomika ir vadyba: aktualijos ir perspektyvos*. 2 (7), 180 – 188.
15. Williams R. H., Zigli R. M. (1987). Ambiguity impedes quality in the service industries. *Quality progress*. July, p. 14

REKREACINIŲ VEIKLŲ INFRASTRUKTŪROS PRITAIKYMAS ŽMONĖMS SU FIZINE NEGALIA

Rėklaitienė D., Čekanavičiūtė J.

Lietuvos sporto universitetas

Anotacija. Rekreacinių veiklų infrastruktūros pritaikymo žmonėms su fizine negalia temos aktualumą lemia nuolat kintanti neįgaliųjų aplinka ir atsirandančios naujos rekreacinės veiklos pritaikymo galimybės neįgaliesiems. Lietuvoje yra atliekami tyrimai, leidžiami įstatymai siekiantys užtikrinti neįgaliųjų integraciją, tačiau dažniausiai orientuojamasi į fundamentalius neįgaliesiems klausimus: socialinį dalyvumą, užimtumą, švietimą, techninę bei medicininę pagalbą. Mažiau dėmesio skiriama kitoms neįgaliųjų gyvenimo sritims kaip sportas, rekreacinės veiklos, pasitenkinimas gyvenimu. Žmonėms su fizine negalia yra būtina specialiai jiems pritaikyta aplinka atsižvelgiant į jų specialiuosius poreikius. Fizinį ir fiziologinių funkcijų sutrikimai paveikia ir asmenybę, gali susiformuoti nepilnavertiškumo jausmas, apribojamos žmogaus galimybės užsiimti mėgstama veikla, atsiranda nauji iššūkiai prisitaikant prie pasikeitusių gyvenimo sąlygų. Todėl įvairių rekreacinių veiklų pritaikymas neįgaliajam yra būtina sąlyga fiziniam ir dvasiniam jėgų atstatymui.

Realus rekreacinių veiklų infrastruktūros pritaikymas žmonėms su fizine negalia dažnai skiriasi nuo leidžiamų įstatymų ir juose keliamų reikalavimų. Straipsnyje siekiama išsiaiškinti Kauno miesto sporto klubų pritaikymą neįgaliesiems. Šiame darbe, nagrinėjant rekreacinių veiklų pritaikymo galimybes žmonėms su fizine negalia buvo atlikta mokslinės literatūros ir teisinių dokumentų analizė, atliekant tyrimą taikytas interviu metodas.

Įvadas

Atkūrus nepriklausomybę Lietuvoje teisinė sistema buvo iš esmės koreguojama: išleisti įstatymai, ginantys ir reglamentuojantys neįgaliųjų teises, kuriamos socialinės paslaugos, siekiant užtikrinti ir palengvinti neįgalių asmenų socializaciją ir integraciją į visuomenę; stengiamasi sudaryti sąlygas, kad žmonės su negalia nesijaustų socialiai atskirti nuo visuomenės gyvenimo ir galėtų jaustis pilnaverčiais visuomenės veikloje.

Neįgalaus žmogaus apibrėžimas pateiktas Statybos techninių reikalavimų reglamento STR „Statiniai ir teritorijos. Reikalavimai žmonių su negalia reikmėms“ (2001) apibrėžiamas terminas – žmonės su negalia – žmonės, kuriems yra sutrikusios kūno dalių ir organų funkcijos, įskaitant judėjimo, regos, klausos, manipuliavimo sutrikimus, iš dalies ar visiškai apribojančius žmonių galimybę judėti, orientotis ir naudotis materialiosios aplinkos elementais.

Remiantis moksline literatūra išskiriami žmonių, turinčių fizinių ir judėjimų sutrikimų bendri bruožai, kurie yra labai įvairūs savo kilme ir savo dariniais sutrikimais. Vieni iš jų paveldimi, kiti įgyjami dėl traumų ar persirgtų ligų. Būdingas judesių sutrikimų požymis – negalėjimas atlikti tikslų judesių ir išlikę nevalingi judesiai (Bagdonas, 1993; Adomaitienė ir kt., 2003). Mokslinėje literatūroje pabrėžiama, kad visi žmogaus poreikiai priklauso nuo jo sveikatos būklės, įgūdžių bei tikslų. Visi šie veiksniai glaudžiai susiję ir turi vienas kitam įtakos (Petruševičienė ir Kriščiūnas, 2003).

LR Neįgaliųjų socialinės integracijos įstatyme (2004) teigiama, kad už neįgaliųjų integravimą į kultūrinę veiklą, poilsį ir sportą ir lygių galimybių jiems dalyvauti šiose gyvenimo srityse kartu su kitais visuomenės nariais sudarymą atsako Lietuvos Respublikos Vyriausybė arba jos įgaliotos institucijos ir savivaldybių institucijos. Šiame įstatyme buvo pereita nuo medicininio prie socialinio neįgalumo modelio. „Medicinos modelis neįgaliuosius laiko pasyviai priimančiais medikų priežiūrą. Čia akcentuojamas diagnozės nustatymas, gydymas, pagalba. Visiškai priešingas šiam modeliui psichosocialinis modelis akcentuoja, kad neįgalusis privalo būti pats aktyvus savo gyvenimo kūrėjas. Šiuo atveju fizinės veiklos, sporto vaidmuo neįgaliesiems laikomas labai svarbiu veiksmu. Be to, neįgaliųjų sportas tampa ne tik kaip medicinos modelio reabilitacijos forma, bet ir kaip pagrindinė žmogaus teisė, kuri priartina neįgaliųjų reikmes prie sveikųjų žmonių reikmių ir padidina neįgaliųjų saviraiškos galimybes.“ (Vasiliauskas ir Ivaškienė, 2001)

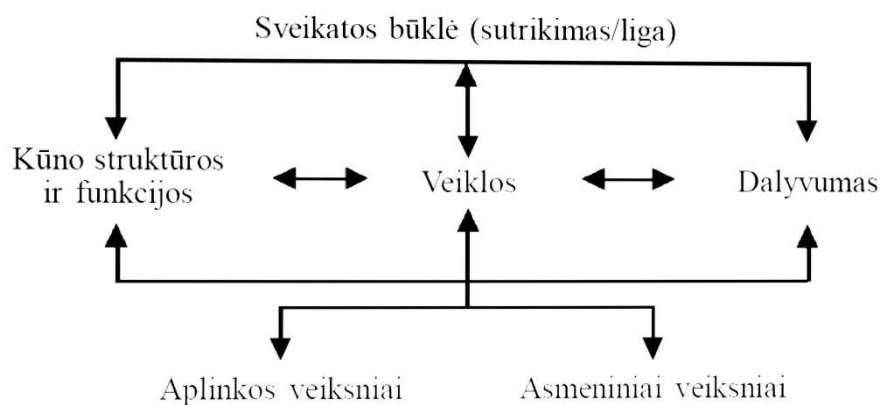
Šiandien neįgalumas turėtų būti suvokiamas ne vien kaip asmens ir medicinos problema, bet į jį turėtų būti pažvelgiama ir kaip į socialinę problemą, kur visuomenei iškeliamas atsakomybė prisitaikyti prie neįgalaus žmogaus poreikių. Europinis visuomeninis modelis skatina ir Lietuvos piliečius keisti požiūrį į negalią ir socialinę atskirtį. Pagrindinis dėmesys turėtų būti skiriamas patiems neįgaliesiems, kurie turėtų lygias galimybes naudotis visais visuomenės ištekliais, šviestis, bendrauti, naudotis naujausiomis technologijomis, sveikatos priežiūros ir socialinio aprūpinimo paslaugomis, dalyvauti sporto ir laisvalaikio užsiėmimuose.

Vienas pagrindinių uždavinių siekiant Lietuvos Respublikos neįgaliųjų socialinės integracijos įstatymo (2004) numatytų tikslų – pritaikyti aplinką neįgaliesiems žmonėms, kad pastarieji galėtų bendrauti ir save realizuoti įvairiose visuomenės gyvenimo srityse. Šio įstatymo 11 straipsnyje kalbama apie aplinkos prieinamumą žmonėms su negalia. Akcentuojami reikalavimai dėl neįgaliesiems fiziškai tinkamos aplinkos visose gyvenimo srityse sudarymo, įgyvendinami atliekant teritorijų planavimą ir statinių projektavimą bei viešosios paskirties pastatų, būsto ir jo aplinkos, viešojo transporto objektų, skirtų keleiviams aptarnauti, ir jų infrastruktūros, informacinės aplinkos pritaikymą neįgaliųjų specialiesiems poreikiams.

Viena iš būtinų sąlygų siekiant atkurti žmogaus su negalia fizinį, dvasinį ir ekonominį savarankiškumą yra fizinės aplinkos pritaikymas, kurią būtų galima suskirstyti į dvi pagrindines aplinkas:

1. Viešoji aplinka (darbo aplinka, transporto pritaikymas, paslaugų gavimo ir visuomeninio lankymo infrastruktūra); 2. Būsto aplinka (gyvenamieji namai, butai ir jų interjeras bei aplinka) (Mano teisės, 2009).

Dėl tam tikrų sveikatos sutrikimų neįgalieji susiduria tiek su fiziniais, tiek su socialiniais barjeriais, kurie trukdo pilnavertiškai ir savarankiškai gyventi: jiems reikia kitų žmonių pagalbos, specialiai pritaikytos aplinkos (Rudžionienė ir Lašinytė, 2011).



1 pav. Tarptautinės funkcionavimo klasifikacijos komponentų tarpusavio sąveikos schema (WHO, 2001, Tweedy, 2002)

Neįgaliųjų socialinio dalyvumo galimybės priklauso nuo įvairių veiksnių, kurie naujoje koncepcijoje suskirstyti į dvi pagrindines tarpusavyje susijusias grupes: sveikatos būklės (angl. health conditions) veiksnius, apimančius kūno struktūros trūkumus bei funkcijų sutrikimus, ir su ja susietus veiksnius (angl. contextual factors), apimančius neįgaliųjų aplinkos bei asmeninius veiksnius. Šie veiksniai turi įtakos asmens galimybėms dalyvauti vienoje ar kitoje visuomenės veiklos srityje. Aplinkos veiksniai apima fizinę ir socialinę (savitarpio santykių ir požiūrių) aplinką, su kuria susiduria neįgalus asmuo, o asmeniniai veiksniai gali apimti labai daug veiksnių (lytį, rasę, amžių, įpročius, charakterį, auklėjimą, gyvenimo stilių, socialinę padėtį, išsilavinimą, profesiją ir kitas labai įvairias galimas charakteristikas) (Samsonienė ir kt., 2008).

Rekreacija, kaip reiškinys yra susijęs su žmonijos evoliucija. Dar gilioje senovėje taikytos rekreacijos veiklos formos buvo lygiai tokios pačios, tačiau keičiantis laikmečiui jos tobuliau ėmė atliepti šiuolaikinės visuomenės poreikius. Žodis „Rekreacija“ yra kilęs iš lotynų kalbos ir suprantamas kaip „atstatymas“. Rekreaciją galima suvokti kaip procesą, kurio efektyvumas yra tiesiogiai susijęs su žmogaus gebėjimais (Grecevičius, 2002). Neįgaliųjų teisių konvencijoje ir jos fakultatyvajame protokole (2010), akcentuojama neįgaliųjų dalyvavimas kultūriniame gyvenime, aktyvus poilsis, laisvalaikis ir sportas. Remiantis moksline literatūra yra pateikiamos šios rekreacinės veiklos rūšys (Grecevičius ir kt., 2002): hobis: mėgstamas pomėgis; pramogos: malonūs užsiėmimai, renginiai, koncertų ir spektaklių

lankymas; menas: šokiai, muzika, dalyvavimas meniniuose renginiuose; intelektualinė veikla: knygų skaitymas, kryžiažodžių sprendimas, kompiuteriniai žaidimai; veikla lauke: įvairūs komandiniai ir sportiniai žaidimai, varžybos; sportas: fizinė veikla ir aplinka pritaikyta neįgaliesiems sveikatingumo centruose.

Analizuojant mokslinę literatūrą pastebėta, jog sportas traktuojamas kaip viena iš efektyviausių rekreacinių veiklų žmonėms su fizine negalia. Sportas neįgalų asmenį stiprina jį fiziškai, psichologiškai ir dvasiškai, atkurdamas jo fizinį pajėgumą. Fizinio pajėgumo sąvoka suprantama kaip priemonių kompleksas žmonėms turintiems arba siekiantiems turėti fizinio aktyvumo išraišką. Šio apibrėžimo numanoma reikšmė yra kasdieninio gyvenimo veikla, į kurią įeina fiziniai poreikiai, specialioji veikla, palaikanti ar pagerinanti fizinį pajėgumą, žaidimai, sportas ir namų ruoša (Vasiliauskas, Ivaškienė, 2001).

Apibendrinus mokslinę literatūrą, remiantis įstatymais ir programomis galima teigti, kad pritaikytos fizinės ir socialinės aplinkos neįgaliesiems sudarymas yra vienas iš svarbiausių veiksnių apsprendžiantis jų inkluziją į visuomenę. Tačiau trūksta tyrimų, kaip realiai įstatymuose numatytos nuostatos yra įgyvendinamos rekreacinių veiklų pritaikymo galimybių žmonėms su fizine negalia kontekste?

Straipsnio tikslas - išanalizuoti rekreacinių veiklų infrastruktūros pritaikymo galimybes žmonėms su fizine negalia. *Siekiant šio tikslo iškelti uždaviniai:* išsiaiškinti rekreacinių veiklų pritaikymo ypatumus žmonėms su fizine negalia, išanalizuoti fizinę negalią turinčių asmenų galimybes lankyti rekreacijos ir sporto paslaugas teikiančiose įstaigose, nustatyti Kauno miesto sveikatingumo ir sporto klubų pritaikymą fizinę negalią turintiems žmonėms.

Tyrimo metodai. *Literatūros šaltinių ir teisinių dokumentų analizė* (siekiant įvertinti pagrindinius rekreacinių veiklų pritaikymą lemiančius veiksnius), interviu (Kauno miesto sporto klubų vadovai).

Metodika. Taikant interviu metodą buvo ištirtos keturios Kauno mieste sporto ir sveikatingumo paslaugas teikiančios komercinės įmonės. Pagal apklausiamųjų subjektų tipą, apklausti ekspertai, tai yra, tiriamųjų įstaigų vadovai, kadangi iš jų buvo galima gauti maksimalią ir detalią informaciją apie tiriamą problemą, atskleisti priežastis, perspektyvą, bei išgirsti jų nuomonę. Interviu metodas taikytas siekiant atskleisti Kauno miesto sveikatingumo ir sporto klubų fizinės bei socialinės aplinkos pritaikymą fizinę negalią turintiems žmonėms.

Tyrimo rezultatai ir analizė

Lietuvos Respublikos kūno kultūros ir sporto įstatyme (1995) pateikta sąvoka apibūdina neįgaliųjų sportą – organizuota laikinos arba visiškos kūno ir (ar) proto negalios žmonių sportinė veikla, kurios tikslas – stiprinti sveikatą, siekti geriausių sporto rezultatų.

„Taikomoji (pritaikyta, adaptuota) fizinė veikla – visuma judesių, veiksmų ir jų derinių, kuriuos atlieka neįgalūs žmonės per tam tikrą laiko tarpą savarankiškai ir organizuotai.“ (Vasiliauskas ir Ivaškienė, 2001).

Patyrusio neįgalumą ar ligą asmens dažnai sumažėja laisvalaikio veikla bei socialiniai poreikiai. Neįgalūs žmonės tampa sėslaus gyvenimo būdo, kas veda prie dar mažėjančių likusių fizinių funkcijų, o tai skatina ir kitų ligų atsiradimą (širdies ligos, diabetas ir kitos). Žmonės, turintys judėjimo sutrikimų, dažniausiai naudojami techninės pagalbos neįgaliesiems priemonėmis. Neįgaliųjų vežimėliai, ramentai, kojų stabilizatoriai, vaikštynės, lazdos palengvina žmonių, turinčių fizinę negalią, judėjimą. (Rekomendacijos, 2012). Remiantis moksliniais tyrimais nustatyta, kad neįgalūs asmenys gali sulaukti didelės naudos iš fizinės veiklos, judantys vežimėliu gali pagerinti savo širdies ir kvėpavimo sveikatos būklę 20–30 proc. padidinę įprastinį fizinį aktyvumą.

Neįgaliųjų asmenų fiziniam aktyvumui palaikyti ir sveikatai atstatyti yra svarbi mankšta ir kasdieniniai pratimai. Autorių Skurvydo ir kt. (2006) duomenimis fizinio aktyvumo nauda yra akivaizdi net esant mažam mankštinimosi lygiui. Pabrėžiama, kad mažas aktyvumas yra geriau nei jokie. Fizinis aktyvumas – svarbus sveikos gyvensenos veiksnys. Skučo (2010) nuomone, įdomūs tyrimai, atskleidžiantys sporto kaip socializacijos veiksnio reikšmę ir teigiantys, kad dalyvaujant sportinėje veikloje neįgalūs asmenys gali pakeisti charakterio savybes, motyvaciją kitai veiklai, keisti emocijas, jausmus, viltis, požiūrį. Galimybė naudotis sporto ir rekreacijos paslaugas teikiančių institucijų paslaugomis yra labai svarbi problema žmonėms su negalia. Nors politika ir teisės aktai padėjo pašalinti kai kurias aplinkos kliūtis, sporto ir rekreacijos paslaugos vis dar sunkiai prieinamos neįgaliesiems, ypač jiems lankytis ir treniruotis sporto klubuose.

Statybos techninių reikalavimų reglamente “Statiniai ir teritorijos. Reikalavimai žmonių su negalia reikmėms“ (2001) pateikti reikalavimai įstaigoms su sporto ir fizinės kultūros patalpomis žmonėms su negalia turi būti sudarytos sąlygos patekti į bendrojo naudojimo (vestibiuliai, holai, laukiamieji, koridoriai ir kt.), pagrindines (sporto salės, baseinų vonios, persirengimo patalpos ir kt.) ir papildomas (kavinės, barai ir kt.) lankytojams skirtas patalpas. Lietuvos Respublikos statybos įstatymo 6 straipsnio 3 dalyje pabrėžiama, kad projektuojant, statant, rekonstruojant ar kapitališkai remontuojant pastatus (išskyrus atnaujinamus (modernizuojamus) daugiabučius namus) ir inžinerinius statinius, būtina juos pritaikyti specialiesiems neįgaliųjų poreikiams vadovaujantis Neįgaliųjų socialinės integracijos įstatymu (2004).

Taikant interviu metodą buvo ištirtos keturios Kauno mieste sporto ir sveikatingumo paslaugas teikiančios komercinės įmonės. Visose ištirtose įmonėse buvo teikiamos šios paslaugos: treniruoklių salė, grupiniai užsiėmimai, masažai, pirtys. Vandens zonos su baseinu neturėjo tik viena įmonė. Tyrimo metu buvo apklausti įmonių vadovai. Atsižvelgiant į konfidencialumą, analizuojant gautus rezultatus, įmonių

pavadinimai neskelbiami, šiame straipsnyje jos buvo numeruojamos. Buvo klausiami klubų vadovų nuomonės apie jų teikiamų paslaugų prienamumą neįgaliesiems, ar jie yra susidūrę su šiais klientais, kokios priežastys lemia paslaugų nepritaikymą /pritaikymą, kokias kompetencijas ir patirtis turi klubų darbuotojai dirbant su neįgaliais klientais. Remiantis literatūros analize šiam tyrimui atlikti buvo išskirtos šios svarbiausios sritys, kurios turi būti pritaikytos negalią turintiems žmonėms, besilankantiems sporto ir sveikatingumo klubuose:

- privažiavimas, neįgaliesiems skirtos vietos automobilių stovėjimo aikštelėje;
- pagrindinis įėjimas;
- galimybė laisvai judėti klubo viduje;
- persirengimo patalpos;
- dušai ir tualetai

Tyrimo metu gautų rezultatų analizė patvirtino, jog Kauno mieste sporto ir sveikatingumo paslaugas teikiančios komercinės įmonės nebuvo pilnai pritaikytos fizinę negalią turinčių žmonių poreikiams. Išsiaiškinta jog, visų įmonių pastatai buvo pastatyti arba rekonstruoti jau įsigaliojus straipsniui „Statiniai ir teritorijos. Reikalavimai žmonių su negalia reikmėms“ (2001), todėl turėjo būti vadovaujama jame nurodytais reikalavimais. Visų įmonių privažiavimai iki pastato pritaikyti, tačiau neįgaliesiems skirtų vietų automobilių stovėjimo aikštelėse nebuvo. Pagrindiniai įėjimai pritaikyti dvejose įmonėse, tai yra, įrengti pandusai, pakankamas varstomų durų plotis ar automatinės slankiojančios durys. Galimybė neįgaliajam laisvai judėti pastato viduje buvo taip pat dvejose įmonėse, kitose dvejose pagrindinė kliūtis – laiptai. Atskirų tinkamai įrengtų persirengimo patalpų neturėjo nė viena įmonė, o pritaikytas tualetas buvo tik vienoje įmonėje, ir tik prie tame pačiame pastate įkurto restorano. Specializuotų treniruoklių neįgaliesiems neturėjo nei viena įmonė, taip pat ir tinkamai įrengtų baseinų.

Vadovų interviu metu gautų rezultatų analizė parodė pagrindines priežastis, kodėl yra nepritaikyta įmonių fizinė aplinka ir treniruočių įranga: prieš statant pastatą ar rekonstruojant jį nebuvo pagalvota apie pritaikymą, maža teikiamų paslaugų paklausa iš neįgaliųjų pusės, bei dideli rekonstrukcijos kaštai. Visose šiose įmonėse yra lankęsi neįgalieji asmenys, tačiau jie niekada nesiskundė dėl vienokio ar kitokio aplinkos nepritaikymo, todėl problemų nekilo. Remiantis analizuota literatūra tikėtina, jog neįgaliesiems sudėtinga išreikšti savo pageidavimus, kadangi dėl fizinių ar intelektualinių problemų neįsivaizduoja arba nežino kokius užsiėmimus jie gali rinktis.

Sprendžiant įmonių pritaikomumo problemą labai svarbus paslaugų teikėjų, žmonių su negalia, bei patarti galinčių specialistų, kurie turi daug žinių apie aplinkos pritaikymą neįgaliųjų poreikiams, bendradarbiavimas. „Pagrindiniai neįgalaus žmogaus psichologiniai poreikiai, analizuojant sąveikas su darbuotojais, yra saugumas, pagarba, emocinė šiluma.“ (Diržytė ir kt., 2010). Tačiau nei vienas informantas tiksliai nežinojo, kokia kompetencija reikalinga darbuotojams, kurie dirba su neįgaliais

žmonėmis. Jų manymu, baigus studijas ar kursus, suteikiančius trenerio kvalifikaciją, kurią turėjo visose įmonėse dirbantys treneriai, jau galima profesionaliai teikti paslaugas neįgaliajam.

Apibendrinant šio tyrimo gautą rezultatus galima teigti, jog svarbiausios sritys, kurios apibūdina sporto ir rekreacijos paslaugas teikiančių įmonių galimybes lankytis neįgaliesiems, yra fizinės aplinkos pritaikymas, treniruočių įrangos pritaikymas, bei tinkama darbuotojų kompetencija.

Išvados

Lietuvos ir Europos Sąjungos teisiniai aktai ir norminiai dokumentai apibrėžia neįgaliųjų asmenų teises ir pareigas, skatina valstybes keisti požiūrį į neįgaliuosius ir integruoti juos į visuomenę kaip lygiateisius narius. Rekreacinių veiklų pritaikymas neįgaliesiems yra vienas iš svarbiausių veiksnių jų gyvenimo kokybei ir asmenybės ugdymui. Neįgalieji gali dalyvauti visose rekreacinėse veiklose, tačiau jų prieinamumas priklauso nuo jų pritaikymo, kuris apima įvairias sritis – nuo fizinio infrastruktūros pritaikymo iki paslaugas teikiančių organizatorių kompetencijos. Negalia – socialinė problema, iškelianti visuomenei atsakomybę prisitaikyti prie neįgalaus žmogaus poreikių. Prieinama ir tinkama neįgaliesiems žmonėms aplinka padeda sudaryti lygias galimybes savarankiškai gyventi, įsidarbinti, aktyviai dalyvauti bendruomenės gyvenime ir reikštis įvairiose rekreacinėse veiklose. Išanalizavus negalią turinčių asmenų galimybes lankytis rekreacijos ir sporto paslaugas teikiančiose įstaigose, galima teigti, kad, nors politika ir teisės aktai padėjo pašalinti kai kurias kliūtis, tačiau sporto rekreacijos paslaugos vis dar yra sunkiai prieinamos neįgaliesiems. Kauno mieste sporto ir sveikatingumo paslaugas teikiančios komercinės įmonės nėra pilnai pritaikytos fizinę negalią turintiems žmonėms. Svarbiausios sritys, kurios apibūdina sporto ir rekreacijos paslaugas teikiančių įmonių galimybes lankytis neįgaliesiems, yra fizinės aplinkos pritaikymas, treniruočių įrangos pritaikymas, bei tinkama darbuotojų kompetencija.

Literatūros sąrašas

1. Adomaitienė, R., Augustinaitytė-Jurčikonienė, G., Mikelkevičiūtė, J. ir kt. (2003). *Taikomoji neįgaliųjų fizinė veikla: Vadovėlis Lietuvos aukštųjų mokyklų studentams* (p. 76–223). Kaunas: LKKA
2. Diržytė, A., Bandzevičienė, R., Dauderys, V., (2010). *Dirbančių su neįgaliaisiais vidinės darnos, gyvenimo kokybės ir streso įveikos ypatumai* (p. 8-10). Vilnius
3. Grecevičius, P., Armaitienė, A., Junevičienė, O., Labanauskaitė, D., Lukšaitienė, A., Slušnys, E., Vaidelys, A. (2002) *Turizmas. Vadovėlis*. Vilnius: Vyturys.
4. Jungtinių tautų neįgaliųjų teisių konvencija ir jos fakultatyvus protokolai, Valstybės žinios, 2010-06-19, Nr. 71-3561
5. *Lietuvos Respublikos kūno kultūros ir sporto įstatymas*. 1995. Prieiga per internetą: http://www.istatymas.lt/istatymai/kuno_kulturos_ir_sporto_istatymas.htm
6. *Mano teisės. Neįgalieji asmenys*. (2009). Prieiga per internetą: <http://www.manoteises.lt/index.php?lang=1&sid=491>.

-
7. *Neįgaliųjų socialinės integracijos įstatymas. 2004-05-11, Žin., 2004, Nr. 83-2983 (2004-05-22)* Prieiga per internetą: http://www3.lrs.lt/pls/inter2/dokpaieska.showdoc_l?p_id=264550&p_query=&p_tr2=.
 8. Petruševičienė, D., Kriščiūnas A. (2003). *Ligonių, sirgusių galvos smegenų insultu, ergoterapija*. MEDICINA 39 tomas, Nr. 11 (p. 1066 - 1067)
 9. *Rekomendacija dėl Neįgaliųjų aptarnavimo viešajame ir privačiame paslaugų sektoriuose*. 2012. Prieiga per internetą: <http://www.ndnt.lt/index.php?1393286367>.
 10. Rudžionienė, J., Lašinytė, I., (2011). *Informacijos paslaugos neįgaliesiems: informacinės prieigos organizavimas Danijoje. Informacijos mokslas*. ISSN 1392-0561
 11. Samsonienė, L. Adomaitienė, R., Krivičiūtė J. ir kt. (2008). *Visuomenės sveikata. Neįgaliųjų socializacija taikomojoje fizinėje veikloje*. Medicina. 44(11) (p.877-878)
 12. Skučas, K. (2010). *Sportuojančių ir nesportuojančių Lietuvos fiziškai neįgalių asmenų socializacijos galimybės psichosocialinės sveikatos aspektu. Filosofija. Sociologija*. T. 21. Nr. 2, p. 179–185, Lietuvos mokslų akademija.
 13. Skurvydas, A. ir kt. (2006). *Fizinis aktyvumas ir sveikata*. Kaunas: LKKA.
 14. *Statiniai ir teritorijos. Reikalavimai žmonių su negalia reikmėms*. (2001). Prieiga per internetą: http://www3.lrs.lt/pls/inter3/dokpaieska.showdoc_l?p_id=139277
 15. Vasiliauskas K., Ivaškienė V. (2001). *Fiziškai neįgalių žmonių fizinis ugdymas ir saviugda*. (p. 5 - 25). Kaunas: LKKA

LAISVALAIKIO PRALEIDIMO TENDENCIJOS JAUNIMO TARPE

Rupeikaitė D.¹, Murauskaitė D.², Navickienė R.³

Marijampolės kolegija¹, Lietuvos sporto universitetas³

Anotacija. Straipsnyje nagrinėjamos laisvalaikio praleidimo tendencijos teoriniu aspektu. Gilinamasi į jaunimo laisvalaikio praleidimo formas Marijampolės mieste. Atlikas empirinis tyrimas parodė, kad jaunimas yra patenkintas laisvalaikio praleidimo galimybėmis, kad įvairesnio laisvalaikio poreikį riboja finansinės galimybės, kad jaunimas didelę dalį laisvalaikio praleidžia pasyviai.

Temos aktualumas ir problema. Gyvename globaliame, mobiliame ir nuolat kintančiame pasaulyje. Viena iš priimtinausių ir populiariausių žmonių laisvalaikio praleidimų formų šiandien yra kelionės. Kelionė – tai judėjimas laiku ir erdve. Kelionėje bene svarbiausi yra susitikimai su kitu žmogumi, kita kultūra, kitokiu patyrimu. Kelionėse plėtojasi tokios asmenybės savybės kaip žingeidumas, savarankiškumas, noras daugiau sužinoti, didinti toleranciją ir kt. Jaunimo dalyvavimas kelionėse leidžia jiems susidaryti objektyvesnį pasaulio vaizdą, geriau suvokti praeitį ir dabartį, palyginti įvairių kraštų kraštovaizdį, žmonių gyvenimą, kalbą, kultūrą. Akademiniis jaunimas vis dažniau „atsiliepia į vietovių erdvių signalus, kurie kviečia įsitraukti į socialumo plėtrą, socialinių santykių viešose vietose kūrimą“, tačiau yra ir kitų laisvalaikio praleidimo formų, kurių metu sportuojama, lankomos parodos ar renginiai, linksminamasi naktiniuose klubuose arba pilnai atsiribojama nuo aplinkos užsidarant asmeninėje erdvėje

ir laisvą laiką leidžiant prie kompiuterių žaidžiant kompiuterinius žaidimus ar dalyvaujant forumuose, diskusijose socialiniuose tinkluose, žiūrint TV ir kt. Todėl natūraliai kyla probleminis klausimas – kokios laisvalaikio praleidimo formos yra patraukliausios jaunimo tarpe?

Darbo tikslas : išsiaiškinti jaunimui patraukliausias laisvalaikio praleidimo formas.

Darbo uždaviniai: Ištirti teorines laisvalaikio apibrėžtis; išsiaiškinti jaunimo laisvalaikio praleidimo formas.

Tyrimo metodologija: Jaunimas yra viena mobiliusių socialinių grupių. Besimokantis jaunimas savo laisvalaikį praleidžia įvairiai. Tyrimas buvo atliekamas 2014 metų vasario mėn. Marijampolės kolegijoje apklausiant vadybos specialybės studentus (dieninėse studijose studijuoja 34 studentai). Tyrimo imtis – 20 respondentų (remiantis imties apskaičiavimo formule reikėtų apklausti 19 respondentų su 95 proc. patikimumu). Pasirenkant imtį naudojama paprasta atsitiktinė atranka. Atliekant tyrimą buvo taikomas kiekybinio tyrimo metodas – anketinė apklausa. Anketoje buvo taikomas klausimynas, kurį sudarė 12 įvairių tipų klausimų. Respondentų amžius nuo 19 metų iki 23 metų.

Laisvalaikio sampratos teoriniai aspektai

Laisvalaikis – tai laisvas nuo būtinų užsiėmimų laikas, skirtas asmeniniams poreikiams tenkinti, taip pat plėsti žinias, lavintis ir dvasiškai tobulėti (Čiužas ir kt., 2005; Aguiar and Hurst, 2006; Warde and Crossley, 2007). Mokslininkai akcentuoja, kad yra labai svarbūs laisvo laiko praleidimo aspektas, t.y. kiekybiniai veiklos parametrai (Alesina, Glaeser and Sacerdote, 2005). Laisvas laikas - tai rekreacija, leidžianti žmogui atkūrti psichines, fizines jėgas bei sveikatą, ilsėtis, užsiimti mėgiama veikla, kuri nėra susieta su darbu. Čia vyrauja racionalumo aspektas, t.y. kokybiniai veiklos bruožai (Čiužas ir kt., 2005). Laisvalaikio apibrėžtumo kryptys: kaip laikas, kaip veikla, kaip būseną, kaip socialumo simbolis (King, Law, King and Hurley, 2006) .

Rekreacija - tai laisvo laiko leidimo būdas, neįpareigojantis elgtis pagal visuomenėje priimtas normas ar iš anksto sudarytą planą. Žmogus yra laisvas pasirinkti veiklos formą ir trukmę, aktyvumo laipsnį, nes tai laikas, praleistas savo nuožiūra, arba tiesiog laisvas laikas, kurio metu priimami savarankiški sprendimai (Ramey and Francis, 2006; Berg and Grant, 2010). Laisvalaikis būtinas žmogaus jėgų atstatymui, o tam nepakanka vien elementarių veiklų (miego, valgymo), būtinas dvasinis, psichologinis komfortas, nes tai nėra poilsis, kuris gali būti traktuojamas kaip ramybės ar veiklos būseną, kurios metu atstatomas žmogaus darbingumas, visiškai ar iš dalies pašalinamas nuovargis (Cobbett, 2013). Laiko ir laisvalaikio pažinimas suteikia galimybę žmogui racionaliau ir efektyviau tvarkyti savo gyvenimą, prognozuoti veiklą, planuoti biudžetą. Laisvalaikio leidimas priklauso nuo žmogaus supratimo, kaip jį leisti, todėl netikslinga pateikti vieną laisvalaikio struktūrą. Daujotas, Revuckaitė, Švagždienė (2006) pateikia tokią laisvalaikio struktūrą: rekreacinis, kūrybinis, fizinė veikla, socialinė veikla, protinė veikla.

Laisvalaikis gali būti trijų lygių, t.y. rekreacinis, švietėjiškas ir kūrybinis, rekreacinis laisvalaikis yra skirtas žmogaus organizmo jėgoms atkurti ir jį sudaro pasyvus poilsis ir pramogos, kurioms priskiriama ir savišvieta – laisvalaikio etapas, ugdantis bendrąją žmogaus kultūrą, skatinantis perimti sukauptą žmonijos patirtį, tautų kultūrinės vertybes, supažindinantis su mokslo atradimais, naujais meno reiškiniiais ir kt. Laisvalaikiui priskiriama ir švietėjiška funkcija, kuri derinasi su žaidimu, pramoga, kūryba, o jos tikslas – praturtinti asmenybę nauja socialine informacija, ugdyti jos kūrybiškumą, pilietinius jausmus ir kitas svarbias savybes (Daujotas, Revuckaitė, Švagždienė, 2006)

Laisvalaikis yra tas laikas, kurį žmogus praleidžia pagal savo norus, pomėgius, kurio metu jis gali nuo savęs nusimesti rūpesčių našta, atsikratyti prastos nuotaikos, nuobodulio, pamiršti mokymąsi. Anot Alesina, Glaeser ir Sacerdote (2005), jaunimas savo laisvalaikį panaudoja ne tik pozityviems, bet ir negatyviems planams įgyvendinti, kur pozityvus laisvalaikis padeda jaunuolio asmenybei doroviškai tobulėti, sudaro sąlygas kūrybinėms galioms, iniciatyvai plėtotis, kaupti bendravimo kultūrą, o negatyvus laisvalaikio praleidimas klampina jaunimą į alkoholio ar narkotinių medžiagų vartojimo pinkles, skatina nusikalstamą veiklą, neskatina tobulėti ar kurti ateities planų.

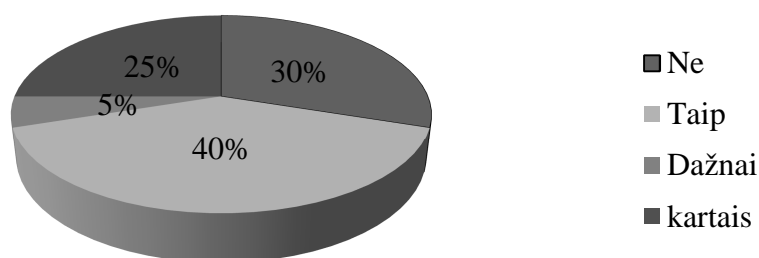
Jaunimo laisvalaikio tendencijos

Jaunimas laisvalaikį leidžia įvairiai: nuo sėdėjimo prieš kompiuterio ar televizoriaus ekranus iki ekstremalių pramogų, kaip šokinėjimas su parašiotu, nardymas, kopimas į kalnus ir kt. Jaunimo laisvalaikis atostogų metu - vasarą - dažniausiai kardinaliai skiriasi nuo laisvalaikio mokslo-studijų metu. Mokslo metais didžiąją dalį laiko užima įvairi veikla: pasiruošimas (namų darbai, kontroliniai, seminarai, darbų rašymas ir kt.), kas sukelia nuovargį, todėl laisvą laiką jaunimas šokiadieniais dažniausiai leidžia pasyviai, o savaitgaliais lankydami klubus ar kino teatrus. Vasaros metu daugelis jaunuolių norėtų padirbėti, bet kaip rodo tyrimai, krizės laikotarpiu, kai ženkliai sumažėjo darbo vietų – to padaryti beveik neįmanoma, todėl jie vasaras leidžia pas senelius ar gimines kaime. Kiti jaunuoliai lieka mieste ir čia jie sportuoja (žaidžia futbolą, krepšinį, lanko sporto klubus, plaukioja). Dar vienas iš jaunimo laisvalaikio praleidimo būdų - „chuliganiškas“, kur pasireiškia nusikalstama veikla ar svaiginimasis, tuomet nesistengiama aktyviai dalyvauti gyvenime, mokytis ir dirbti, rasti savo vietą ir už ją kovoti ir tuomet jaunimo laisvalaikis tampa visuomenės problema (Čiužas, Ratkevičienė, Stankevičius ir Vosyliūtė, 2005).

Tyrimo rezultatai ir jų analizė

Remiantis gautais tyrimo rezultatais matome, kad net 75 proc. respondentų tenka aukoti laisvalaikį dėl mokslų. Apklausos metu buvo pateiktas klausimas ar esate patenkintas/a laisvalaikio praleidimo galimybėmis savo mieste? Į šį klausimą kaip matome diagramoje (1 pav.). 40 proc. apklaustųjų teigė, kad yra visada patenkinti, 30 proc. respondentų teigė, kad visai nėra patenkinti laisvalaikio praleidimo

galimybėmis, o 25 proc. respondentų teigė, kad yra kartais patenkinti, o kartais nepatenkinti ir tik 5 proc. teigė, kad laisvalaikio praleidimo galimybėmis yra patenkinti tik kartais.

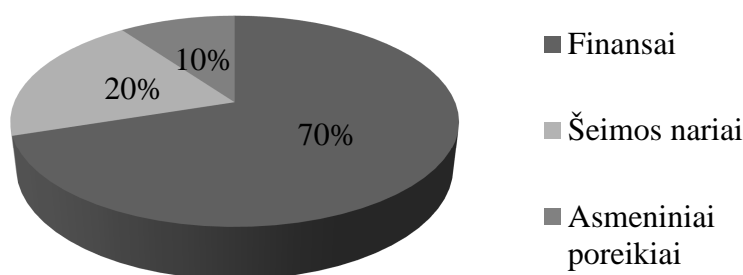


1 pav. Pasitenkinimo laisvalaikio galimybėmis savo mieste skirstinys

Apklausoje buvo siekiama išsiaiškinti, ar respondentai yra patenkinti laisvalaikio praleidimo kokybe. 90 proc. respondentų atsakė, kad yra patenkinti laisvalaikio praleidimo kokybe ir po 5% respondentų teigė, kad yra nepatenkinti laisvalaikio kokybe ar nelabai patenkinti.

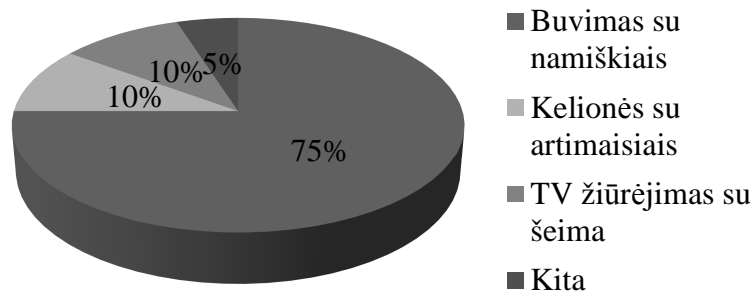
Apklausoje buvo išaiškėjo, kokį laisvalaikio praleidimo būdą pasirinktų respondentai, jeigu jų neribotų nei laikas, nei pinigai: visi respondentai paminėjo keliones, o iš jų 50 proc. atsakė, kad pasirinktų keliavimą po pasaulį, po 5 proc. – keliones į šiltus kraštus, lankymąsi kultūrinėse vietose, buvimą su draugais, lankymąsi vakarėliuose, klubuose, poilsį Lietuvos pajūryje, keliones į Olimpiadas, mokymąsi kovos menų vienuolynuose, žvejybą Norvegijoje, vykimą į automobilių parodas.

Diagramoje (2 pav.) matome, kad laisvalaikio praleidimo pasirinkimą labiausiai lemia finansai 70 proc., šeimos nariai 20 proc., asmeniniai poreikiai sudaro 10 proc.



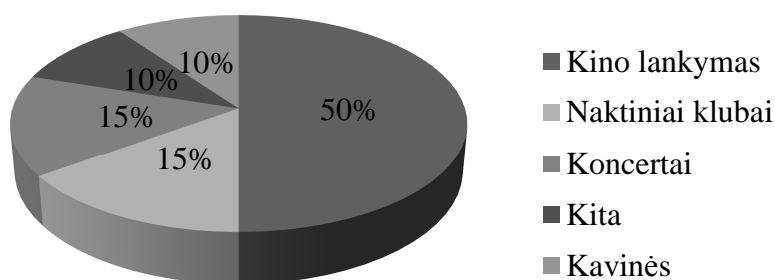
2 pav. Laisvalaikio praleidimą įtakančių veiksnių skirstinys

Apklausoje buvo siekiama išsiaiškinti, kas respondentams yra individuali laisvalaikio praleidimo veikla. Tyrimas parodė, kad 30 proc. respondentams tai kompiuteriniai žaidimai, 20 proc. - muzikos klausymas, 20 proc. - pasirinko atsakymą "kita", bet neįrašė kokia tai veikla, o 5 proc. teigė, kad jiems individuali veikla yra knygų skaitymas (žr. 3 pav.)



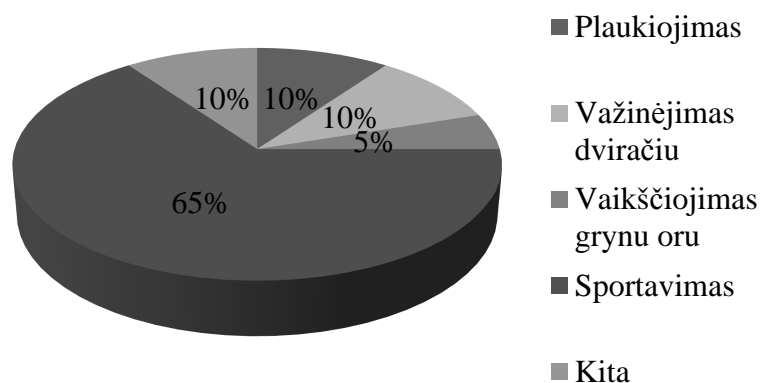
3 pav. Individualių laisvalaikio praleidimo veiklų skirstinys

Tyrimas parodė, kad 50 proc. respondentų pramogos tai - kino teatro lankymas, 15 proc. - naktiniai klubai ir dar 15 proc. - koncertai bei 10 proc. - TV žiūrėjimas. 10 proc. respondentų neįvardino kas jiems yra pramogos. (žr. 4 pav.)



4 pav. Pramogų suvokimo skirstinys

Iš respondentų atsakymų išaiškėjo, kad 65 proc. respondentų aktyvus poilsis yra sportavimas, 10 proc. - važinėjimas dviračiu, 10 proc. - tai plaukiojimas. Taip pat 10 proc. mano, kad aktyvus poilsis - tai pasivaikščiojimas gryname ore. 5 proc. respondentų neįvardino kas jiems yra aktyvus poilsis. (žr. 5 pav.)



5 pav. Aktyvaus poilsio sampratos skirstinys

Tyrimo rezultatai parodė, kad per pastarąsias 30 dienų, jaunimas pasirinktą vieną iš pagrindinių laisvalaikio praleidimo būdų, jeigu jų neribotų nei laikas, nei finansinės galimybės, tai keliavimą aplink pasaulį taip teigė 95 proc. respondentų, o kiti 5 proc. pasirinktą kitą laisvalaikio praleidimo būdą. Apklausoje dalyvavo 50 proc. vyriškos lyties respondentų ir 50 proc. moteriškos lyties respondentų. Nustatėme, kad laisvalaikio pasirinkimą jaunimo tarpe labiausiai lemia finansai, taip teigė net 70 proc. respondentų, 20 proc. apklaustųjų teigė, kad jų laisvalaikio pasirinkimą labiausiai veikia šeimos nariai ir 10 proc. respondentų teigė, kad jų laisvalaikis priklauso nuo jų pačių asmeninių poreikių. Mūsų tyrimo rezultatai parodė, kad skyrėsi jaunimo pasitenkinimas savo laisvalaikio galimybėmis gimtajame mieste. Mes nustatėme, kad daugelis jaunuolių savo laisvalaikį aukoja dėl mokslų – tai patvirtino net pusė respondentų. Tyrimo metu buvo nustatytas faktas, jog jaunimas laisvalaikį leidžia įvairiai: nuo sėdėjimo prieš kompiuterio ar televizoriaus ekraną iki ekstremalių pramogų, kaip šokinėjimas su parašiotu, nardymas, kopimas į kalnus ir kt. Jaunimo laisvalaikis atostogų metu - vasarą - dažniausiai kardinaliai skiriasi nuo laisvalaikio studijų metu. Kalbant apie laisvalaikio kokybę beveik visi respondentai yra labai patenkinti ja, nes ji jiems yra labai svarbi, kad žmogus galėtų pailsėti ir gauti visus geriausius potyrius, kokius tik gali suteikti laisvalaikis.

Remiantis tyrimo duomenimis galime įvertinti individualios laisvalaikio veiklos svarbą jaunuolio gyvenime. Trečdalis respondentų atsakė, kad jiems tai yra kompiuteriniai žaidimai, penktadaliui respondentų - , tai muzikos klausymas. Tyrimo metu buvo išsiaiškinta, kad trims ketvirtadaliams apklaustųjų santykiai su šeima yra buvimas su namiškiais, o pusei jaunuolių pramoga yra kino lankymas, tai viena iš populiariausių pramogų jų tarpe. Tyrimo metu nustatyta, kad aktyvus poilsis jaunuoliams yra sportavimas.

Išvados

Mokslinės literatūros analizė parodė, jog jaunimo laisvalaikio praleidimo tendencijos priklauso nuo prioritetų išsikėlimo ir finansinių galimybių. Jaunimui, turinčiam ribotas finansines galimybes

laisvalaikio pasirinkimo spektras yra daug mažesnis. Empyrinis tyrimas parodė, kad jaunimas yra patenkintas savo laisvalaikio praleidimo galimybėmis gimtame mieste, dažnai laisvalaikį tapatina su pramogomis, tačiau didžioji dalis tyrime dalyvavusio jaunimo neišnaudoja visų galimybių, nes dalį laisvo laiko turi skirti darbui po studijų. Tyrimas parodė, kad jei jaunuolių neribotų nei laisvo laiko kiekis, nei pinigai, jie savo laisvalaikį paskirtų kelionėms, o daugelis svajoja apie tolimas ir išskirtines keliones. Šiokiadieniais jaunimas apsiriboja pasyviu laisvalaikio praleidimu: sėdėjimu prieš televizoriaus ekraną ar bendraudami socialiniuose tinkluose, žaisdami kompiuterinius žaidimus. Pasirenkant laisvalaikio praleidimo formas - jaunuoliams labai aktualu, kad siūlomos veiklos laisvalaikiu atitiktų jų finansines galimybes.

Literatūros sąrašas

1. Aguiar, M., Hurst, E. (2006). Measuring Trends in Leisure: The Allocation of Time Over Five Decades. NBER working paper 12082, March 2006.
2. Alesina, A., Glaeser, E.L., Sacerdote, B. (2005). Work and Leisure in the U.S. and Europe: Why So Different? NBER Working Paper No. 11278, Cambridge, MA 02138, Issued in April 2005.
3. Berg, J.M., Grant, A.M. (2010). When Callings Are Calling: Crafting Work and Leisure in Pursuit of Unanswered Occupational Callings. *Organization Science*, Vol. 21, No. 5, September–October, pp. 973–994.
4. Cobbett, R. (2013). Wot I Think:Leisure Suit Larry Reloaded. Prieiga internetu: <http://www.rockpapershotgun.com/2013/06/27/wot-i-think-leisure-suit-larry-reloaded/>. Žiūrėta 2014-02-08.
5. Čiužas, A., Ratkevičienė, V., Stankevičius, P., Vosyliūtė, A. (2005). Akademiniis jaunimas: dyvenimo būdas ir vertybės. Monografija. ISBN 9955-516-90-9, 242 psl.
3. Dajotas, R., Revuckaitė, D., Švagždienė, B. (2006). Moksleivių laisvalaikio praleidimo formų pasirinkimo analizė // XXI amžiaus pedagogų rengimo kaitos tendencijos : tarptautinė mokslinė-praktinė konferencija, Kėdainiai, 2006 m. vasario 23-24 d. Kaunas : Kauno kolegijos leidybos centras. ISBN 9955586877. p. 22-40
4. King, G. A., Law, M., King, S., Hurley, P. (2006). Measuring children's participation in recreation and leisure activities: construct validation of the CAPE and PAC. *Blackwell Publishing Ltd, Child: care, health and development* No. 33, 1, p.p.28–39.
5. Ramey, V.A., Francis, N. (2006). A Century of Work and Leisure. NBER Working Paper, No. 12264, Issued in May 2006.
6. Warde, A., Crossley, N. (2007). Young people and social change. Open university press, ISBN 10: 0335218687.

ŽMOGIŠKŪJŲ IŠTEKLIŲ VALDYMO YPATUMAI KAIMO TURIZMO SODYBOJE

Savickaitė J., Jasinskas E.

Lietuvos sporto universitetas

Anotacija. Žmogiškieji ištekliai yra vieni svarbiausių organizacijos egzistenciją ir plėtrą lemiančių veiksnių. Jie yra suvokiami kaip ištekliai, kurie savo kompetencija bei gebėjimais gali nulemti organizacijos išlikimą konkurencinėje aplinkoje. Į žmogiškuosius išteklius turi būti žvelgiama kaip į lygiavertį strateginio planavimo dalyvį, kuris turi pakankamai žinių ir galimybių prisidėti prie efektyvios strategijos parengimo ir įgyvendinimo.

Mokslo teoriniame lygmenyje yra parengta nemažai darbų žmogiškųjų išteklių įsitraukimo į valdymą problemai spręsti. Darbe, analizuojant žmogiškųjų išteklių valdymo ypatumus kaimo turizmo sodyboje buvo nagrinėti Lietuvos autorių darbai: Žiemrietaitė,(2010); Lukšaitienė (2009); Valiaugienė, (2009); . Jančauskas, (2006); Bakanauskienė, (2008); Jonušauskas, (2008); Makštutis, (2008); Vitkus, (2007) ir t.t. Ir tokie užsienio autorių darbai kaip: Byars ir Rue, (2006); Robbins, (2003); Stershic, (2001); Gribniak, (2007); Maksimenko, (2008); Scharpley, (2002) ir t.t

Įvadas

Mokslinė problema – Kokie žmogiškųjų išteklių valdymo ypatumai kaimo turizmo sodyboje?

Straipsnio tikslas - Nustatyti žmogiškųjų išteklių valdymo ypatumus kaimo turizmo sodyboje.

Siekiant šio tikslo iškelti uždaviniai:

1. Aptarti žmogiškųjų išteklių sampratą ir svarbą;
2. Išskirti žmogiškųjų išteklių valdymo veiklas;
3. Išskirti žmogiškųjų išteklių valdymo ypatumus Raseinių rajono kaimo turizmo sodyboje „Karpynė“.

Straipsnio objektas - žmogiškųjų išteklių valdymo ypatumai.

Naudoti metodai. Literatūros analizė (siekiant įvertinti pagrindinius žmogiškųjų išteklių valdymo ypatumus), anketinė apklausa (kaimo turizmo sodyba „Karpynė“), aprašomoji statistinė analizė.

Žmogiškųjų išteklių samprata ir reikšmė įmonei

Žmogiškieji ištekliai turi būti suvokiami kaip tam tikras kompetencijas turintys organizacijos darbuotojai, kurie, priimdami ir realizuodami sprendimus, daro įtaką organizacijos veiklos efektyvumui. Taigi sąvokų aprašymai yra per daug abstraktūs, dažnai prieštaringi. Dėl to praktikai neretai neigia socialinių tyrinėtojų išvadas. Tarp teorinių tyrimų ir praktikos labai dažnai egzistuoja atotrūkis. (E. Jančiausko, 2006) teigimu, įvairių šalių literatūroje sąvokos vadyba, administravimas, vadovavimas ir

valdymas dažnai vartojamos sinonimiškai. Skolintam menedžmento (angl. managemad) mokslo pavadinimui lietuvišką atitikmenį vadyba pasiūlė Lietuvos vadybos mokslo pradininkas ir šio mokslo taikomųjų sričių tyrinėtojas (Graičiūnas, Zakarevičius, 1998 m.) nuomone, sąvoka administravimas nereikalinga, nes valdymo veiklos visumą apibūdina vadyba, o darbuotojų veiklos koordinavimą, jų veiksmų derinimą - vadovavimas.

1 lentelė. Žmogiškųjų išteklių apibrėžimai (sudaryta, remiantis įvairiais šaltiniais)

Autorius	Apibrėžimas
Bakanauskienė, I. (2002)	Personalas (kitaip: žmogiškieji (žmonių) ištekliai, darbo jėga, kadrai) - tai visi organizacijos dirbantieji: darbininkai, vadovai, specialistai, aptarnaujantis personalas ir t.t.
Vaitkevičiūtė, V. (1999)	Personalas (lot. personalis) apibūdinamas kaip: a) įmonės, įstaigos, organizacijos darbuotojai, pvz. pagalbinis personalas, administracinis personalas; b) vienos profesijos tarnautojas, pvz. medicinos personalas.
Pinnington, E. (2000)	Žmogiškųjų išteklių valdymas - naujas mąstymo būdas apie tai, kaip turėtų būti valdomi darbuotojai darbo vietoje.
Gonzalez, (2004)	Žmogiškųjų išteklių valdymas - sąvoka, į kurią įeina daugybė su organizacijos išlaidomis susijusių dalykų, tokių kaip darbo sauga, efektyvi atranka, brangiai kainuojantys mokymai, veiklos vertinimas, informacijos sklaida ir dalijimasis, iniciatyvos, pakėlimo pareigose ir plėtro pabrėžimas.
Appleby, (2003)	Žmogiškieji ištekliai - valdymo proceso dalis, kai rūpinamasi, kad būtų palaikomi žmogiški darbuotojų santykiai ir užtikrinta materialinė gerovė, siekiant, kad jie kuo efektyviau dirbtų.

Mokslinėje literatūroje valdymas apibrėžiamas kaip kryptingas poveikis sistemos struktūriniam elementams, valdymo sistema - sistema, kurioje realizuojamos organizacijos valdymo funkcijos. Valdymo sistemoje panašios, turinio požiūriu artimos organizacijos valdymo funkcijos sujungiamos į linijinio ir funkcinio valdymo posistemius. Taigi personalo valdymas tai praktinis darbas ir politika, kad vadovaujant verslui vadovas galėtų dirbti su žmonėmis susijusį darbą – priimti, apmokyti, įvertinti, atlyginti savo darbuotojams bei sudaryti jiems saugią ir teisingą darbo aplinką. Taip pat personalo valdymą galima suvokti kaip sistemą, kurios pagrindinis tikslas – užtikrinti efektyvų vadovų ir pavaldinių bendradarbiavimą, siekiant organizacijos tikslų.

Kad būtų aiškiau kaip skirtingai autoriai gali interpretuoti „Žmogiškuosius išteklius“ pateikiu lentelę, kurioje rasite skirtingų autorių žmogiškųjų išteklių sampratą (žr. 1 lentelę).

Žmogiškųjų išteklių sampratos analizė leidžia teigti, kad žmogiškieji ištekliai tai sudėtingas ir daugiaaspektis reiškinys. Apibendrinant, žmogiškieji ištekliai - tai darbuotojai, dirbantys viešajame sektoriuje, kurie turi atitikti specialius reikalavimus ir turėti kompetencijas, kad gebėtų tinkamai įgyvendinti organizacijos tikslus. O atlikus žmogiškųjų išteklių sąvokų apžvalgą galima patvirtinti, kad kol kas tikrai nėra vieningai suformuluotos žmogiškųjų išteklių sampratos. Iš to galime suprasti, kad žmogiškųjų išteklių teorijos problematika turi būti nagrinėjama skirtinguose analizės lygmenyse.

Žmogiškųjų išteklių valdymo veiklos

Žmogiškieji ištekliai vien turi atlikti tam tikras funkcijas, organizacijose atlikti atitinkamus vaidmenis. Daugelis autorių sutinka, kad žmogiškųjų išteklių funkcijos apima daugybę veiklų, kurios

reikšmingai įtakoja visas organizacijos sritis. Žmogiškųjų išteklių valdymo draugija (The Society for Human Resource Management (SHRM)) nustatė šešias svarbiausias žmogiškųjų išteklių valdymo funkcijas (Byars, Rue, 2006):

- žmogiškųjų išteklių planavimas, verbavimas ir atrinkimas.
- žmogiškųjų išteklių vystymas.
- atlyginimas ir išmokos.
- saugumas ir sveikata.
- darbuotojų ir darbo ryšys. įtraukia tarpininkavimą tarp organizacijos ir jos profsąjungų.
- žmogiškųjų išteklių tyrimai.

Taipogi, (Bakanauskienė, 2008), nagrinėdama žmogiškuosius išteklius išskyrė tokias funkcijas:

- aprūpinimas reikiama žmonių ištekliais;
- darbuotojų, turinčių netinkamų įgūdžių, perkėlimo ar atleidimo numatymas;
- naujų įgūdžių, reikalingų naujiems produktams ar įrenginiams, sukūrimas;
- darbuotojų kultūrinių vertybių, reikalingų verslo tikslams pasiekti, formavimas;
- atlygio už darbą valdymas;
- nuolatinis personalo tobulinimas;
- talentų valdymas;
- darbuotojų santykiai.

Tiek (Byars ir Rue, 2006), tiek ir (Bakanauskienės, 2008) išvardintos veiklos labiausiai susijusios su žmogiškųjų išteklių administracinėmis paslaugomis įmonėje. Tai apima personalo valdymą, jų poreikių tenkinimą, palengvina darbuotojų įsiliejimą į darbinę veiklą, žinoma įtraukia įdarbinimo ir atlyginimo klausimus, užtikrintina, kad būtų atsižvelgiama ir suteikiamos socialinės garantijos įmonėje, tačiau neužsimenama apie tai, kad žmogiškiesiems ištekliams galėtų būti priskirtos tos funkcijos, kurios būtų labiau susijusios su strateginiais organizacijos valdymo aspektais.

Taigi, šios pateiktos idėjos dar kartą patvirtina, jog žmonių ištekliai neturėtų būti atskirti nuo strateginio organizacijos valdymo, nes tik jų pagalba organizacija gali siekti gerų savo veiklos rezultatų. Tačiau tam, kad žmogiškieji ištekliai tikrai taptų sėkmingos veiklos garantu, reikia nustatyti tuos vaidmenis, kurie nulems jų dalyvavimo naudą pačiai įmonei.

Kaimo turizmo sodybų valdymo specifika

Kaimo turizmas buvo ir yra vienas iš perspektyviausių verslų nepalankiose ūkininkauti vietovėse, kuris tampa vis svarbesnis ne tik ekonominiam, socialiniam, bet ir kultūriniam šalies gyvenimui. Dėl šios priežasties vis didesnis dėmesys skiriamas kaimo turizmo sodybų paslaugų kokybei, nes vartotojai nori ir reikalauja ne tik lanksčių kainų sistemų, naujų pramogų bei paslaugų, bet ir kokybės aptarnavimui, kuris patenkintų jų lūkesčius. Tad kaimo turizmo savininkų, personalo turimos ir naujai įgytos žinios, tinkamas

ir efektyvus jų valdymas gali įtakoti teikiamų paslaugų kokybę, padėti tapti savo srities profesionalais, novatoriais.

Spartūs integraciniai procesai į Europos sąjungą, globalizacijos įtaka bei nuolat kintanti konkurencinė aplinka privertė žmones kaimo vietovėse ieškoti alternatyvių tradicinei žemdirbystei veiklų. Viena iš jų – kaimo turizmas, kuris tinkamas plėtoti Lietuvoje ir per pastaruosius metus buvo ypač sparčiai plėtojamas. Kaimo turizmas tai viena iš ūkinės veiklos diversifikavimo formų kaimo vietovėse, kuriai „vykdyti“ pastatytos naujos ir pritaikytos senos sodybos, čia ilsisi ne tik Lietuvos, bet ir keliaujantys užsienio piliečiai, kurių srautai ypač buvo išaugę po Lietuvos įstojimo į Europos sąjungą. Šis faktas ir vis auganti poilsio kaimo turizmo sodybose paklausa paskatino kaimo turizmo sodybų skaičiaus didėjimą, paslaugų kokybės augimą bei konkurenciją (Astromskienė, 2009; Gargasas, Ramanauskas, 2006; Žilinskas, Maksimenko, 2008; Vitkus, 2008; Scharpley, 2002).

Dažniausiai kaimo turizmas – šeimos verslas, tačiau yra nemažai ir tokių kaimo turizmo sodybų, kuriose dirba ne vien šeimos nariai, bet ir apmokytas, tam darbui paruoštas personalas. Kartu dirbdami ir nuolat bendraudami žmonės nuolat keičiasi žiniomis, pasidalina savo nuomone apie vieną ar kitą dalyką, teikia pasiūlymus, pavyzdžiui, kaip pritraukti naujų klientų, kaip tobulinti paslaugų kokybę ir pan. Kasdienis patyrimas ir dalijimasis žiniomis labai svarbus kiekvienam verslui, nes mažos smulkmenos, pastebėjimai galima įkvėpti dideliems darbams, pokyčiams, tad kiekvieno kaimo turizmo sodybos šeimininko pareiga ne tik įvertinti savo darbuotojų žinias, pasiūlymus, bet ir skatinti jų sklaidą. Kiekvienas individas turi skirtingo tipo žinias, skirtingai jas interpretuoja, savaip perteikia kitiems - taigi, individų, turinčių skirtingas žinias, sąveika sukuria naujas žinias (Knapeckienė, Gribniak, 2007).

Būtina pastebėti, jog įvairiose šalyse terminas „kaimo turizmas“ suprantamas ir apibrėžiamas skirtingai (žr. 2 lentelę).

2 lentelė. Žmogiškųjų išteklių įtraukimo į kaimo turizmo sodybų valdymą ištirimo lygis

(sudaryta remiantis įvairiais šaltiniais)

Autorius	Šalis	Ką autorius mano apie kaimo turizmo sodybas
Astromskienė, Sirusienė (2005); Sirusienė (2008)	Lietuva	„Tai poilsio paslaugų visuma kaimo vietovėje, neapsiribojanti viena sodyba ir jos gamtine aplinka, bet apimanti daugelį kaimo techninės ir socialinės infrastruktūros elementų; fizinių asmenų teikiama turizmo paslauga, kuria tenkinami sodybos svečių apgyvendinimo, maitinimo bei pramogų organizavimo poreikiai.“
Iždonaitė, Žalys, Žalienė, (2006)	Lenkija, Danija	„Tai platus pasirinkimas paslaugų ir įrengimų, būdingų kaimui ir ūkiui, skirtų turistų poilsio ir laisvalaikio reikiams patenkinimui. Visa tai atlieka kaimo žmonės“
Tikkanen, (2004)	Suomija	„Tai veikla kaime, kurios pagrindinis siūlomas produktas – kaimo aplinka. Kaimo turizmas – veiksmingas pajamų ir užimtumo šaltinis kaimo vietovėse, kur tradicinė agrarinė veikla “mažėja”.

Skirtingi autoriai skirtingai apibrėžia kaimo turizmo sampratą, vieni autoriai kaimo turizmą apibūdina kaip poilsio paslaugų visumą kaime, apimančią daugelį kaimo techninės ir socialinės infrastruktūros elementų, kiti pabrėžia, jog pagrindinis siūlomas produktas yra kaimo aplinka, ir tai yra veiksmingas pajamų šaltinis kaimo vietovėje, tretį – akcentuoja, kad tai alternatyviausią veiklą kaime, pridurdami, kad geras paslaugos kokybės ir kainos santykis yra kaimo turizmo produkto patrauklumo ir konkurencingumo veiksnys .

Tyrimo metodika ir organizavimas

Tyrimas yra skirtas nustatyti, kaip yra vertinami žmogiškieji išteklių šių dienų kaimo turizmo sodyboje, kaip žmogiškuosius išteklius vertina įmonės vadovas bei darbuotojai. Darbe remiamasi tiek (Byars ir Rue, 2006), tiek ir (Bakanauskienės, 2008) išvardintomis veiklomis, kurios labiausiai susijusios su žmogiškųjų išteklių valdymu įmonėje.

Tyrimo metodas. Duomenų surinkimui taikomas anketinės apklausos metodas. Šis metodas pasirinktas todėl, jog buvo siekiama respondentų nuomonės įvairovės, garantuojant jų anonimiškumą bei taupant laiką. Tyrime dalyvavo Raseinių rajono kaimo turizmo sodybos „Karpynė“(4gandrai) darbuotojai.

Tyrimo rezultatai

Tyrimu nustatyta, jog tirtose kaimo turizmo sodyboje „Karpynė“ darbuotojai bei vadovai nedalyvauja mokymuose, kvalifikacijos kėlimo kursuose, tačiau vadovai formuodami įmonės vidinę aplinką stengiasi atsižvelgti į darbuotojų poreikius.

3 lentelė. Respondentų atsakymai apie tai, kokie jų santykiai su tiesioginiu vadovu

Santykiai su tiesioginiu vadovu	Visiškai nesutinku (proc.)	Nesutinku (proc.)	Nežinau (proc.)	Sutinku (proc.)	Visiškai sutinku (proc.)
Jūs jaučiate vadovo dėmesį	0	11,6	55,1	24,1	9,2
Jūs jaučiatės gerbiamas vadovo	45,0	21,2	23,6	0	10,2
Jūs jaučiatės vertinamas savo vadovo	0	90,1	7,9	0	2,0
Vadovas domisi Jūsų darbo pasiekimais	0	0	41,2	58,8	0
Vadovas padeda Jums spręsti darbo metu iškilančias problemas	0	0	12,8	0	87,2
Vadovas su pavaldiniais bendrauja maloniai, kaip su lygiais	0	0	0	41,1	58,9
Vadovas skatina neformalų bendravimą	0	12,8	34,3	12,8	40,1
Vadovas stengiasi palaikyti gerus santykius kolektyvo viduje	0	0	0	10,2	89,8

Taip pat, buvo siekiama nustatyti kokie darbuotojų santykiai su tiesioginiu vadovu. Toliau 3 lentelėje pateikiu atsakymus.

Kaip matyti iš 3 lentelės pateiktų duomenų, šios įmonės vadovai labiausiai stengiasi palaikyti gerus santykius kolektyvo viduje - 89,8 proc. respondentų visiškai sutinka; padėti darbuotojams spręsti

darbo metu išskylančias problemas - 87,23 proc. visiškai sutinka bei vadovas maloniai bendrauja kaip su lygiais – 58,9 proc. respondentų visiškai sutinka.

Taipogi, tirtoje kaimo turizmo sodyboje nustatytas demokratinio valdymo stiliaus vyravimas. Šio stiliaus atstovai labiausiai linkę įtraukti žmogiškuosius išteklius į įmonės keliamus tikslus, priiminėdami sprendimus stengiasi konsultuotis su darbuotojais ir išklausti jų pasiūlymus. Tyrimo metu nustatyta, jog žmogiškųjų išteklių įsitraukimą į kaimo turizmo sodybą „Karpynė“ valdymą labiausiai lemia organizacijos valdymo stilius bei darbuotojų asmeninės savybės. Taip pat tyrimas parodė, jog žmogiškieji ištekliai kaip veiksnys, kuris gali nulemti kaimo turizmo sodybos efektyvumą.

Išvados

1. Literatūros analizė parodė, kad žmogiškieji ištekliai yra svarbus veiksnys, leidžiantis organizacijai sėkmingai konkuruoti rinkoje ir išsiskirti iš kitų. Žmogiškųjų išteklių svarba organizacijai neabejoja nei vienas nagrinėtas mokslininkas, todėl svarbu užtikrinti jų dalyvavimą organizacijos valdyje.
2. Atlikus mokslinės literatūros analizę išskirtos šios pagrindinės žmogiškųjų išteklių veiklos: Žmogiškųjų išteklių planavimas, verbavimas ir atrinkimas, žmogiškųjų išteklių vystymas, atlyginimas ir išmokos, saugumas ir sveikata, darbuotojų ir darbo ryšys, įtraukia tarpininkavimą tarp organizacijos ir jos profsąjungų, žmogiškųjų išteklių tyrimai.
3. Atlikus tyrimą nustatyta, jog tirtoje kaimo turizmo sodyboje „Karpynė“ darbuotojai bei vadovai nedalyvauja mokymuose, kvalifikacijos kėlimo kursuose, todėl silpniausia išvystyta žmogiškųjų išteklių veikla yra jų vystymas. Rekomenduojama kaimo turizmo sodyboje pirmiausiai stiprinti šią žmogiškųjų iteklių, nes tyrimas parodė, jog žmogiškieji ištekliai yra veiksnys, kuris gali nulemti kaimo turizmo sodybos plėtos galimybes.

Literatūros sąrašas

1. Astromskienė, A. (2009). Kaimo turizmo plėtos Lietuvoje pokyčiai. Vadybos mokslas ir studijos.
2. Bagdanavičius, J. (2009) Žmogiškasis kapitalas. Vilnius: Vilniaus pedagoginio universiteto leidykla. 152p. ISBN 9789955204251
3. Bakanauskienė I. (2008) Personalo valdymas :vadovėlis. Kaunas: Vytauto Didžiojo universitetas. 343 p. ISBN 9789955124313.
4. Bartkienė, Lina. (2009) Organizacijos veiklos efektyvumo didinimas taikant balso analizę: sisteminis požiūris. *Mokslas – Lietuvos ateitis*, Vilniaus Gedimino technikos universitetas, Nr. 5, ISSN 2029-2252.
5. Byars, Lloyd, Rue, Leslie W. (2006) Human resource management. 8th ed. Boston:McGraw-Hill/Irwin. 429 p. ISBN 0071115617.
6. Išoraitė, M. (2011). Žmogiškieji ištekliai- svarbiausias konkurencinio pranašumo šaltinis strategiškai valdant organizaciją. *Socialinių mokslų studijos*, 3(1).

-
7. Jančiauskas, E.E. (2006) Žmogiškųjų išteklių vadyba. Teorija ir metodologija: mokomoji knyga. Vilnius : VVAM. 95 p. ISBN 9955528133.
 8. Juknevičienė, V. (2008) Kintamas viešojo administravimo žmogiškųjų išteklių vaidmuo šiuolaikiniuose demokratijos vystymo procesuose. *Viešoji politika ir administravimas*, Kaunas: Technologija, Nr. 23, p. 78-87. ISSN 1648-2603.
 9. Jusevičius, Robertas. (1996). *Strateginis organizacijų vystymas*. Kaunas: Technologija
 10. *Kaimo turizmo sodybų statybų reglamentavimo tobulinimo studija, Regioninių tyrimų institutas*, (2012)
 11. Kasiulis, J., Barvydienė, V. (2004) *Vadovavimo psichologija*. Kaunas: Technologija. 327 p. ISBN 9955-09-078-2.
 12. Martišius, S.A., Vaičiūnas, G.P. (2001) Taikomoji statistika ekonomistams ir vadybininkams: teorija ir metodai. Šiauliai: Šiaulių universiteto leidykla. 244p. ISBN 9986382432.
 13. Merkys, G. (1995). Pedagoginio tyrimo metodologijos pradmenys. No. 4. OXFORD University. (2002) *Dictionary Of Business*. 3rd ed. New York: OXFORD University Press. 546 p. ISBN 0-19-860397-5.
 14. Palubinkas, G.T. (1997) *Strateginio planavimo procesas*. Kaunas: Technologija. 207 p. ISBN 9986-13-529-x.
 15. Robbins, Stephan P. (2003) Organizacinės elgsenos pagrindai. Vilnius: Poligrafija ir informatika. 374p. ISBN 9986850460.
 16. Sancharan, R. (2011). Competitiveness in service sector: a case of hotel industry in India. *Global business review*, 12(1) 51-69.
 17. Seilius, A. (1998) Organizacijų tobulinimo vadyba: monografija. Klaipėda: Klaipėdos universiteto I-kla. 274p. ISBN 9986505712.
 18. Sharpley R. (2002). Rural tourism and the challenge of tourism diversification: the case of Cyprus. *Tourism*
 19. Stersich, S. F. (2001). Leveraging Your Greatest Weapon // Marketing Management.
 20. Stoškus, S., Beržinskienė, D. (2005) Vadyba: vadovėlis. Kaunas: Technologija. 266p. ISBN 9955098600.
 21. Ulrich, D. (1998) A new mandate for human resources. *Harvard Business Review*, January/February, p. 124-134.
 22. Vasiliauskas, A. (2002) *Strateginis valdymas*. Vilnius: Enciklopedija. 384 p. ISBN 9986-433-28-2.
 23. Vitkus G., (2008), "Lietuvos įtaka ES Tarybos sprendimams", Lietuvos metinė strateginė apžvalga 2007, p. 91-120.
 24. Žitkus, L. (2005) Reasons for the Practice of Employees' Involvement in the Company's Management. *Engineering economic*

TURIZMO RIZIKOS KLASIFIKAVIMO YPATUMAI

Simanavičius A.¹, Žukauskienė J.²

Lietuvos sporto universitetas¹, Kauno technologijos universitetas²

Anotacija. Straipsnyje nagrinėjami turizmo rizikos klasifikavimo ypatumai. Straipsnyje parodoma, kad mokslinės analizės kontekste dažnai turizmo rizikos sutapatinimas tik su pavojais ir nuostoliais, yra ribotas. Straipsnyje siūloma turizmo riziką nagrinėti kaip reiškinių, kuris susijęs ne tik su

nesėkmės tikimybe, praradimu, sugadinimu, bet ir su sėkmės tikimybe, galimybę pasiekti teigiamą poveikį.

Įvairiuose mokslininkų darbuose, kurie identifikavo riziką turizmo industrijoje, siūloma klasifikuoti riziką į gamtinę, nusikalstamumo, sveikatos ir saugumo riziką, politinių veiksmų riziką, socialinę ir demografinę, technologinę ir ekonominę riziką.

Įvadas

Turizmas yra viena iš žymiausių šių laikų sėkmės istorijų. Ši pramonės šaka ženkliu augti pradėjo tik 1960 m., o per pastaruosius 50 metų turizmo pajamos ir išvykstančių žmonių mastai išaugo nepalyginamai. 1950 m. tarptautinių turistų atvykimų skaičius siekė 25 mln., 2000 m. – 698 mln., 2010 m. – 935 mln., o 2020 m. Pasaulio turizmo organizacija (toliau PTO) prognozuoja, kad tarptautinių turistų atvykimų skaičius viršys 1,5 mlrd. Goeldner C. R. (2005), Holden A. (2008), Sharpley R. (2002), Theobald W. F. (2003) Cooper ir kt. (2005) taip pat akcentuoja, kad šiai dienai turizmas yra viena iš didžiausių ir greičiausiai besivystančių pasaulio ekonomikos šakų. Todėl turizmo sektorius yra itin patrauklus naujo verslo pradėjimui ir plėtojimui dėl savo dinamiško augimo, naujų veiklų, naujų krypčių ir technologijos, naujų rinkų ir greitų pokyčių (Anholt, 2005; 2007; Holloway, Taylor, 2006, Williams, 2004; Sharpley, Telfer, 2002; Sinclair, Stabler, 1997; Theobald, 1998). Mokslininkai skirtingai suvokia riziką. Vieni mokslininkai (Raval & Fichadia, 2007) teigia, kad rizika gali būti vertinama kaip potencialių nuostolių ar žalos subjektas, kur subjektas gali būti asmuo, grupė, organizacija, sistema ar ištekliai, duomenų vagystė ar nesankcionuotas informacijos naudojimas. Kerzner (2001) teigia, kad rizika susidaro dėl žinių trūkumo apie ateities įvykius, ypač apie tuos įvykius, kurie daro neigiamą poveikį verslui, taip vadinami nepalankūs įvykiai. Kai kurių mokslininkų (Mowen & Minor, 1998) suvokiama rizika yra apibrėžiama kaip „vartotojo suvokimas apie neigiamų veiksmų veikimą ir tikimybės vertinimas, kad tie veiksmai įvyks“. Nors mokslininkai negali susitarti dėl universalios rizikos apibrėžimo, tačiau galima išskirti dvi rizikos koncepcijų kryptis. Vieni mokslininkai riziką sieja su neapibrėžtumu, tuo tarpu kiti neapibrėžtumą nuo rizikos kategoriškai atskiria, o pačią riziką sieja su įvykio tikimybe. Dauguma autorių (Lisauskas V., 1996, Martinkus B., 2005, Mayer T., 1995) riziką apibūdina kaip potencialių praradimų tikimybę. Tuo tarpu kiti mokslininkai (Campbell C.D., 1988, Kancerevyčius G., 2006) nurodo, kad rizika tai prarasta ar neišnaudota galimybė.

Mokslinė problema – turizmas laikomas viena greičiausiai augančių industrijos šakų kuriančių daug darbo vietų visame pasaulyje, tačiau kaip ir bet kokia industrijos šaka turizmas yra jautrus rizikai, kuri gali turėti pragaištinų pasekmių jei ji nėra veiksmingai valdoma. Todėl riziką reikia suvokti mokėti analizuoti.

Straipsnio tikslas – išanalizuoti turizmo rizikos klasifikavimą.

Siekiant šio tikslo iškelti **uždaviniai**:

-
1. Išanalizuoti rizikos sąvoką.
 2. Nustatyti pagrindinius turizmo rizikos veiksnius.
 3. Išnagrinėti turizmo rizikos klasifikavimo ypatumus.

Naudoti metodai. Mokslinės literatūros analizė.

Daugelio tyrimų duomenimis, terminas „rizika“, susijęs su potencialiai galimais nuostoliais įvairiose veiklos srityse (materialinių ir finansinių išteklių nuostoliai, prarastos pajamos ir nenumatytos papildomos išlaidos ir kt.). Kitaip tariant, pagrindinė prielaida nagrinėjant riziką bet kurioje ekonominėje sistemoje yra jos identifikavimas su kiekybiniu ar kaininiu pavojumi (rizika). Atsižvelgiant į tai, turizmo rizikos turinys apima visas turizmo rizikos grėsmes turizmo sektorių subjektų ir objektų atžvilgiu. Šios grėsmės liečia infrastruktūros objektus, turizmo industriją ir pačius turistus. Turizmo rizikos grėsmės gali labai daug reguliuoti turistų aktyvumo lygį. Kiekybine išraiška turizmo rizika yra apibrėžiama kaip galimas materialinių ir finansinių nuostolių dydis, atsirandantis turizmo įmonėms sąveikaujant su turistais. Tačiau nuostoliai ir rizika gali atsirasti tik pačiam turistui (atskirai nuo kitų veikėjų turizmo sektoriuje) ruošiantis kelionei, keliaujant ar po jos. Šia prasme, grėsmės pasireiškia kaip vartotojų rizika, tačiau jie visi tiesiogiai ar netiesiogiai susiję su turizmu. Pavyzdžiui, žemos kokybės prekių pirkimo rizika tampa turizmo rizika, jei ši prekė yra tikslinga turizmo prekė ir yra įtraukta į turizmo vartojimą.

Mokslinės analizės kontekste turizmo rizikos sutapatinimas tik su pavojais ir nuostoliais, yra ribotas. Turizmo riziką galima nagrinėti kaip reiškinį, kuris susijęs ne tik su nesėkmės tikimybe, praradimu, sugadinimu, bet ir su sėkmės tikimybe, galimybę pasiekti teigiamą poveikį. Kitaip tariant, rizika, kai kuriais atvejais, gali būti palankus veiksnys plėtojant turizmą. Ji gali būti išreikšta dviem būdais. Pirma, padidėjusią riziką, gali pasinaudoti turizmo įmonės padidindamos savo pelną. Dabartinėmis sąlygomis tokia turizmo forma, kaip ekstremalių nuotykių turizmas, populiarėja. Nežiūrint į individualumą, sudėtingumą, tokie turai atneša didelę naudą organizatoriams. Kitu atveju, turizmo bendrovės gali veikti kaip rizikos kapitalo rinkos dalyvis.

Mokslininkai, tyrinėdami turizmo vartotojų elgseną (Assael, 1995; Engel, Blackwell&Miniard, 1995; Mowen&Minor, 1998; Schiffman&Kanuk, 1991, Fuchs G. Reichel A. 2008) daro prielaidą, kad vartotojai pirkdami turizmo paslaugą suvokia riziką ir imasi priemonių ją sumažinti. Suvokiama rizika yra apibrėžiama kaip vartotojo bendras suvokimas negatyvumo veiksmų grindžiamų įvertinus galimus neigiamus rezultatus ir tikimybę, kad šie rezultatai įvyks. Mokslininkai nurodo, kad turizmo produktai yra ypač veikiami tokių veiksnių, kaip blogas oras, nedraugiški miesto gyventojai, oro uosto personalo streiko galimybės, neprisitaikymas prie vietinio maisto, terorizmas, nusikalstamumas, politiniai neramumai, ligos, ir stichinės nelaimės. Šie veiksniai didina suvokiamos turizmo rizikos lygį.

Todėl mokslininkai sutinka, kad jei rizika nėra kontroliuojama ir valdoma, pramonės ir darbo vietų kūrimo plėtra nebus pasiekta. Tai rodo įvairių mokslininkų (Shaw, 2010) darbai, kurie identifikavo

riziką turizmo industrijoje. Jis siūlo klasifikuoti riziką į gamtinę, nusikalstamumo, sveikatos ir saugumo riziką, politinių veiksnių riziką, socialinę ir demografinę, technologinę ir ekonominę riziką.

1 lentelė. Turizmo veiklos rizikų grupės

Rizikos kategorija	Pavyzdžiai
Gamtinė	Stichinės nelaimės (potvyniai ir pan.);
	Oro ir klimato sąlygos
	Klimato kaita
	Aplinkos veiksniai
Nusikalstamumas	Sukčiavimas
	Užgrobimas
	Terorizmo aktai
Sveikatos ir saugumo	Infekcinės ligos
Politinių veiksnių	Karas
	Politisinis nestabilumas
	Streikai
Ekonominė	Finansavimo trūkumai
	Valiutos keitimo kursai
	Kylančios naftos ir degalų kainos
	Ekonominis nuosmukis (vietinis ir visame pasaulyje)
	Finansinės krizės
	Transportas
	Transporto plėtra
Technologinė	Informacinės technologijos (IT)
	Rezervavimo sistemos
	Kompiuterinės programos
Socialinė-demografinė	Amžius ir lytis
	Šeimyninis gyvenimas
	Naujos/senos rinkos
	Nauji maršrutai

(Šaltinis: Shaw G.K. (2010). Rizikos valdymo modelis turizmo pramonėje.)

Kitų mokslininkų ankstesni tyrimai nustatė tik keturis pagrindinius rizikos veiksnius: terorizmas (Sonmez, Apostolopoulos ir Tarlow 1999; Aziz 1995; Bar-On 1996; Leslie 1999; Richter ir Waugh 1986; Enders, Sandler ir Parise 1992; Sonmez ir Graefe 1998a, 1998b; Sonmez 1998); karas ir politinis nestabilumas (Gartner ir Shen 1992; Hollier 1991; Ioannides ir Apostolopoulos 1999; Mansfeld 1996, 1999; Richter 1992, 1999; Seddighi, Nuttall ir Theocharous 2000; Teye 1986; Wall 1996); sveikatos problemos (Carter 1998; Cossens ir Gin 1994; Lawton ir Page 1997); ir nusikaltimai (Brunt, Mawby ir Hambly 2000; Dimanche ir Leptic 1999; Ellis 1995; Garcia ir Nicholls 1995; Hall, Selwood ir McKewon 1995; Moore ir Berno 1995; Pizam, Tarlow ir Bloom 1997; Pizam 1999).

Roehl ir Fesenmaier (1992) buvo vieni pirmųjų mokslininkų, kurie pradėjo nagrinėti turizmo riziką. Jie paklausė savo respondentų apie atostogų rizikos tipus ir kokią riziką respondentai patyrė paskutinių atostogų metu. Kaip rizikos tipus jie įvardino įrengimų riziką (tikimybė, kad vykstant į kelionę įvyks mechaninis gedimas), finansinę, fizinę, psichologinę, socialinę, pasitenkinimo ir laiko riziką. Panaudodami veiksnių analizę mokslininkai identifikavo tris pagrindines rizikas: fizinės įrangos, atostogų rizika ir maršruto rizika. Nors Roehl ir Fesenmaier (1992) sukurtas tyrimo instrumentarijus apima gausius

rizikos parametrus, kiekvienas parametras yra išmatuotas tiktai vienu klausimu, kuris dažnai apima daugiau kaip vieną sąvoką. Pavyzdžiui, įrangos rizika, apibrėžta kaip “mechaninės įrangos ar organizacinių problemų rizika atostogų metu,” turi savyje dvi tariaimai atskiros svarstomos problemos: mechaniniai gedimai ir organizacinės problemos. Jų tyrimas apėmė du pagrindinius rizikos tipus: fizinės rizikos, kuri parodo galimybę patirti traumas ir ligas, t.y. poveikį asmens sveikatai ir taip pat įrangos riziką, kuri reiškia riziką, kylanti nuo įrangos veikimo sutrikimų, tokių kaip nepakankami telekomunikacijų įrenginiai, nesaugios transporto priemonės.

Tačiau, mokslininkai išnagrinėjo tik dvi dimensijas ir neapėmė anksčiau minėtų Roehl and Fesenmeir (1992) tyrimų. Mitchell ir Vassos (1997) orientavosi į rizikos suvokimą atostogų kelionės paketo pirkimo metu. Mokslinių tyrimų metu buvo nustatyti 43 rizikos pavyzdžiai. Maser ir Weiermair (1998) tyrė riziką įvairiausiais aspektais, pasitelkdami empirinę analizę. Savo mokslinių tyrimų, prisiimtų rizikos rūšių, susijusių su kelionėmis susijusių ligų, nusikalstamumo, stichinių nelaimių, nelaimingų atsitikimų, higienos, pavojus, kylančius iš įvairių priemonių, transportavimo, kultūra / kalbos barjerų, ir netikrumo paskirties konkrečių reglamentų ir įstatymų. Jų tyrinėjime, rizikos rūšys buvo susijusios su ligomis kelionių metu, nusikaltimu, stichinėmis nelaimėmis, nelaimingais atsitikimais, higiena, pavojais, kylančiais dėl transportavimo, kultūros/kalbos barjerų, maršruto specifinių reguliavimų ir teisinio reguliavimo. Sönmez ir Graefe (1998b) išnagrinėjo rizikos rūšis, susijusias su tarptautinėmis kelionėmis ir bendrą saugos lygį.

Santykiai tarp turizmo ir terorizmo įgavo tarptautinį atgarsį 1972 metu Miuncheno olimpinėse žaidynėse, kada per Palestinos išpuolį Izraelio sportininkų atžvilgiu vienuolika žmonių žuvo ir tai buvo parodyta per pasaulio televiziją beveik 800 milijonų žiūrovų auditorijai (Sonmez ir Graefe 1998a). Nuo tada, tarptautiniai turistai puikiai suvokia ryšį. Vienas iš labiausiai liūdnų teroro aktų prieš turistus Egipte kilo 1997 m., kada buvo nužudyta 71 turistų netoli Luksoro. Iš tiesų, turistai dažnai būna teroristinių organizacijų specialūs taikiniai. Egipte, kaip aiškina Aziz (1995), turizmas reprezentuoja kapitalizmą ir pastebima, kad turistų atakas žymi vakarietišku vertybių ideologinės opozicijos.

Kitose pasaulio srityse, kur turizmas yra remiamas valstybės, ataka prieš turistus gali simbolizuoti veiksmus prieš vyriausybę (Richter and Waugh, 1986; Sonmez, 1998). 2001 rugsėjo 11 d. teroristinis išpuolis Jungtinėse Valstijose 6,8% sumažino užsienio turistų, norinčių aplankyti Šiaurės Ameriką, srautus. Kaip terorizmo ir politinio nestabilumo bei karo pavyzdį galima nurodyti ir paskirties vietą, pvz. kai Tiananmenio aikštėje Kinijoje kilo konflikto, apie 11.500 turistų 1989 metais atšaukė savo vizitus į Pekiną (Gartner ir Shen 1992). 1990 m. Persijos įlankos karas sukėlė masinį turistų perorientavimą nuo Artimųjų Rytų (Hollier 1991 m.). Karas ir politiniai nestabilumai taip pat gali paveikti kaimynines šalis, kurios tiesiogiai nedalyvauja konflikte. Pavyzdžiui, Zambijos klestinti turizmo pramonė buvo visiškai

izoliuota po JAV Valstybės departamento paskelbto komunikato dėl Zimbabvės, t.y. Zambijos kaimynės (Teye 1986).

Tačiau apskritai Europa yra vertinama kaip pakankamai saugi su sveikata susijusiais pavojais. Mokslininkai Cossens ir Gin (1994) nustatė, kad sveikatos rizika dėl maisto ir vandens kokybės suvokiama didesnė Afrikoje ir Azijoje nei Europoje bei Australijoje. Įprasta manyti, tarp turistų, kad jie yra nusikaltėlių lengvi taikiniai. Kai kurios šio reiškinių priežastys gali būti, kad turistai paprastai turi dideles pinigų sumas; jie dažnai įsitraukia į rizikingą elgesį (dažnai būna naktiniuose klubuose, vartoja alkoholį, eina į keistas vietas, ir pan.); jie nežino vietinės kalbos, ženklų, trūksta vietinių pagalbos (Pizam, Tarlow and Bloom 1997).

Rusų mokslininkai (Биржаков, 2007, Косолапов, 2009, Овчаров, 2009, Ситникова, 2005) teigia, kad turizmo rizika apima visas galimas turizmo sektoriaus subjektų ir objektų grėsmes. Šios grėsmės nukreiptos į infrastruktūrą, turizmo įmones ir pačius turistus, ir gali labai pakoreguoti turizmo veiklos lygį. Turizmo rizika kiekybiniame lygmenyje yra apibrėžiama kaip materialinių ir finansinių nuostolių visuma, atsiradusi turizmo įmonėse ir jų santykiuose su turistais. Jų nuomone, pagrindiniai turizmo rizikos ypatumai - yra kompleksiskumas ir multiplikatyvumas (daugiklis). Jie yra susiję su nenumatytais atvejais turizmo pramonėje, kas dėl multiplikatoriaus veikimo padidina teigiamą poveikį turizmui, dėl veiksmų mechanizmo daugiklis. Tačiau, kita multiplikatoriaus pusė rodo, kad kiekviena šaka turi savo rizikos specifiką ir, todėl papildomai įtakoja turizmo rizikos lygį.

Turizmo rizika plačiąja prasme, rusų mokslininkų nuomone, gali būti laikomas reiškinys, susijęs ne tik su nesėkmės tikimybe, praradimo, sugadinimo, bet ir su sėkmės galimybe gauti kokių nors teigiamų rezultatų. Kitaip tariant, rizikos situacija gali tapti palankiu rizikos veiksmu plėtojant turizmą. Šis požiūris gali būti plėtojamas nustatant rizikos sudedamąsias dalis. Turizmo rizikos sudedamąsias dalis sudaro keturi rizikos elementai: nuostoliai dėl nepageidaujamų reiškinių, nepageidaujamų reiškinių tikimybė, rezultatų neapibrėžtumas, gebėjimas generuoti pajamas nuo rizikingų situacijų.

Mokslininkai įvairiapusiškai vertina turizmo riziką. Pagal vartotojų elgseną mokslininkai (Assael, 1995; Engel, Blackwell&Miniard, 1995; Mowen&Minor, 1998; Schiffman&Kanuk, 1991), nurodo, kad vartotojų suvokiama rizika gali būti kelių rūšių: fizinė (fizinė žala vartotojui dėl produkto funkcionavimo), finansinė (rizika, kad pinigai, kurie investuojami į produktą, bus prarasti), veiklos (produktas neveiks kaip tikimasi), socialinė (pirkinys neatitiks atrinktos grupės standarto), psichologinė (produktas nebus suderintas su vartotojų įvaizdžiu), laiko (produkto vartojimas bus pernelyg ilgas ir vartotojas turės pasirinkti ką praleisti). Mokslininkų nuomone, kai tik vartotojas patyria tam tikrą rizikos laipsnį, vartotojo elgsenys keičiasi nuo pirkimo atidėjimo iki sprendimo sumažinti rizikos laipsnį iki minimumo (Assael, 1995; Mowen & Minor, 1998; Roselius, 1971; Schiffman & Kanuk, 1991). Pavyzdžiui, plėtojant lojalumą prekės ženklui, ieškant informacijos, perkant populiarių prekės ženklą, ir

perkant brangius ar nebrangius prekės ženklus. Šitos strategijos gali padidinti pasitikėjimą pirkimo rezultatais ir nesėkmės atveju sumažinti rizikos poveikį. Reikėtų pažymėti, kad suprasta rizika daro įtaką vartotojui, net jei, iš tikrųjų, tai neegzistuoja iš tikrųjų. Priešingai, nepastebėta rizika nepaveiks vartotojo elgesio, net jei tai bus tikra ir apčiuopiama.

Rizikos vieta visuomenėje nurodo Beck (1992). Jo nuomone riziką labai svarbu yra įvertinti turizmo praktikoje. Kaip teigia Giddens (1991) šiuolaikinėje, modernioje visuomenėje rizikos veiksnys tampa vis svarbesniu. Tai ne reiškia pasakyti, kad daugelyje gyvenimo sričių rizika yra vis didesnė, ypač išsivysčiusiose pasaulio šalyse, rizika palaipsniui sumažėja laikui bėgant. Yra požiūris, kad į rizikos sąvoka įeina beveik viskas ką darome (Giddens, 1991).

Yra labai paplitusi prielaida, kad organizuojant laisvalaikio užsiėmimus yra priimama riziką, nes niekas netiki, kad visos rekreacinės veiklos gali būti padarytos be rizikos. Iš tiesų, daugelio rūšių poilsio, pramogų rizikos laipsnis yra akivaizdžiai didesnis, ir žmonės yra pasirengę priimti kur kas aukštesnio lygio riziką, nei jie būtų darbe, arba kaip pramonės objekto operacijos rezultatas (Plog, 1991). Šis apibrėžimas rodo, kad rizika gali būti vaizduojama kaip tam tikrų veiklų pritraukimas, ko pasekoje atsiranda laisvalaikio pramogų turizmas (Csikszentmihalyi, 1975).

Mokslinės diskusijos kontekste turizmo rizikos sutapatinimas tik su pavojais ir nuostoliais yra ribotas. Mokslinės literatūros analizė leidžia patikslinti turizmo rizikos supratimą. Turizmo riziką galima tyrinėti kaip reiškinį, susijusi ne tik su nesėkmės, praradimo, sugadinimo, tikimybe, bet ir kaip sėkmės galimybę gauti kokius tai teigiamus rezultatus. Kitaip tariant, rizikos situacija, kai kuriais atvejais gali būti palankus veiksnys plėtojant turizmą.

Seddighi, Nuttall ir Theocharous (2001) įrodė, kad rizikos, susijusios su tarptautiniu turizmu, suvokimas skiriasi priklausomai nuo tautybės. Jie nustatė, kad rizikos suvokimo lygis skiriasi vertinant šešių Vakarų Europos valstybių kelionės. Ši mokslininkų diskusija rodo, kad, siekiant geriau įvertinti rizikos suvokimą tarp tarptautinių turistų, būtina įvertinti turistų patirtį, amžių, lytį, pilietybę.

Tarptautinė turizmo rizikos veiksnių klasifikacija (PPO, 2012) turistų saugumo atžvilgiu, siekiant užtikrinti turistų saugumą apima keturias pagrindines sritis:

- socialinė aplinka už turizmo sektoriaus ribų.
- turizmo sektorius ir jo infrastruktūra.
- asmeniniai turistų rizikos veiksniai.
- gamtos ir aplinkos rizika.

Mokslininkų nuomone turizmo rizika gali būti išreiškiama dviem būdais. Pirmas būdas, kai padidėjusią riziką turizmo įmonės naudoja pelno maksimizavimui. Tada galima teigti, kad populiarėja tokios turizmo formos, kaip nuotykių ir ekstremalus turizmas. Nepaisant savo individualumo, sudėtingumo šios turizmo formos atneša didelį pelną turizmo įmonėms. Kitu atveju, turizmo bendrovė

gali veikti, kaip rizikos kapitalo rinkos dalyvis. Tradicinės rizikos kapitalo finansavimo kryptys yra susijusios su aukštosiomis gamybos technologijomis kurios leidžia išvesti į rinką mokslui imlią produkciją. Tačiau pagrindinis rizikos kapitalo fondų uždavinys - padidinti tos įmonės, kuri sugebėjo įgyvendinti naujovišką idėją kapitalizacija, ir taip užtikrinti sau didelį rinkos pranašumą lyginant su potencialiais konkurentais. Turizmo sektorius gali būti išsiversti be rizikos kapitalo fondų pagalbos. Kapitalo pritraukimas be specializuotų rizikos kapitalo įmonių gali būti vykdomas tradiciniais būdais, t.y. per kreditavimą. Šiuo atveju pagrindinis rizikos kapitalo veiksnys išlieka nepakitęs. Jis yra novatoriškas ir aukštai koreliuoja tarp potencialaus pelno ir rizikos. Todėl, bet kuri turizmo įmonė, ar tai kelionių agentūra, viešbutis, vežėjas, teikiantis rinkai naują paslaugą, gali būti rizikos kapitalo finansavimo objektu. Ne išimtis yra padėtis, kada pati turizmo įmonė veikia kaip investuotojas realizuojant projektus su padidėjusia rizika. Iš kitos pusės, rizikos situacijų panaudojimas yra susijęs su sąmoningu atskirų turistinių maršrutų ir turizmo rūšių pasirinkimu, kurie yra pavojingi gyvybei, sveikatai, finansinei gerovei. Dažniausiai tai yra sporto, alpinizmo ir slidinėjimo kelionės, taip kelionės į regionus, susijusius su kariniais, visuomeniniais ir religiniais konfliktais. Rizika čia yra apspręsta ne ekonominių veiksmų, o asmenų socialinėmis ir psichologinėmis nuostatomis ir požiūriais. Kitaip tariant, kartu su „protinga“ rizika egzistuoja ir „nesavanaudiška“ rizika, t.y. rizika dėl rizikos. Ekstremalus turizmas šiuo atveju yra rizikos pasireiškimo forma, tam tikru būdu savęs realizavimas.

Daugelis ekonominių rizikos tyrimų rodo, kad rizika šiandien yra svarbi sąlyga gaunant pajamas. Rizika yra neatsiejama ekonominių procesų dalis, egzistuojanti nepriklausomai nuo egzistavimo suvokimo. Rizikos analizės atsisakymas makrolygyje ar jos ignoravimas geriausiu atveju sumažina bet kokio verslo subjekto pelningumą, o blogiausiu – priveda prie jo nemokumo.

Rizika veikia kaip verslo suvaržymas, verslininko dėmesį sutelkiant į veiksmus, kurie užtikrintu maksimalų galimybių išnaudojimą. Jei įmonė savo veikloje vadovaujasi pagrindiniu principu - išvengti rizikos, ji galų gale baigs tuo, kad turės prisiimti didžiausią ir mažiausiai efektyvią iš visų galimų rizikų: riziką nieko nedaryti. Šis apibūdinimas visiškai gali būti taikomas turizmo verslui. Bet kurios turizmo įmonės veikla apima naujų partnerių bei investuotojų paiešką, prieigą prie naujų rinkų, naujoviškų turų ir maršrutų plėtrą. Visa tai lemia didesnę atskirų rizikų lygį.

Damulienė A. (2011) nurodo, kad pasaulio globalizacijos ir integracijos procesai ir iš to išplaukiančios pasekmės neaplenkia ir turizmo industrijos. XXI a. ji vis dažniau susiduria ir susidurs su problemomis, kurios įtakoja ne vien tik verslininkų sprendimus tam tikros nacionalinės valstybės ribose, bet ir keičia šių šalių vyriausybių darbotvarkes. Todėl prie rizikingų pasekmių Damulienė A. priskiria:

- Žemės klimato pokyčiai. Pasaulyje stebima audrų, potvynių, žemės drebėjimų, ugnikalnių išsiveržimų ir kitų negandų didėjimo tendencija. Daugelis ekspertų mano, kad, jeigu artimiausiu metu nebus imamasi toli siekiančių priemonių, pasaulio žemės klimato

pokyčiai ir jų įtaka orui ir gamtai sukels rimtą pavojų. Turizmas yra viena iš ekonomikos sektorių, kurį ypač veikia klimato pokyčiai ir stichinės nelaimės. Mokslininkams pateikiant vis daugiau įrodymų apie artėjantį globalinį atšilimą bei ozono sluoksnio mažėjimą, gali iš esmės pasikeisti turistų traukos centrai.

- Terorizmas ir smurtas. Rugsėjo 11 įvykiai JAV, įvykiai Rusijoje (Maskvoje ir Beslane), Breivikio žudynės Norvegijoje ir kt. pakeitė ne vien galingiausių pasaulio valstybių krašto apsaugos doktrinas, bet ir turizmo verslą. Teroristų veiksmai sėja baimę. Todėl vis daugiau turistų renkasi šalis su mažesne teroro atvejų rizika. Be to, vis daugiau žmonių renkasi kelionę autobusu, mašina ar net dviračiu, vietoj skrydžio lėktuvu.
- Globalinės ligos. Daugėjant tarptautinių kelionių šalyse su skirtingu klimatu ir skirtingais higienos reikalavimais, didėja rizika užsikrėsti įvairiomis ligomis. Daugelyje vadinamųjų besivystančių dažnai turistų lankomų šalių, 50% bendro mirtingumo atvejų sukelia infekcinės ligos.

Kuo didesnis žmonių mobilumas (pavyzdžiui, turistinių kelionių metu), tuo greičiau gali išplisti virusas visame pasaulyje. SARS, AIDS, naujos kartos gripo virusas H1N1 ir kitos epidemijos skatina ne vien naujos „sveikatos apsaugos paradigmos“ klostymąsi, bet realiai veikia ir visą turizmo industriją.

Todėl Damulienė A. konstatuoja, kad tokie globalūs iššūkiai įtakoja daugelio valstybių, jų tarpe ir Lietuvos turizmo sektorių: regionuose, kuriuose kyla terorizmo ar globalinių ligų grėsmė, ženkliai sumažėja turistų srautai ir net gali sustoti turizmo infrastruktūros plėtra. Ir priešingai, didėja turistų pasiūla saugesnėse, turizmui palankesnėse, patrauklesnėse valstybėse. Tokiu būdu gali pasikeisti turistų traukos centrai. Turistų traukos centrai gali persistumti ir dėl klimato pokyčių.

Pasaulio turizmo organizacijos ekspertų nuomone (UNWTO, 2003) atvykstamojo turizmo rizika gali kilti keturiose srityse. Tai: 1. Žmogaus ir aplinkos sąveika ne turizmo sektoriuje; 2. Turizmo sektorius ir su juo susijusios prekybos sektoriai; 3. Individualus keliautojas (asmens rizika); 4. Fizinė arba aplinkos rizika (gamtinė, klimatinė, epidemijos).

Žmogaus ir aplinkos sąveikoje egzistuoja rizika, kai turistai tampa aukomis: • nusikalstamumas (vagystės, kišenvagystės, užpuolimas, sukčiavimas, apgaulė); • chaotiškas ir tikslinis smurtas (pavyzdžiui, išprievartavimas, priekabiavimas); • organizuotas nusikalstamumas (turto prievartavimas, prekyba žmonėmis, prievartą); • terorizmas ir neteisėtas kišimasis (išpuoliai prieš valstybės institucijas ir valstybės gyvybinius interesus), užgrobimas ir įkaitų ėmimas; • karai, socialiniai konfliktai, politiniai ir religiniai neramumai; • viešosios ir institucinės apsaugos paslaugų trūkumas.

Per įvairias operacijas turizmo sektoriuje ir susijusiuose su turizmu, pavyzdžiui, transporto, sporto ir mažmeninės prekybos sektoriuose, gali kilti pavojus lankytojų srautams, jų saugumui ir ekonominiams interesams. Šiuo atveju rizika gali kilti dėl: • netinkamo objektų saugos (gaisro, statybos klaidos, trūksta

antiseisminės apsaugos); • prastų sanitarinių sąlygų ir nepagarbos aplinkai; • apsaugos nuo neteisėto įsikišimo, nusikalstamumo ir turizmo infrastruktūros nebuvimo; • sukčiavimo sudarant komercinius sandorius; • sutarčių nesilaikymo; • darbuotojų streikų.

Individualūs keliautojai, Pasaulio turizmo organizacijos ekspertų nuomone, gali kelti pavojų saugai ir saugumui dėl: • pavojingų sporto pratimų ir laisvalaikio veiklos, pavojingo vairavimo; • sergančių žmonių kelionių; • konfliktų su vietos gyventojais sukėlimo, dėl netinkamo elgesio vietos bendruomenių arba vietinių įstatymų pažeidimo; • neteisėtos ar nusikalstamos veiklos (pvz., narkotikų prekyba); • pavojingų vietų lankymo; • asmeninių daiktų, dokumentų, pinigų praradimo dėl neatsargumo.

Galiausiai, fizinė arba žala aplinkai gali atsirasti, jei keliautojai: • nežino floros ir faunos fizinių savybių; • nepasirengę mediciniškai kelionėms (skiepai, profilaktika); • vartojant maistą nesiima būtinų atsargumo ar higienos priemonių.

Kaip nurodo Page & Meyer, (1997); Wilks, (2003) fizinė ir aplinkos rizika daugiausia susijusi su asmenine rizika, bet nėra sukelta tyčia, t.y. kylanti dėl keliautojų nežinojimo ar galimos rizikos atsiradimo dėl rezultatų ignoravimo. Iš tiesų, dabar formuojasi išvada, kad užjūrio lankytojai labiausiai galėtų būti pažeidžiami nepažįstamoje aplinkoje ir dėl dalyvavimo nepažįstamoje veikloje.

Ruževičius J. (2008) nurodo, kad reikėtų išskirti ir turizmo poveikis gyvūnams, nes poilsiavietės dažniausiai įkuriamos tose vietose, kurios pasižymi ypatingai patraukia gamta – pajūrio regionuose, greta saugomų unikalių teritorijų. Intensyvus ir išpopuliarintas turizmas – grėsmė jautrioms ekosistemoms, jis gali būti viena iš augalų, gyvūnų ar mikroorganizmų išnykimo priežasčių.

Kitų ekspertų nuomone (PATA, 2003) turizmo riziką tikslinga nagrinėti gamtos ir žmonių sukeltų įvykių aspektais. Tyrimai rodo, kad toks požiūris yra priimtinas ir jis yra labai savalaikis, nes daugelis gamtos reiškinių dažnai pasitaiko didelio masto, ir gali greitai peraugti iš krizės į katastrofą. Azijos Ramiojo vandenyno regiono kelionių asociacijos mokslininkai pateikia įvairius palyginimus kodėl reikia turizmo riziką nagrinėti gamtos ir žmonių aspektais (žr. 2 lentelę).

2 lentelė. Turizmo rizika pagal sukėlimo pobūdį

Gamtos sukelti reiškiniai	Lavina	Žemės drebėjimas	Gaisras
	Potvynis	Uraganas	Purvo nuošliaužas
	Epidemija	Audra	
Žmogaus sukelti įvykiai	Terorizmo aktai	Ugnis	Asmeninis priekabiavimas
	Nuotykių sportas	Užgrobimas	Politiniai veiksmai
	Aviakatastrofa	Pramoniniai veiksmai	Riaušės
	Užpuolimas	Žmonių grobimas	Paviršinio transporto avarijos
	Gaisras pastate/griūtis	Žmogžudystė	Karas
	Civiliniai/politiniai neramumai	Įkaitų paėmimas	
Kruizinio laivo / kelto katastrofa	Mechaniniai/sisteminiai gedimai		

(Šaltinis: PATA, 2003)

Mokslininkai (Wilks, Jeff ir Stewart Moore, 2003) turizmo riziką siūlo nagrinėti galimus sukrėtimus suskirstant į tiesioginius ar netiesioginius įvykius su trumpos, vidutinės ar ilgalaikės trukmės pasekmėmis pavieniams asmenims, bendruomenėms, regionams ir šalims. Šis požiūris yra taikomas Australijoje. Mokslininkai nurodo, kad tam tikra rizika gali atsirasti ar gali būti padidinta kitų susijusių asmenų, pvz. viešosios atsakomybės draudimas, kaip rugsėjo 11-osios teroristinių išpuolių rezultatas. Tačiau jų nuomone, bendras veiksnys skirstant į kategorijas yra tai, kad turizmo riziką turi tiesioginį arba netiesioginį poveikį pramonei. Mokslininkų nuomone apibūdinant galimą riziką turizmo pramonei, svarbu praktiškai parodyti skirtumą tarp rizikos, krizių ir nelaimių valdymo. Rizika, pagal Wilks yra tikimybė, kad kažkas, kas vyksta turės įtakos mūsų tikslams. Visos rizikos turi tendenciją tapti nevaldomomis ir nekontroliuojamos gali tapti krize, bet jeigu turizmo riziką nagrinėti pagal tam tikrą sistemą, tai krizę galima sustabdyti (žr. 1 pav.).

Rizika-----►-----Krizė-----►-----Katastrofa

1 pav. Įvykių tikimybė (Šaltinis: Wilks, Jeff and Stewart Moore. Tourism risk management for the Asia Pacific region : an authoritative guide for the managing crises and disasters. 2003).

Azijos Ramiojo vandenyno regiono kelionių asociacijos ir Pasaulio turizmo organizacijos ekspertai pripažįsta, kad neįmanoma parengti išsamų visų rizikų sąrašo, kurios gali peraugti į krizes, bet yra įmanoma nustatyti rizikos sritis, kurios labiausiai gali kelti pavojų. Iš tiesų, daugelis tradicinių rizikų klasifikavimo sistemų buvo ginčytinos ir todėl mokslininkai bei ekspertai patarė naudoti rizikos valdymo modelį (žr.1.4 pav.) sukurtą Australijoje (Wilks, 2003).

Išvados

1. Mokslininkai skirtingai suvokia riziką. Vieni mokslininkai teigia, kad rizika gali būti vertinama kaip potencialių nuostolių ar žalos subjektas, kiti mokslininkai teigia, kad rizika susidaro dėl žinių trūkumo apie ateities įvykius, ypač apie tuos įvykius, kurie daro neigiamą poveikį verslui, taip vadinami nepalankūs įvykiai, dar kitų mokslininkų nuomone suvokiama rizika yra apibrėžiama kaip „vartotojo suvokimas apie neigiamų veiksmų veikimą ir tikimybės vertinimas, kad tie veiksmai įvyks“.
2. Apibendrinus mokslininkų darbus, galima teigti kad yra išskiriami šie pagrindiniai turizmo rizikos veiksniai: terorizmas, karas ir politinis nestabilumas, sveikatos problemos ir nusikaltimai.
3. Įvairiuose mokslininkų darbuose, kurie identifikavo riziką turizmo industrijoje, siūloma klasifikuoti riziką į gamtinę, nusikalstamumo, sveikatos ir saugumo riziką, politinių veiksmų riziką, socialinę ir demografinę, technologinę ir ekonominę riziką.

Literatūros sąrašas

1. Anholt, S. (2005) *Three interlinking concepts: Intellectual Property, Nation Branding and Economic Development*. WIPO International Seminar on Intellectual Property and Development, Geneva, May 2-3, 2005. <žiūrėta 2011 m. sausio 22 d.>. Prieiga per internetą: <http://www.wipo.int/edocs/mdocs/mdocs/en/isipd_05/isipd_05_www_103990.pdf>.
2. Anholt, S. (2007) *Brand Africa: What is competitive identity*. <žiūrėta 2011 m. sausio 22 d.>. Prieiga per internetą: <www.brandscapeafrica.org/index.php/resources/doc.../63-brand-africa.html>.
3. Brunt, P.; Mawby, R.; Hambly, Z. Tourist Victimization and the Fear of Crime on Holiday. *Tourism Management*, 2000, vol. 21, p. 417–424.
4. Campbell, C.D.; Campbell, R.G.; Dolan, E.G. *Money, banking and monetary policy*. Chicago: The Dryden Press. 1988.
5. Carter, S. Tourists and Traveler's Social Construction of Africa and Asia as Risky Locations. *Tourism Management*, 1998, vol. 19, p. 349–358.
6. Cooper, C. *Tourism principles and practice*. 2005. 810 p.
7. Gartner, W.; Shen, J. The Impact of Tiananmen Square on China's Tourism Image. *Journal of Travel Research*, 1992, vol. 30(4), p. 47–52.
8. Goeldner, C. R., Ritchie, B. J. R. (2006) *Tourism: principles, practices, philosophies*. 10th ed., John Willey & Sons, Inc. 590 p. ISBN-13: 978-0-471-45038-2.
9. Holden A. *Environment and tourism*. London - New York: Routledge. 2008, p. 274. <http://www.worldcat.org/title/environment-and-tourism/oclc/656803600?referer=di&ht=edition>
10. Holden, A. (2008) *Environment and tourism*. Routledge. 274 p. ISBN 0-203-93762-7.
11. Holoway, C. J., Taylor, N. (2006) *The business of tourism*. 7th ed. Harlow: Pearson Education. 716 p. ISBN 0-273-70162-4.
12. Holloway, J.C. *The Business of Tourism*. 2006. 5 p.
13. Kancerevyčius, G. *Finansai ir investicijos*. 2006.
14. Kerzner. *Project management: a systems approach to planning, scheduling, and controlling*, 7th ed. New York: Wiley. 2001.
15. Lisauskas, V. Lietuvos depozitinių finansinių įstaigų rizikos vadybos problemos ir jų sprendimo priemonės. *Organizacijų vadyba: sisteminiai tyrimai*, 2, 1996, p. 121-130.
16. Martinkus, B.; Berzinskiene, D. Lietuvos gyventojų užimtumo ekonominiai aspektai“ monografija. 2005.
17. Mayer, T.; Duesenberry, J.S.; Aliber, R.Z. *Pinigai, bankai ir ekonomika*. 1995.
18. Mowen, J.; Minor, M. *Consumer Behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall. 1998.
19. Raval, V.; Fichadia, A. *Risks, controls, and security. concepts and applications*, New York: Wiley. 2007.
20. Sharpley, R., Telfer, D. J. (2002) *Tourism and development: Concepts and issues*. Chanel View Publications, *Aspects of Tourism* 5. 360 p. ISBN 1-873150-34-2.
21. Sinclair, T. M., Stabler, M. (1997) *The economics of tourism*. London and New York: Routledge. 264 p. ISBN 0-415-08523-3.
22. Sönmez, S.; Graefe, A. Influence of Terrorism Risk on Foreign Tourism Decisions. *Annals of Tourism Research*, 1998, vol. 25(1), p. 112-144.
23. Sönmez, S.V. Tourism, Terrorism and Political Instability. *Annals of Tourism Research*, 1998, vol. 25(2), p. 416-456.

-
24. Sönmez, S.V.; Graefe, A.R. Determining Future Travel Behavior from Past Travel Experience and Perceptions of Risk and Safety. *Journal of Travel Research*, 1998, vol. 37, p. 171-177.
 25. Theobald, W. F. *Global tourism*. 2005. 561 p.
 26. Theobald, W. F. *Global Tourism* (2nd ed.). 1998.
 27. Theobald, W. F. (1998) *Global tourism*. 2nd ed. Plant a tree. 505 p. ISBN 0-7506-4022-7.
 28. William, S. (2004) *Tourism: Critical Concepts in the social sciences*. Volume III. Routledge. 411 p. ISBN 0-415-24375-0.

TURIZMO RIZIKOS VERTINIMO MODELIAI

Simanavičius A.¹, Žukauskienė J.²

Lietuvos sporto universitetas¹, Kauno technologijos universitetas²

Anotacija. Rizikos veiksnių įvairovė veda prie susijusių praktiškai su visomis kelionių organizatorių veiklomis rizikų atsiradimo. Mokslinėje literatūroje daug pateikiama rizikos klasifikavimo kriterijų (Raval & Fichadia, 2007; Kerzner, 2001, 2009; Assael, 1995; Engel, Blackwell&Miniard, 1995; Mowen&Minor, 1998; Schiffman&Kanuk, 1991; Fuchs G. Reichel A. 2008; Shaw, 2010; Sonmez, Apostolopoulos ir Tarlow 1999; Aziz 1995; Bar-On 1996; Leslie 1999; Richter ir Waugh 1986; Enders, Sandler ir Parise 1992; Sonmez 1998; Gartner ir Shen 1992; Hollier 1991; Ioannides ir Apostolopoulos 1999; Mansfeld 1996, 1999; Richter 1992, 1999; Seddighi, Nuttall ir Theocharous 2000; Teye 1986; Wall 1996; Carter 1998; Cossens ir Gin 1994; Lawton ir Page 1997; Brunt, Mawby ir Hambly 2000; Dimanche ir Leptic 1999; Ellis 1995; Garcia ir Nicholls 1995; Hall, Selwood ir McKewon 1995; Moore ir Berno 1995; Pizam, Tarlow ir Bloom 1997; Pizam 1999; Биржаков, 2007; Косолапов, 2009; Овчаров, 2009; Ситникова, 2005; Navickas V., 2010; Mačerinskienė I., 2011; Pridotkienė J., 2009).

Įvadas

Mokslinė problema- turizmas laikomas viena greičiausiai augančių industrijos šakų kuriančių daug darbo vietų visame pasaulyje, tačiau kaip ir bet kokia industrijos šaka turizmas yra jautrus rizikai, kuri gali turėti pragaištinų pasekmių jei ji nėra veiksmingai valdoma. Todėl riziką reikia suvokti mokėti analizuoti. Šiame straipsnyje pateikiama turizmo rizikos vertinimo modelių apžvalga, leidžianti turizmo organizacijoms nustatyti ir valdyti riziką.

Straipsnio tikslas - išanalizuoti ir apibūdinti turizmo rizikos vertinimo modelius.

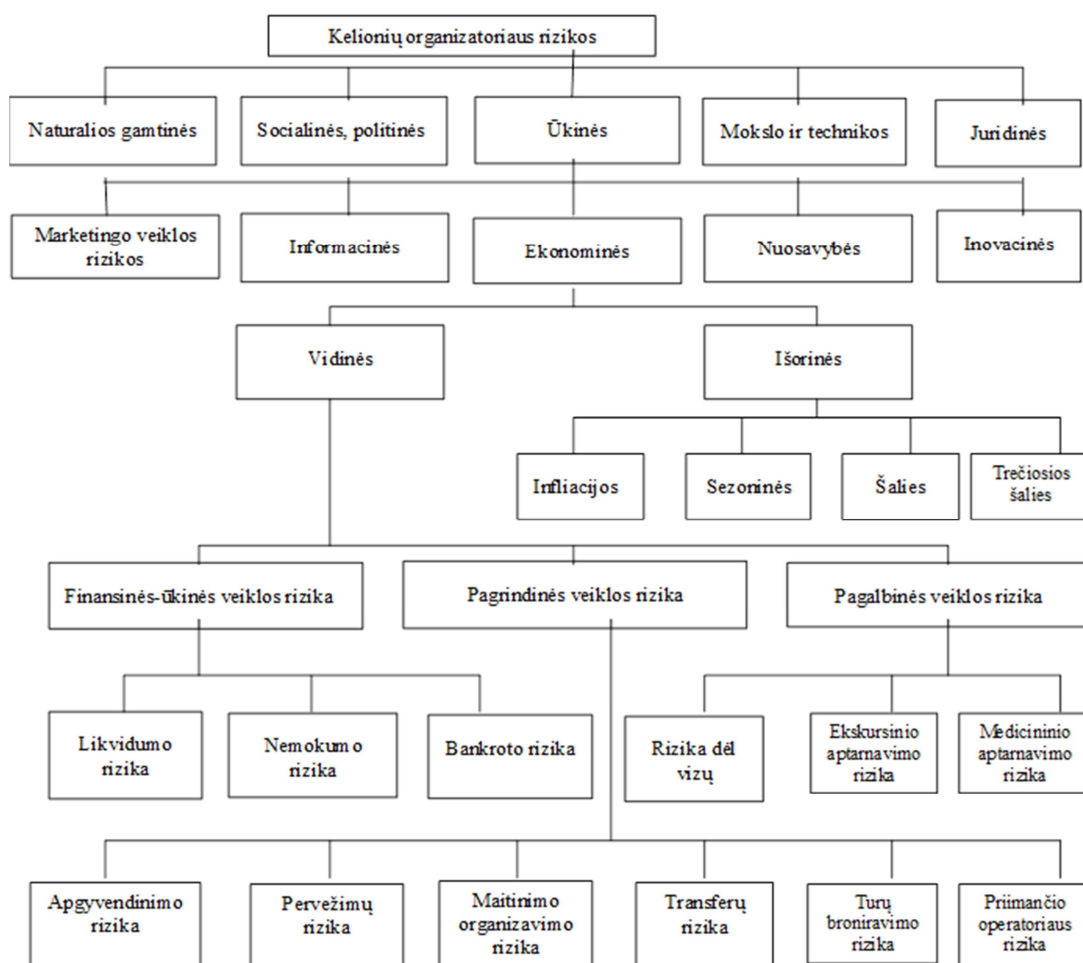
Siekiant šio tikslo iškelti uždaviniai:

1. Išnagrinėti kelionių organizatorių rizikos klasifikavimą.
2. Išnagrinėti riziką ir rizikos valdymą turizmo pramonėje.
3. Identifikuoti riziką pagal turizmo paslaugos organizavimo etapus.

Naudoti metodai. Mokslinės literatūros analizė.

Kelionių organizatoriaus rizikos klasifikavimas

Rizikos veiksnių įvairovė veda prie susijusių praktiškai su visomis kelionių organizatorių veiklomis rizikų atsiradimo. Mokslinėje literatūroje daug pateikiama rizikos klasifikavimo kriterijų (Raval & Fichadia, 2007; Kerzner, 2001, 2009; Assael, 1995; Engel, Blackwell&Miniard, 1995; Mowen&Minor, 1998; Schiffman&Kanuk, 1991; Fuchs G. Reichel A. 2008; Shaw, 2010; Sonmez, Apostolopoulos ir Tarlow 1999; Aziz 1995; Bar-On 1996; Leslie 1999; Richter ir Waugh 1986; Enders, Sandler ir Parise 1992; Sonmez 1998; Gartner ir Shen 1992; Hollier 1991; Ioannides ir Apostolopoulos 1999; Mansfeld 1996, 1999; Richter 1992, 1999; Seddighi, Nuttall ir Theocharous 2000; Teye 1986; Wall 1996; Carter 1998; Cossens ir Gin 1994; Lawton ir Page 1997; Brunt, Mawby ir Hambly 2000; Dimanche ir Leptic 1999; Ellis 1995; Garcia ir Nicholls 1995; Hall, Selwood ir McKewon 1995; Moore ir Berno 1995; Pizam, Tarlow ir Bloom 1997; Pizam 1999; Биржаков, 2007; Косолапов, 2009; Овчаров, 2009; Ситникова, 2005; Navickas V., 2010; Mačerinskienė I., 2011; Pridotkienės J., 2009). Remiantis šių autorių darbais sudaryta kelionių organizatorių rizikos klasifikacija, kuri pateikiama 1 pav.



1 pav. Kelionių organizatoriaus rizikos klasifikavimas

Tačiau reikia atsižvelgti į tai, kad turizmo rizika turi vietinį pobūdį, t.y. rizika apibrėžiama tam tikrų įvykių chronologine tvarka. Toliau gali atsirasti rizikos pasekmės, kurios gali būti įvairaus sunkumo ir kurios gali sudaryti atitinkamą tendą. Todėl būtina yra skirti rizikos turinį kaip potencialią grėsmę nuo rizikos rezultato – atsiradusios galimos žalos.

Rizikų veikimo įvairovė ir apimtis kelionių organizatoriams verčia ieškoti efektyvius reguliavimo metodus ir instrumentus. Galima išskirti dvi kryptis. Makroekonominis turizmo rizikų problemų reguliavimas yra dalis turizmo ekonomikos valstybinio reguliavimo. Svarbiausia makroekonominio reguliavimo esmė yra rinkos sąlygų pagerinimas su trečiomis šalimis. Kita kryptis yra nukreipta draudimo nuo veiklos nuostolių vidinių rezervų panaudojimui (mikro lygis).

Kelionių organizatorių rizikos vertinimas atliekamas dviem būdais:

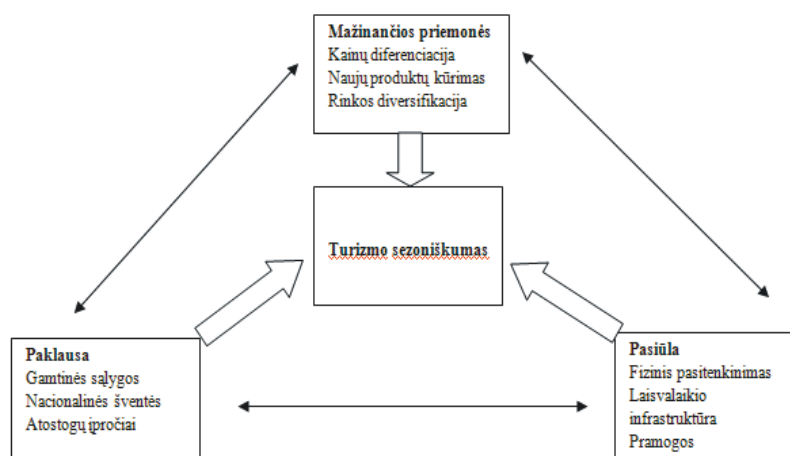
- Potencialių sandorio šalių galimų problemų ištyrimas ir klasifikavimas.
- Rizikos vertinimas atliekamas analizuojant kelionių organizatoriaus finansinį stabilumą.

Šie abu būdai yra susiję, nes kelionių operatoriaus stabilumas yra susijęs su turizmo paslaugų teikėjų patikimumu ir verslo diagnostikos kokybe.

Trečiųjų šalių (su kuriomis kelionių organizatorius sudaro sutartį) rizikos analizė turėtų apimti sandorio šalies veiklos ekspertinį vertinimą. Tikslinga išnagrinėti sandorio šalies silpnąsias puses, galinčias įtakoti netikėtus ir neigiamus įvykius.

Finansinė patikimumo analizė turėtų būti atliekama tiriant įmonės balanso specifinius rodiklius.

Visi turizmo sektoriaus subjektų rizikos analizės metodai yra grindžiami vidinio stabilumo tyrimu. Stabilumas šiuo atveju suprantamas kaip įmonės vidaus ir išorės ryšių stiprumas. Nestabilumo padėtis yra suvokiama kaip netinkama reakcija į rizikos veiksnių poveikį, stiprių ryšių tarp kelionių organizatoriaus ir ekonominės aplinkos nebuvimas, nesugebėjimas atsispirti negatyviems konkurentinės aplinkos pokyčiams. Apibendrinta turizmo paslaugų tiekėjų rizikos vertinimo schema pateikta paveiksle žemiau.



2 pav. Turistinių paslaugų tiekėjų rizikos vertinimas

Kaip matyti iš schemos pateiktos paveiksle turistinių paslaugų tiekėjų rizikos yra susiję su jų paslaugų paklausos rizikomis, kurios savo ruožtu priklauso nuo asmeninių turizmo paslaugos vartotojų rizikų bei išorinių aplinkos veiksnių: gamtinių, politinių, ekonominių veiksnių, taip pat turinčių įtakos asmeninėms rizikoms. Taigi, turizmo paslaugos vartotojo rizika priklauso ne tik nuo išorinių aplinkos veiksnių bet ir nuo turistinių paslaugų tiekėjo vidinių rizikų, taigi vertinant atvykstamojo turizmo komplekso riziką, kai kurios rizikos turizmo paslaugų tiekėjo ir vartotojo pusėje yra persidengiančios, todėl vertinant turizmo komplekso rizikas būtina atkreipti į vartotojo ir tiekėjo pusėje susidarančių rizikų ir jų veiksnių tarpusavio sąsajas.

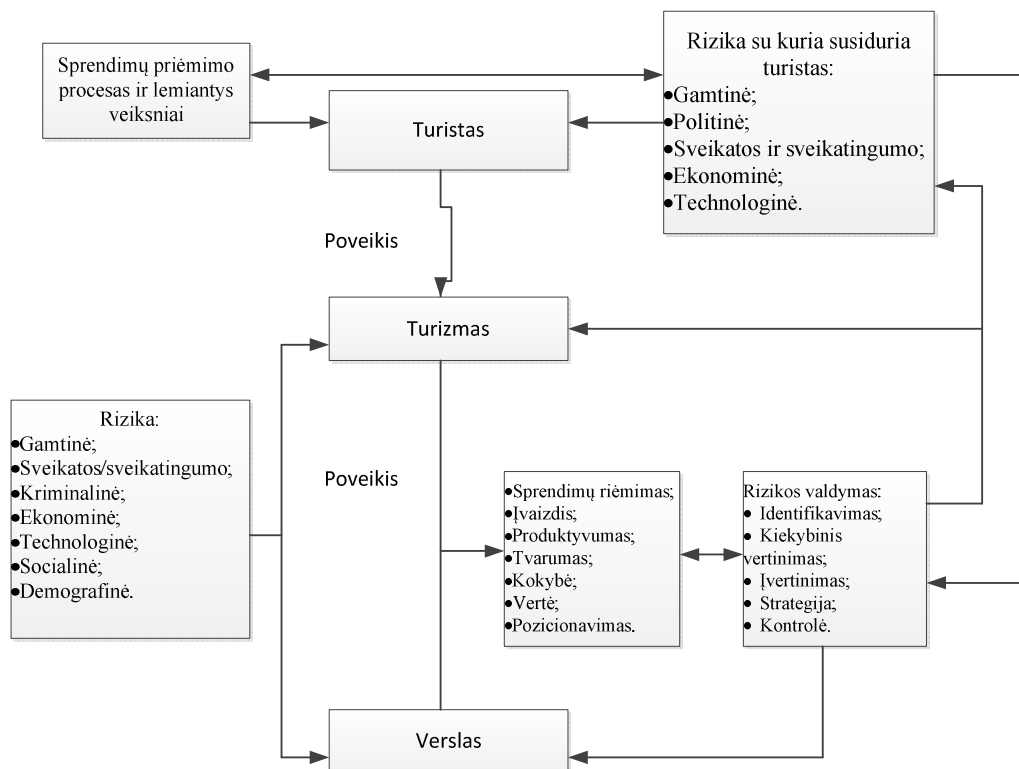
Kitas svarbus aspektas vertinant atvykstamojo turizmo komplekso riziką, yra šios rizikos vertinimas atsižvelgiant į atvykstamojo turizmo veiklos rūšis: gydomasis; vasaros/sveikatingumo ir žiemos/sveikatingumo; ekstremalaus sporto ir pažintinis, nes šios atvykstamojo turizmo verslo rizikos pasižymi skirtingomis rizikomis, tiek rizikos tikybės, tiek galimų nuostolių susidarymo aspektu. Todėl turizmo paslaugų tiekimo sektoriuje rizikos bus vertinamos pagal turizmo veiklos rūšis.

Taigi, vertinant turizmo paslaugų tiekėjų rizikas, svarbu, remiantis ekspertų nustatytais pagrindinės rizikos rūšimis ir sugrupavus jas faktorinės analizės pagalba bei atlikti turizmo verslo paslaugų tiekėjų apklausą ir įvertinti nustatytas tiek išorines tiek vidines rizikas pagal jų sukeliama neigiamą poveikį bei rizikos susidarymo tikimybę atskiroms turizmo veiklos rūšims. Siekiant atlikti tokią apklausą, būtina sudaryti anketą, leidžiančią atlikti kokybinį rizikų vertinimą sudarant 5 balų vertinimo Likerto skalę, tiek atskirų rizikos rūšių tikimybei, tiek galimai žalai vertinti. Gauti rezultatai leis atlikti išorinės ir vidinės rizikos įvertinimą atskiroms turizmo rūšims, bei gauti galutinį įvertinimą, nustačius kiekvienos rizikos rūšies reikšmingumą.

Atlikti tyrimai rodo, kad rizika daro poveikį ne tik verslo įmonėms, susijusioms su turizmo pramone, bet pramonei aplamai. Poveikis gali būti teigiamas arba neigiamas, todėl jį reikia naudingai išnaudoti, pasirinkti geriausią strategiją veiksmingai panaudojant rizikos įvertinimą.

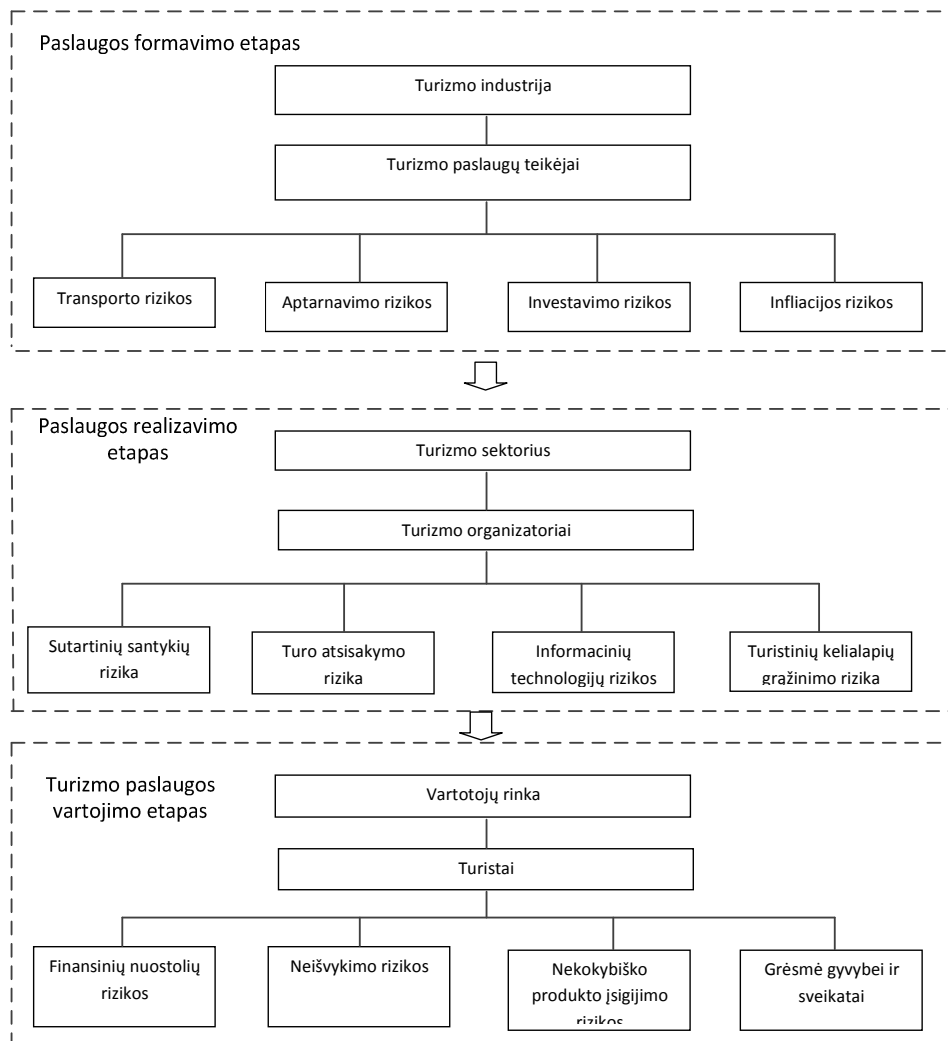
Akivaizdu, kad turizmas kaip socialinis ekonominis reiškinys, susijęs su žmonių ir finansinių resursų judėjimu, labiausiai gali būti veikiamas įvairių rizikų. Įvairių rizikų poveikis yra skirtingas, todėl sunku yra įvertinti rizikų pasekmes turizmo pramonei. Pavyzdžiui, finansinės krizės sąlygas identifikuoti lengva, o numatyti pasekmes ir tikslų įvykių turinį labai sudėtinga. Turizmo pramonei būdinga rizika identifikuojama pagal specifinius požymius, vienas iš jų gali būti turizmo produktas.

Išanalizavus įvairius procesus, strategijas ir modelius, galima daryti išvadą, kad yra keletas modelių, kuriuos galima pritaikyti turizmo pramonei (žr.3 pav.).



3 pav. Rizika ir rizikos valdymas turizmo pramonėje. Šaltinis: Shaw, G. K., (2010) A risk management model for the tourism industry in South Africa, Thesis submitted for the degree Doctor of Philosophy in Tourism Management at the Potchefstroom Campus of the North-West University, April 2010.

Daugelio mokslininkų tyrimų duomenimis, terminas „rizika“, yra susijęs su potencialiai galimų nuostolių įvairiose veiklos srityse rizika (materialinių ir finansinių išteklių nuostoliai, prarastos pajamos ir nenumatytos papildomos išlaidos ir kt.) Kitaip tariant, bet kurioje ekonominėje sistemoje pagrindinė rizikos analizės priežastis yra susijusi su pavojų kiekybine arba vertine išraiška. Atsižvelgiama į tai, turizmo sektoriaus rizika apima turizmo sektoriaus subjektų ir objektų visas galimas grėsmes. Šios grėsmės apima infrastruktūros objektus, verslo ir turizmo pramonę ir pačius turistus. Jos gali labai reguliuoti turistų aktyvumo lygis. Kiekybiniu požiūriu turizmo rizika yra apibrėžiama kaip galimas materialinių ir finansinių nuostolių dydis, susidaręs turizmo įmonėse ir jų santykiuose su turistais. Tokį apibūdinimą pateikia dauguma mokslininkų. Rizikos identifikavimas pagal turizmo paslaugos organizavimo etapus pateiktas 4 pav. Atlikta turizmo rizikos vertinimo modelių analizė rodo, kad klasifikuojant turizmo riziką tikslinga naudoti procesinį metodą, kuris yra susijęs su turizmo produkto identifikavimo etapais. Būtų logiška susieti rizikos identifikavimą su turizmo paslaugų teikimo etapais (žr. 4 pav.)



4 pav. Rizikos identifikavimas pagal turizmo paslaugos organizavimo etapus

Kiekviename etape vyrauja tam tikros rizikos grupės. Taip, pavyzdžiui, paslaugos formavimo etape dominuoja turizmo industrijos infrastruktūros rizika, kuri yra susijusi su įvairių subjektų – turizmo paslaugų teikėjų veiklos sutrikimais. Tokios rizikos ypatybė yra jos neapibrėžtumo procesas turizmo sektoriuje, t.y. jos gali atsirasti ir plėtotis nepriklausomai nuo turizmo objekto ir vartotojo. Pavyzdžiui, transporto rizika yra turizmo rizikos elementas tik tuo atveju, jei transporto įmonė yra turizmo industrijos vienetas. Turizmo paslaugos formavimo ir realizavimo etape didelę vaidmenį vaidina organizacinė rizika, t.y. rizika susijusi su sutartinių santykių nevykdymu.

Išvados

1. Turistinių paslaugų tiekėjų rizikos yra susiję su jų paslaugų paklausos rizikomis, kurios savo ruožtu priklauso nuo asmeninių turizmo paslaugos vartotojų rizikų bei išorinių aplinkos veiksnių: gamtinių, politinių, ekonominių veiksnių, taip pat turinčių įtakos asmeninėms rizikoms. Taigi, turizmo paslaugos vartotojo rizika priklauso ne tik nuo išorinių aplinkos veiksnių bet ir nuo turistinių paslaugų tiekėjo vidinių rizikų, taigi vertinant atvykstamojo

turizmo komplekso riziką, kai kurios rizikos turizmo paslaugų tiekėjo ir vartotojo pusėje yra persidengiančios, todėl vertinant turizmo komplekso rizikas būtina atkreipti į vartotojo ir tiekėjo pusėje susidarančių rizikų ir jų veiksmų tarpusavio sąsajas.

2. Atlikti tyrimai rodo, kad rizika daro poveikį ne tik verslo įmonėms, susijusioms su turizmo pramone, bet pramonei aplamai. Poveikis gali būti teigiamas arba neigiamas, todėl jį reikia naudingai išnaudoti, pasirinkti geriausią strategiją veiksmingai panaudojant rizikos įvertinimą.
3. Atlikta turizmo rizikos vertinimo modelių analizė rodo, kad klasifikuojant turizmo riziką tikslinga naudoti procesinį metodą, kuris yra susijęs su turizmo produkto identifikavimo etapais. Būtų logiška susieti rizikos identifikavimą su turizmo paslaugų teikimo etapais.

Literatūros sąrašas

1. Anholt, S. (2007) Brand Africa: What is competitive identity. <žiūrėta 2014 m. sausio 22 d.>. Prieiga per internetą: <www.brandscapeffrica.org/index.php/resources/doc.../63-brand-africa.html>.
2. Brunt, P.; Mawby, R.; Hambly, Z.(2000). Tourist Victimization and the Fear of Crime on Holiday. *Tourism Management*, , vol. 21, p. 417–424.
3. Campbell,C.D.; Campbell,R.G.;Dolan,E.G.Money(1988) banking and monetary policy.Chicago:The Dryden Press..
4. Cooper, C. (2005) *Tourism principles and practice*.. 810 p.
5. Gartner, W.; Shen, J.(1992). The Impact of Tiananmen Square on China's Tourism Image. *Journal of Travel Research*, , vol. 30(4), p. 47–52.
6. Goeldner, Charles R., Ritchie, Brent J. R. (2006) *Tourism: principles, practices, philosophies*. 10th ed., John Wiley & Sons, Inc. 590 p. ISBN-13: 978-0-471-45038-2.
7. Holden A.(2008) *Environment and tourism*. London - New York: Routledge. p. 274.
<http://www.worldcat.org/title/environment-and-tourism/oclc/656803600?referer=di&ht=edition>
8. Holloway, J.C. (2006) *The Business of Tourism*.. 5 p.
9. Kancerevyčius, G. (2006). *Finansai ir investicijos*.
10. Kerzner. (2001).*Project management: a systems approach to planning, scheduling, and controlling*, 7th ed. New York: Wiley.
11. Liasuskas, V. (1996) Lietuvos depozitinių finansinių įstaigų rizikos vadybos problemos ir jų sprendimo priemonės. *Organizacijų vadyba: sisteminiai tyrimai*, 2, p. 121-130.
12. Martinkus, B.; Berzinskiene, D. (2005). *Lietuvos gyventojų užimtumo ekonominiai aspektai“ monografija*..
13. Mayer, T.; Duesenberry, J.S.; Aliber, R.Z. (1995).*Pinigai, bankai ir ekonomika*.
14. Mowen, J.; Minor, M. (1998).*Consumer Behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
15. Raval, V.; Fichadia, A. (2007).*Risks, controls, and security. concepts and applications*, New York: Wiley.
16. Sharpley, R., Telfer D. J. (2002) *Tourism and development: Concepts and issues*. Chanel View Publications, *Aspects of Tourism* 5. 360 p. ISBN 1-873150-34-2.
17. Sönmez, S.; Graefe, A.(1998). Influence of Terrorism Risk on Foreign Tourism Decisions. *Annals of Tourism Research*, , vol. 25(1), p. 112-144.
18. Sönmez, S.V.(1998)*Tourism,Terrorism and Political Instability*.*Annals of Tourism Research*, , vol. 25(2).

-
19. Sönmez, S.V.; Graefe, A.R.(1998) Determining Future Travel Behavior from Past Travel Experience and Perceptions of Risk and Safety. *Journal of Travel Research*, , vol. 37, p. 171-177.
 20. Theobald, W. F. (2005).*Global tourism*. 561 p.
 21. Theobald, William F. (1998) *Global tourism*. 2nd ed. Plant a tree. 505 p. ISBN 0-7506-4022-7.

ŽMOGIŠKŲJŲ IŠTEKLIŲ VALDYMAS UNIVERSITETE STUDIJAS APTARNAUJANČIO PERSONALO PAVYZDŽIU

Skerstonaitė G.¹, Švagždienė B.²

Šiaulių Universitetas¹, Lietuvos sporto universitetas²

Anotacija. Žmogiškųjų išteklių valdymas yra bene svarbiausias procesas kiekvienoje organizacijoje – ar tai būtų komercinė, ar nekomercinė, privati ar valstybinė institucija, arba bet kokia kita stambi ar smulki įmonė, ar organizacija. Be tinkamų ir kvalifikuotų specialistų organizacija negalėtų pasiekti savo tikslų ir išgyventi. Taigi reikia pripažinti, kad žmogiškųjų išteklių valdymas – tai vienas svarbiausių valdymo teorijos ir praktikos tyrimų objektų. Straipsnyje pateikti žmogiškųjų išteklių valdymo ypatumai, išanalizuota ir susisteminta įvairių Lietuvos ir užsienio autorių mokslinė literatūra žmogiškųjų išteklių valdymo aspektu. Taip pat aptariama pagrindinių žmogiškųjų išteklių valdymo modelių, metodų, funkcijų analizė ir jų naudojimo galimybės. Taikant dokumentų analizės metodą, analizuojama esama žmogiškųjų išteklių valdymo situacija Šiaulių universitete. Tyrimu, tirta žmogiškųjų išteklių valdymo situacija ir tobulinimo galimybės Šiaulių universitete pačių studijas aptarnaujančio personalu požiūriu

Straipsnio aktualumas ir naujumas. Žmogiškųjų išteklių valdymas kaip vadybos mokslo tyrimo objektas pradėtas tyrinėti tik XX a. antrojoje pusėje. Išsivysčiusiose valstybėse greitai buvo suprasta, jog tai pagrindinis ir labai svarbus įmonių plėtros šaltinis. Valdant žmoniškuosius išteklius, bene svarbiausia sugebėti, suderinant atskirų darbuotojų ir pačios organizacijos tikslus, gauti geriausią rezultatą bei įgyvendinti organizacijos užsibrėžtus tikslus (Yaping, Jinfang, 2007). Universitetai priskiriami prie viešojo sektoriaus institucijų. Studijas aptarnaujantis personalas aukštojo mokslo organizacijoje padeda teikti kokybiškas studijas studentams, bei organizacijai tinkamai vykdyti savo veiklą, bei siekti užsibrėžtus tikslus. Personalo valdymo procesą, jo procesą, turinį, funkcijas, kryptis nagrinėjo Dessler (2001), Stoner ir kt. (2000), Jewell (2002), M. A. Armstrong, Murlis (2007), Delahaye, Caillaud, Legay, (2011), Sakalas (2003), Bakanauskienė (2008), Baršauskienė (2007), Underis (2008), Stankevičienė, Lobanova (2006), Jančauskas (2006), Šalčius, Šarkiūnaitė (2011) ir kt., kas sudaro prielaidas manyti, jog tai labai aktuali ir reikšminga sritis kiekvienoje organizacijoje. *Problema*. Norbert ir Adrian (2006) išskiria keletą personalo valdymo problemų viešojo sektoriaus organizacijose, tai efektyvumo stoka, kurią

lemia ne tiek darbuotojų motyvacijos siekti rezultatų stoka ar per didelis darbo krūvis, bet nesudarytos sąlygos atsiskleisti darbuotojų galimybėms ir neišnaudotas ryžtas siekti rezultatų. Kita problema, tai netobulas skatinimo ir atlygio už darbą sistemos, darbo užmokestis yra nustatomas neatsižvelgiant į skirtingų kiekvienos pareigybių veiksnių, tokių kaip atsakomybės lygis, problemų sprendimas arba profesinės žinios, svarbą konkrečiam atliekamam darbui. *Probleminis klausimas*: Kokias žmogiškųjų išteklių valdymo funkcijas, kryptis ir metodus galima pritaikyti studijas aptarnaujančio personalo valdymui, tam kad pasiekti kuo didesnio efektyvumo, darbo kokybės ir darbuotojų motyvacijos darbui. *Objektas*. Studijas aptarnaujančio personalo valdymas. *Straipsnio tikslas*. išanalizuoti studijas aptarnaujančio personalo valdymo situaciją ir numatyti gaires situacijai gerinti. *Uždaviniai*: 1. Pristatyti žmogiškųjų išteklių valdymo teorinius modelius, atskleidžiant valdymo sampratos turinį bei funkcijų principus viešajame sektoriuje. 2. Ištirti Šiaulių universiteto studijas aptarnaujančio personalo požiūrį į studijas aptarnaujančio personalo valdymo organizavimą. *Metodai*. Literatūros ir dokumentų analizės, anketinė apklausa.

Žmogiškųjų išteklių valdymo teoriniai modeliai, valdymo sampratos turinys bei funkcijų principai viešajame sektoriuje

Šiuolaikinėje visuomenėje organizacijos stengiasi pasamdyti pačius tinkamiausius ir kvalifikuočiausius darbuotojus į atitinkamą darbo vieną. Bakanauskienė (2008) teigia, kad verbavimas yra procesas, kurio metu organizacija suranda, plėtoja, ieško ir pritraukia žmones, kurie užpildo darbo vietas. Pasak Šalčiaus, Šarkiūnaitės (2011), žmogiškųjų išteklių vertinimas – tai kompleksinė žmogiškųjų išteklių valdymo sritis, padedanti nustatyti, kaip dirba ir kaip galėtų dirbti organizacijos žmonės. Pagal vertinimo rezultatus sprendžiama, ar konkretaus asmens pareigos gali būti paaukštintos, ar jis liks eiti tas pačias pareigas, ar jos bus pažemintos, ar asmuo bus atleistas iš darbo. Sakalo (2003) teigimu, vertinimo turinyje įvertinami darbo rezultatai, darbo metodai ir darbuotojo asmeninės savybės. Pasak Bakanauskienės (2008) vertinimas gali būti neformalizuotas, kai vertinimai neregistruojami jokiuose dokumentuose, jį vykdo tiesioginiai vadovai ir formalizuotas, kai vertinimas vyksta pagal iš anksto nustatytą ir patvirtintą procedūrą, rezultatai registruojami dokumentuose. Vertinimo metu gauta informacija dažniausiai naudojama: darbuotojų veiklos lygiui įvertinti; pagalba vadovams teisingai ir motyvuojančiai atlyginimų sistemai formuoti, darbuotojų papildomo mokymo galimybei įvertinti; pagalba vadovams teisingai organizuoti darbų perspektyvas. Kita labai svarbi žmogiškųjų išteklių valdymo funkcija, tai darbuotojų ugdymas, mokymas ir tobulinimas. Personalo ugdymo pagrindinė veikla yra kryptingas darbuotojų mokymas siekiant darbuotoją išmokyti geriau atlikti savo darbą bei ruošiant naujoms pareigoms. Pasak Druckerio (2007) jog ugdant darbuotojus turi būti akcentuojamos stipriosios savybės, kurios padės darbuotojams suvokti pagrindinę ugdymo naudą. Atskleidžiant šiuolaikinę žmogiškųjų išteklių ugdymo reikšmę, galima teigti, jog darbuotojų ugdymas suprantamas siaurąja ir

plačiąja prasme. Siaurąja prasme ugdymas – tai darbuotojų mokymo poreikio, kvalifikacijos kėlimo bei karjeros planavimas. Plačiąja prasme tai gali būti organizuota veikla, kurioje darbuotojas įgyja patirties, žinių bei geba išreikšti save organizacijos veikloje.

Žmogiškųjų išteklių valdymo funkcijas kaip ir žmogiškųjų išteklių valdyme nurodoma, kad pirmiausia vyksta žmogiškųjų išteklių planavimas, būtina pasirūpinti darbuotojų ugdymo ir kvalifikacijos tobulinimo galimybėmis, nustatyti tinkamą atlyginimo sistemą, gerinti organizacijos kultūrą ir darbo atmosferą, gerinti darbo sąlygas, tam kad organizacijos veikla būtų kuo efektyvesnė.

Apibendrinant žmogiškųjų išteklių valdymo funkcijų analizę, galima teigti kad visos žmogiškųjų išteklių valdymo funkcijos yra tarpusavyje labai susijusios, nes kiekvienos funkcijos atlikimas yra naudingas ir lengvina kitos funkcijos atlikimą. Organizacijose, kur ŽIV funkcijos išvystytos, dirba kvalifikuoti darbuotojai, jų darbas yra ženkliai produktyvesnis, organizacija patiria mažiau finansinių nuostolių.

Žmogiškųjų išteklių valdymo modeliai

Žmogiškųjų išteklių valdymo paradigma integruoja daug įvairiausių požiūrių, atskleidžiančių žmogiškųjų išteklių prigimtį ir ŽIV valdymo efektyvumą grindžiančių bei veiksnių tarpusavio įtaką interpretuojančių sistemų. Šios skirtingos interpretacijos ir sudarė žmogiškųjų išteklių valdymo požiūrių bei teorinių modelių įvairovę (Korsakienė, Lobanova, Stankevičienė, 2011). Žmogiškųjų išteklių valdymo apibrėžimo, jo komponentų ir apimtį dvilypumas akivaizdžiai pasireiškia skirtinguose žmogiškųjų išteklių valdymo modeliuose. Žmogiškųjų išteklių valdymo modeliai pateikti 1 lentelėje.

1 lentelė. Žmogiškųjų išteklių valdymo modeliai (Šaltinis: sudaryta autorių)

Modelis ir autorius	Modelio apibūdinimas
Mičigano verslo mokyklos modelis (Frombrun, Tichy, Devanna, 1984)	ŽIV ir organizacijos valdymo struktūra turi atitikti organizacinę strategiją. ŽIV ciklą modelyje pateikia keturi pagrindiniai elementai; atranka; vertinimas; atlygis ir vystymasis. Šio modelio pagrindinė paskirtis – padidinti organizacijos našumą.
Harvardo verslo mokyklos modelis (Beer, Spector, Lawrence, Mills, Walton, 1985)	Harvardo modelį sudaro šeši pagrindiniai komponentai: situaciniai veiksniai lemia ŽIV politikos pasirinkimą, kuris veikia organizaciją; tarpininkų interesai leidžia įvertinti galimus interesų konfliktus tarp savininkų, darbuotojų, organizacijos ir profesinės sąjungos; ŽIV politikos aspektai parodo vadybinio lygmens svarbą aplinkos ir organizacijos pokyčių požiūriu; ŽIV rezultatai apibūdinami kaip darbuotojų įsipareigojimų organizacijos tikslams visuma, kaip aukšta individuali darbo atlikimo kokybė, užtikrinanti efektyvius produktus ir paslaugas sąnaudų požiūriu; ilgalaikės pasekmės . Modelyje numatytos galimos trijų lygių ilgalaikės pasekmės. Individualaus lygmens pasekmės darbuotojams – psichologinis įdirbio atlygis, organizacinio – veiklos efektyvumo padidėjimas, visuomeninio – tam tikrų socialinių tikslų pasiekimas; grįžtamasis ryšys . Ilgalaikės pasekmės veikia situacinius veiksnius ir tarpininkų interesus. Taip modelyje užtikrinamas abipusis

Modelis ir autorius	Modelio apibūdinimas
	ryšys.
Guesto modelis (Guest, 1987)	Guest papildė ir pritaikė Harvardo modelį. Šį modelį sudaro šeši elementai: verslo strategija; ŽIV politika; ŽIV rezultatai; elgsenos rezultatai; veiklos rezultatai; finansiniai rezultatai.
Warwicko modelis (Sparrow, Hiltrop, 1994)	Šis modelis yra grindžiamas Harvardo modeliu. Modelį sudaro penki blokai: išorinis kontekstas (išorinė aplinka); vidinis kontekstas (vidinė aplinka); verslo strategijos turinys; ŽIV kontekstas; ŽIV turinys.
4K modelis (Beer, Spector, Lawrence, D. Quinn Mills, R. E. Walton, 1985)	Tai pirmoji Harvardo modelio versija. 4K modelyje – tai keturi veiksniai (vadinami 4K), kuriais remiantis vertinami žmogiškųjų išteklių valdymo rezultatai ir numatomas žmogiškųjų išteklių valdymo sistemos tobulinimas. Taikant 4K modelį atsižvelgiama į tai, kad žmogiškųjų išteklių vadybos politika turi būti orientuota į kiekvieno veiksnio plėtojimą: <i>korporacinis lojalumas</i> , arba darbuotojų ištikimybė organizacijai, jų asmeninė motyvacija ir prisirišimas prie savo darbo; <i>kompetentingumas</i> , apimantis darbuotojų kvalifikacijos lygį, profesinius įgūdžius, atsižvelgiant į mokymo ir perkvalifikavimo būtinumą, kad jie galėtų atitikti sudėtingesnio darbo reikalavimus; <i>komandinis suderinamumas</i> , reiškiantis tai, kad organizacijos vadovybė ir darbuotojai vienodai ar panašiai supranta organizacijos tikslus ir dirba kartu, siekdami juos įgyvendinti; <i>sąnaudų efektyvumas</i> , turint omenyje, kad organizacijos vykdomos veiklos sąnaudos turi padėti efektyviau naudoti žmogiškųjų išteklių privalumus, nedidinant kitų išteklių sąnaudų.
Europinis (kontekstinis) žmogiškųjų išteklių valdymo modelis (2010)	Šį modelį sudaro pagrindiniai veiksniai: Aplinka (tarptautinis kontekstas); Organizacija (organizacijos strategija). Tarptautinį kontekstą sudaro: Nacionalinis kontekstas (įskaitant kultūrą, politinius ir teisinius skirtumus, ekonominius ir socialinius veiksnius, nuosavybės formas ir pan.); Nacionalinis žmogiškųjų išteklių valdymo kontekstas (įskaitant išsilavinimą ir profesinį rengimą, darbo rinką, profesines sąjungas, industrinius santykius). Organizacijos strategiją sudaro: Žmogiškųjų išteklių valdymo strategija (integracijos procesai, įgaliojimų perdavimas, užimtumo politika, darbuotojų dalyvavimo valdyme politika, atlyginimo politika, darbo sistema ir pan.). Žmogiškųjų išteklių valdymo metodai (įskaitant atranką, darbo atlikimą, vertinimą, atlyginimą, vystymą, industrinius santykius, komunikaciją ir pan.)

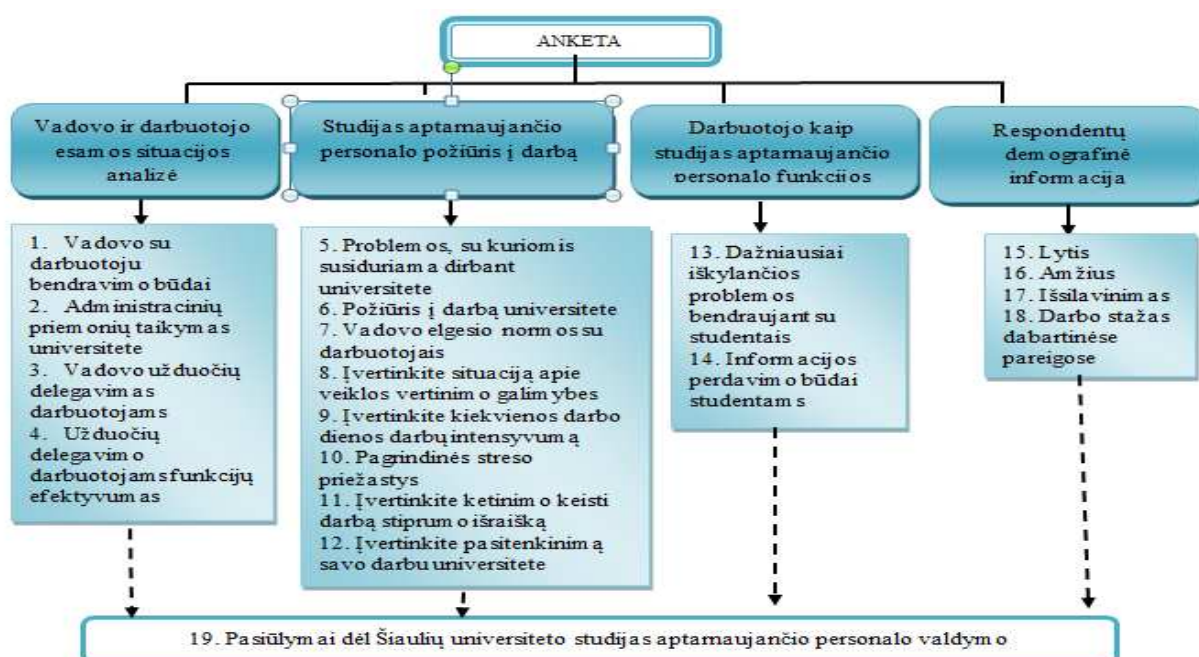
Apibendrinant žmogiškųjų išteklių valdymo modelių plėtojimą ir įvertinus XX a. pabaigoje susikūrusių žmogiškųjų išteklių valdymo modelių principus, galima teigti, kad Guest, Warwick žmogiškųjų išteklių valdymo modeliai – tai iš esmės Harvardo modelio plėtotės rezultatas. Mičigano modelis faktiškai nebuvo plėtojamasis, nors ir buvo interpretuojamas. Europinis žmogiškųjų išteklių valdymo modelis, labiau orientuojamas į tarptautinę, kaip globalios organizacijos aplinką, nors nemažą dėmesį skiria ir organizacijos aplinkos analizei atsižvelgiant į žmogiškuosius išteklius. Žmogiškųjų išteklių vadybos idėjų ir modelių ypatumų, jų strateginio ir praktinio taikymo efektyvumą lemiančių veiksnių analizė leidžia daryti išvadą, kad organizacijų žmogiškojo potencialo raidos perspektyvos turi būti susietos su žmogiškųjų išteklių valdymo principų integravimu į tradicinę personalo valdymo sistemą.

Strateginio planavimo procedūra įvairiose organizacijose yra skirtinga, tačiau ji turi atitikti kiekvienos organizacijos tikslus. Pasak Vaitkevičiaus (2006) nors organizacijos skiriasi savo veikla ir

tikslais, tačiau egzistuoja keletas bendrų strateginio planavimo reikalavimų: išorinė aplinka turi būti atidžiai analizuojama norint nustatyti, kurie veiksniai, kuria kryptimi ir koku greičiu keičiasi; organizacija pati privalo išskirti savo pranašumus ir trūkumus: nustatyti kliūtis, trukdančias gerus organizacijos ir aplinkos ryšius, ir jas kūrybiškai pašalinti; visi galimi sprendimai turi būti peržiūrėti ir pasirinkta geriausia strategija; strategija turi būti įgyvendinama kvalifikuotai ir efektyviai; strategijos įgyvendinimo rezultatai turi būti naudojami kitame strateginio planavimo etape. Apibendrinant galima teigti, kad žmogiškųjų resursų strategija priklauso nuo organizacijos, jos aplinkos bei bendrosios strategijos pobūdžio. Kiekvienoje strategijoje sunku suderinti strateginius, valdymo ir operatyvinius tikslus, nes jei strategija neleis efektyviau vykdyti kasdieninės veiklos, strateginiai tikslai gali būti ir nepasiekti. Strateginis žmogiškųjų išteklių valdymo lygmuo turi būti glaudžiai susietas su žmogiškųjų išteklių naudojimo politika.

Tyrimo metodologijos aprašymas

Rengiant Šiaulių universiteto studijas aptarnaujančio personalo valdymo tyrimo metodologiją, buvo remtasi Lietuvos ir užsienio autorių, rašančių apie žmogiškųjų išteklių valdymą, nuomone. Sprendžiant klausimą, į ką ir koks dėmesys turėtų būti kreipiamas į studijas aptarnaujančio personalo valdymą, atsižvelgiant į darbuotojo indėlį į darbą, jo silpnąsias ir stipriąsias savybes, svarbu nustatyti tam tikrus kriterijus į darbuotojų tobulinimo ir karjeros galimybes, teisingai paskirstytas darbo užmokestis, saugios darbo sąlygos. Taip pat atsižvelgti į darbuotojų atliekamų veiklų tikslus, kompetencijas ir įgūdžius, apibrėžiančius, kaip darbuotojas atlieka užduotis, kokie jo įgūdžiai ir elgesys jas atliekant (žr. 1 pav.

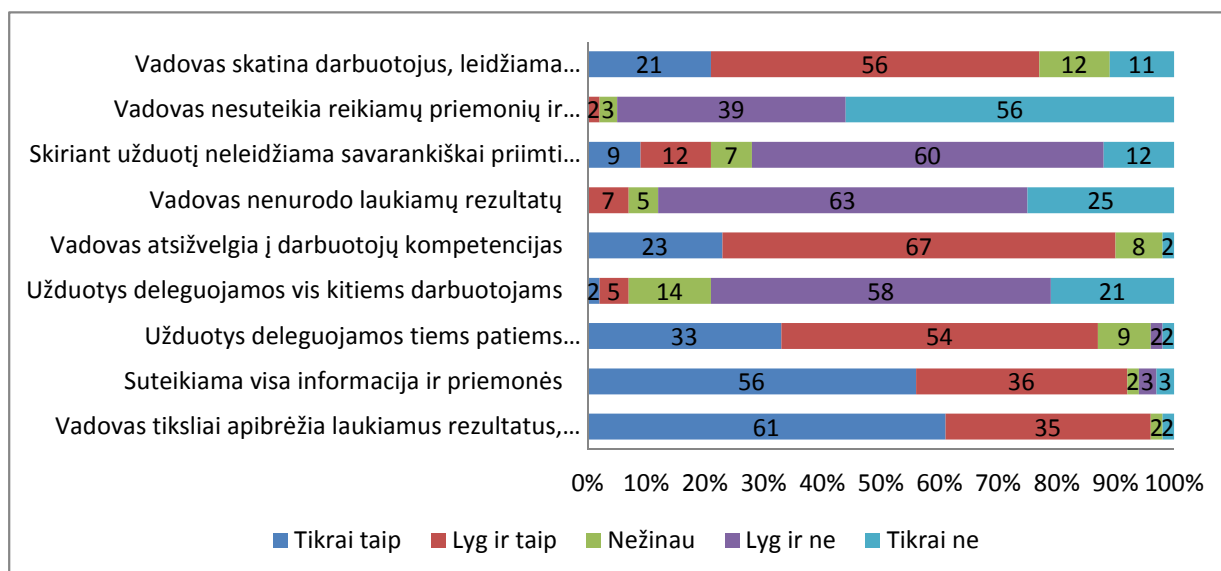


1 pav. Anketos struktūros dalys

Anketa susideda iš pagrindinių 3 diagnostinių ir demografinio bloko, anketos demografinis blokas sudarytas iš klausimų, skirtų informacijai apie respondentų lytį, amžių, išsilavinimą ir stažą surinkti. Diagnostiniai anketos blokai skirti išsiaiškinti respondentų nuomonę apie: pirmasis blokas skirtas išsiaiškinti vadovo ir darbuotojų esamą situaciją. Antrasis blokas skirtas nustatyti darbuotojo požiūriui į darbą. Trečiasis blokas sudarytas išsiaiškinti darbuotojo požiūrį kaip studijas aptarnaujančio personalo funkcijų atlikimą. Tyrimas vykdomas nuo 2013 m. spalio 1 d. iki 2013 m. lapkričio 11 dienos. Tyrimo anketa respondentams buvo išsiųsta elektroniniu paštu su anketos nuoroda ir prašymu užpildyti anketą, elektroninio pašto adresai gauti iš ŠU internetinio tinklalapio kontaktinių duomenų informacijos. 2013 m. spalio 20 d. respondentams buvo išsiųsti pakartotini laiškai su prašymu ir priminiu, dėl anketos užpildymo. Iš viso išplatintos 75 anketos respondentams, 18 respondentų į anketą neatsakė. Apklausoje dalyvavusių respondentų charakteristika: vyrai 8 proc. vyrų ir 92 proc. moterų; pasiskirstymas pagal amžių: 12 proc. atstovauja amžiaus grupei 20-30 metų, 44 proc. – 31-40 m., 37 proc. – 41-50 m. ir 7 proc. respondentų priklauso 51-60 metų amžiaus grupei. Visi apklausoje dalyvavę respondentai turi aukštąjį universitetinį išsilavinimą. Daugelis respondentų (53 proc.) ŠU dirba 6-10 metų. Nuo 3-5 metų dirba 26 proc., nuo 11-15 m. dirba 11 proc., nuo 1-2 m. dirba 4 proc. darbuotojų, ir tik po 2 proc. darbuotojų dirba iki 1 metų, nuo 16-20 m. ir daugiau nei 20 metų.

Šiaulių universiteto studijas aptarnaujančio personalo požiūrio į studijas tyrimo rezultatai

Tyrimu nustatyta, kad darbuotojai jaučiasi įtraukti į sprendimų priėmimą (88 proc.), taip pat darbuotojai sulaukia patarimo iš vadovo (88 proc.), pagyrimo už gerai atliktus darbus ir pasiektus rezultatus (69 proc.). Analizuojant administracinių priemonių taikymą, galima pastebėti, jog studijas aptarnaujantis personalas teigia, kad dažniausiai yra taikomi: įsakymai (93 proc.), instrukcijos, nuostatai, tvarkos (94 proc.), materialinė atsakomybė (92 proc.) bei užduočių delegavimas (96 proc.). Mažiausiai yra taikomas papeikimo skyrimas darbuotojui (21 proc.) bei atleidimas iš darbo (17 proc.), tai reiškia, jog tiesioginis vadovas ir darbuotojas sugeba bendrauti sėkmingai, sprendžiant iškilusias problemas, analizuojant jų atsiradimo priežastis bei jų nepasikartojimo galimybes. Daugelis respondentų teigia, jog yra jiems deleguojamos užduotys iš vadovo (96 proc.), tačiau darbuotojų viena iš pagrindinių funkcijų ir yra atlikti vadovo paskirtas užduotis (2 pav.)



2 pav. Vadovo užduočių delegavimas darbuotojams (N=57)

Iš pateiktų duomenų 3 paveiksle matyt, kad vadovai darbuotojams užduotis deleguoja nurodant laukiamus rezultatus, atliktus terminus, atsižvelgiant į darbuotojų kompetenciją. Respondentų nuomone vadovas tiksliai apibrėžia laukiamus rezultatus ir atlikimo terminus (96 proc.) bei suteikia visą reikalingą informaciją ir priemones (92 proc.). Vadovai atsižvelgia į darbuotojų kompetencijas (90 proc.), bet užduotis deleguoja vis tiems patiems darbuotojams (87 proc.), darbuotojas privalo iškilus klausimui ar problemai, atliekant užduotį, pranešti apie tai vadovui, kuris ir priims sprendimo būdą.

Respondentai pritaria kiekvienai užduočių delegavimo funkcijų efektyvumui. Respondentai teigia, kad delegavimo funkcija yra ugdomas atsakomybės jausmas (94,5 proc.), paskatinama imtis iniciatyvos (78,2 proc.), keliama dalykinė kompetencija (80 proc.), efektyviai panaudojama kompetencija ir patirtis (83,6 proc.).

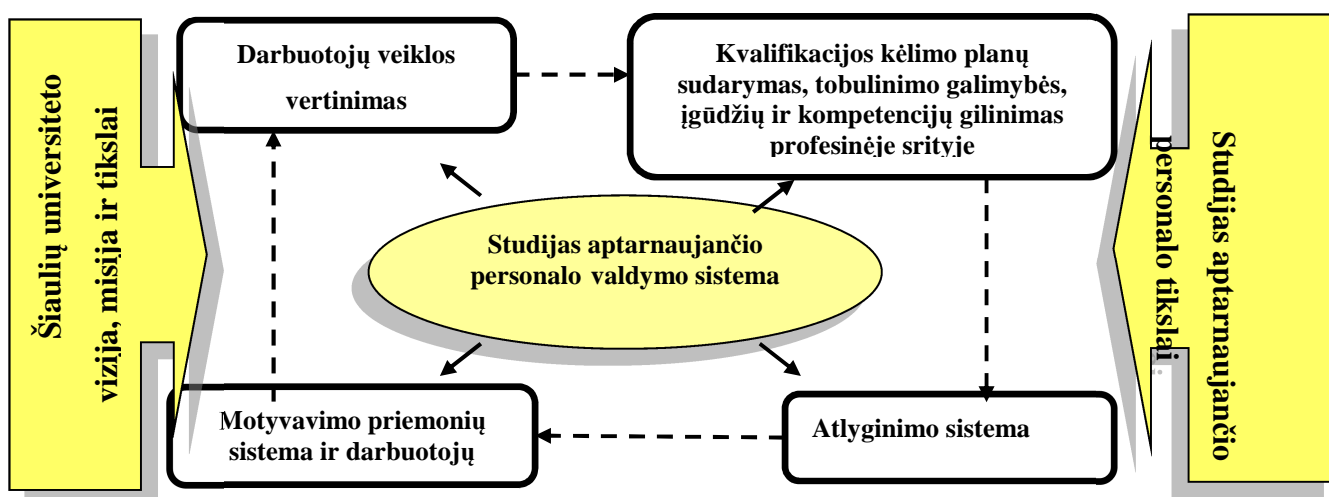
100 proc. respondentų teigia, jog vadovas turėtų sudaryti tokią aplinką, kurioje darbuotojai galėtų pilnai išnaudoti savo potencialą ir atrasti naujus gebėjimus, užtikrinančius darbuotojų ir organizacijos augimą bei išorinį pranašumą ir užtikrinti darbuotojų dalyvavimą sprendžiant svarbiausias problemas, nuolat plėsti savikontrolę. Taip pat 100 proc. respondentų teigia, kad vadovas turėtų siekti, kad žmogiškųjų išteklių valdymas būtų naudingas ir sukurtų tokią aplinką, kurioje visi galėtų išnaudoti savo galimybes bei 98,2 proc. mano, jog vadovas turi suteikti laisvę darbuotojams rutiniuose klausimuose. Respondentams labai svarbu būtų, jog vadovas skatintų žmogų jaustis svarbiu, suteikti informaciją darbuotojams, išklausti jų nuomonę dėl savo planų (100 proc.).

Netgi 89,1 proc. respondentų gerbia savo tiesioginį vadovą, tai leidžia pagrįsti prieš tai nagrinėtus vadovo ir darbuotojo bendravimo būdus, kad vadovai stengiasi išlaikyti gerus darbinius santykius su darbuotojais, tam kad būtų tinkama atmosfera darbe ir ne jaustųsi diskomfortas. Daugiau nei pusę respondentų (51,9 proc.) mano, jog darbas yra pagrįstas pasitikėjimu ir atsakomybe, tačiau tik 34,6 proc.

respondentų didžioji organizacija, kurioje dirba, netgi 76,3 proc. galvoja keisti darbo vietą, o 80 proc. respondentų teigia jog dirba šioje organizacijoje, nes neranda geriau.

Mažiausiai susiduria su šiomis problemomis: įtemti santykiai su kolegomis (10,9 proc.), informacijos stoka atliekant užduotis (13,2 proc.), netinkamos tiesioginio vadovo požiūris į darbuotoją (12,7 proc.), vadovo atsakomybės neprisirišimas ir vengimas (5,4 proc.) bei kvalifikacijos trūkumas (7,3 proc.). Didžiausias problemas respondentai išskiria šias: neaiški dirbamo darbo vertinimo sistema (81,5 proc.), netinkamai paskirstyti darbo krūviai (90,9 proc.), netinkama darbo užmokesčio sistema (88,9 proc.).

Atlikus literatūros ir išanalizavus tyrimo duomenis, galima teigti, kad norint pasiekti kuo geresnių darbo rezultatų ir darbuotojų pasitenkinimo darbą, reikėtų įdiegti ŠU studijas aptarnaujančio personalo valdymo sistemą (žr.3 pav.)



3 pav. Studijas aptarnaujančio personalo valdymo sistemos tobulinimo gairės

Studijas aptarnaujančio personalo valdymo sistema būtų siekiama bendrų organizacijos ir darbuotojų tikslų, naudojantis tam tikromis žmogiškųjų išteklių valdymo funkcijomis. Pirmiausia turėtų būti darbuotojų veiklos vertinimo sistema, kurios pagrindiniai tikslai tokie: organizuoti kryptingą darbuotojų mokymo ir kvalifikacijos kėlimo ir tobulinimo sistemą bei siekti efektyviau paskirstyti priedus labiausiai nusipelnusiems darbuotojams. Siekiant organizuoti kryptingą darbuotojų mokymo, kvalifikacijos kėlimo ir tobulinimo sistemą, gali būti pritaikomas vienas iš pagrindinių metodų, tai vertinamojo pokalbio metodas, kurį naudodamas tiesioginis vadovas išsiaiškintų darbuotojų žinių, gebėjimų privalumus ir trūkumus, stipriąsias bei silpnąsias savybes ir remiantis gautais rezultatais sudarytų tolesnius darbuotojų kvalifikacijos kėlimo, mokymosi planus.

Kvalifikacijos kėlimo, mokymosi ir tobulinimosi planų sudarymas leistų darbuotojams sistemingai kelti savo kvalifikaciją, nuolat tobulėti, gilinti savo kompetencijas ir profesines žinias ir įgūdžius, tam kad būtų pasiekti kuo geresni, efektyvesni ir kokybiškesni darbo rezultatai. Darbuotojų veiklos vertinimas ir

kvalifikacijos kėlimo, mokymų ir tobulinimo planų sudarytas leistų nustatyti tikslingą atlyginimo sistemą. Darbuotojai žinotų kokiose veiklos srityse jiems dar reikia tobulėti ir siekti didesnio darbo užmokesčio, kuris galėtų patenkinti darbuotojo poreikius. Norint universitete siekti efektyvesnės priedų, vienkartinių piniginių išmokų skyrimo sistemos, reikėtų, kad universiteto vadovybė, atsižvelgdama į darbuotojų nuomonę, sudarytų darbų, nuopelnų, ypatingų savybių, nepageidaujamų poelgių sąrašą. Remiantis tokiu sąrašu, būtų efektyviausia skirti vienkartinės pinigines išmokas, priedus. Darbuotojai būtų patenkinti išmokomis ir tuo pačiu būtų motyvuoti siekti geresnių rezultatų, būtų išsaugoti didžiausią kompetenciją turintys darbuotojai, atlyginimo struktūra ir skatinimo taisyklės būtų teisingos ir priimtinos darbuotojams. Studijas aptarnaujančio personalo sistemos įdiegimas, parodytų darbuotojams, jog jie yra labai svarbūs universitetui, kaip organizacijos tikslų siekėjai, tikintys universiteto sėkme ir įsitraukiantis į sprendimų priėmimą siekiant kuo geresnių darbo rezultatų.

Išvados

1. Žmogiškųjų išteklių valdymas yra informacijos apie visus organizacijos darbuotojus ir atliekamus darbus surinkimas, personalo pritraukimas, ugdymas ir tobulinimas siekiant išlaikyti efektyvią darbo jėgą bei sudarant saugią aplinką darbuotojams, siekiant darbuotojų ir organizacijos gerovės. Žmogiškieji ištekliai yra potencialiai kūrybiški ir kompleksiški organizacijos ištekliai, kurių elgseną veikia daugybė skirtingų veiksnių, kurios inicijuoja tiek vidinės žmogaus elgsenos priežastys tiek jį supančios aplinkos įtaka. Todėl, tam kad būtų lengviau valdyti žmogiškuosius išteklius yra išskiriamos pagrindinės ŽIV funkcijos: *personalas* (tai visi organizacijoje dirbantys žmonės, jų turimi įgūdžiai, gebėjimai, žinios ir patirtis, leidžiantys dirbti organizacijai reikalingus darbus, todėl personalą reikia tinkamai planuoti, atlikti darbų analizę, verbavimą bei atranką); *atlyginimas* (darbo apmokėjimo sistemos sprendimai ir administravimas, taip pat tai apima darbo vertinimo, darbų vykdymo ir motyvavimo priemonės); *darbuotojų ugdymas* (mokymo poreikio analizavimas siekiant garantuoti, kad darbuotojai įgytų sėkmingam darbui reikalingų ir organizacijai naudingų žinių bei įgūdžių); *darbuotojų išlaikymas* (darbo saugos administravimas bei sveikatos ir gerovės politika); *darbo santykiai* (užtikrinti gerus darbuotojų ir vadovų santykius, įtraukti darbuotojus į sprendimų priėmimą, kad galėtų jaustis reikšmingi ir naudingi organizacijai). Žmogiškųjų išteklių valdyme labai svarbus yra vadovas ir vadovavimo poveikio priemonės. Kiekvieno darbuotojo poreikiai yra labai individualūs ir patenkinami yra įvairiomis priemonėmis, kai kurios priemonės, efektyvios ir tinkamos vienu atveju, kitu gali būti visai nenaudingos. Todėl vadovai savo arsenale turi turėti jų daug ir sugebėti pasinaudoti tinkamiausiomis. Šios priemonės turi apimti visus galimus personalo valdymo aspektus ir sudaryti ištiesią priemonių kompleksą. Labai svarbu vadovui tinkamai parinkti elgesio normas, tam kad būtų pasiektas kuo

geresnis bendravimas su darbuotojais, kuris padėtų užtikrinti gerą atmosferą darbe, įtraukiant darbuotojus į sprendimų priėmimą, būtų užtikrintas efektyvus ir kokybiškas darbo rezultatyvumas, bei darbuotojo pasitenkinimas organizacija.

2. Šiaulių universitete, darbuotojai jaučiasi įtraukti į sprendimų priėmimo organizacijoje, tiesioginiai vadovai palaiko gerus santykius su darbuotojais, suteikia visą reikiamą informaciją užduotims atlikti, vadovai apibrėžia laukiamus rezultatus bei darbų atlikimo terminus. Šie veiksniai suteikia konkretumo darbuotojams atliekant užduotis ir siekiant kuo geresnių darbo rezultatų. Darbuotojai jaučia nepasitenkinimą darbo užmokesčio sistema, karjeros galimybėmis, bei dideliais darbo krūviais. Aptarnaujančio personalo nepasitenkinimo priežastis lemia, blogėjanti Lietuvos aukštųjų mokyklų padėtis dėl švietimo ir mokslo reformų bei studentų skaičiaus mažėjimo, todėl gaudami mažiau pajamų yra taupoma. Mažėjant darbuotojų skaičiui didėja krūviai.

Literatūros sąrašas

1. Armstrong, M., Murlis, H. (2007), *Reward Management: A Handbook of Remuneration Strategy and Practice*, UK
2. Bakanauskienė, I. (2008), *Personalo valdymas*. Kaunas: Vytauto Didžiojo universitetas.
3. Baršauskienė, V. (2007), *Žmogiškųjų išteklių vadyba*. Kaunas: Technologija.
4. Beer, M., Spector, B., Lawrence, P., Mills, D., Walton, R. *Human Resources Management: A General Manager's Perspective*. New York: Free Press, 1985
5. Delahaye, B., Caillaud, B., Legay, A (2011). Probabilistic contracts: a compositional reasoning methodology for the design of systems with stochastic and/or non-deterministic aspects *Form Methods Syst Des* (2011) 38: 1–32 DOI 10.1007/s10703-010-0107-8
6. Dessler, G. (2001). *Personalo valdymo pagrindai*. Kaunas: Poligrafija ir informatika.
7. Drucker, Peter F. (2007) *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*, USA
8. *European Union Politics*. (2010). Ed. M. Cini, N. Perez-Solorzano Borrigan. Oxford: Oxford University Press. 530 p.
9. Fombrun, C. J., Tichy, N. M., Devanna, M. A. (1984), *Strategic human resource management*. New York: Wiley.
10. Guest, D. (1987). Human resource management and industrial relations. *Journal of Management Studies*, 24(5): 503–521.
11. Yaping L., Jingfang J. (2007), *Human capital Investment for Firm: An Analysis*, *Management Science & Engineering* 1 (2): 29-35.
12. Korsakienė R., Lobanova L., Stankevičienė A., (2011), *Žmoniškųjų išteklių valdymo strategijos ir procedūros*. Vilnius: Technika.
13. Norbert, T., Adrian, R. (2004). *Viešoji vadyba*. Vilnius: Lietuvos teisės universitetas.
14. Stankevičienė A., Korsakienė R., Liučvaitienė A. (2009), *Žmogiškųjų išteklių valdymo strategijos rengimo teoriniai ir praktiniai aspektai: Lietuvos telekomunikacijų sektoriaus atvejis*. *Verslas: teorija ir praktika* 10 (4): 276-284.

-
15. Sakalas, A. (2003), *Personalo vadyba*. Vilnius.
 16. Stankevičienė, A., Lobanova, L., (2006), *Personalo vadyba organizacijos sistemoje: mokomoji knyga*. Vilnius: Technika.
 17. Stoner J., Freeman R., Gilbert, D., (2000), *Vadyba*. Kaunas: Poligrafija ir informatika.
 18. Sparrow, P., Hiltrop, J. M. (1994), *European Human Resource Management in Transition*. London: Prentice-Hall
 19. Šalčius, A., Šarkiūnienė, I., (2011), *Žmoniškųjų išteklių valdymas: mokomoji knyga*. Vilnius: Vilniaus universitetas.
 20. Underis, V. (2008). Tinkama personalo valdymo strategija ir politika – svarbi verslo sėkmės sąlyga. [Žiūrėta 2014-02-17]. Prieiga per internetą: <<http://www.trainings.lt/?pid=7&id=11>>.
 21. Vaitkevičius, S., (2006), Modelling of Strategic Analysis in Strategic Management. *Engineering economics*. No 4 (49). [interaktyvus]. [žiūrėta 2012 m. kovo 20 d.]. Prieiga per internetą: <S Vaitkevičius - Inžinerine Ekonomika–Engineering Economics, 2006 - doaj.org>.

GLAMŪRINIO TURIZMO VIETA ŠIUOLAIKINIO TURIZMO INDUSTRIJOJE

Smoljakova A., Švagždienė B.

Lietuvos sporto universitetas

Anotacija. Šiuolaikinis turizmas, tai sparčiai besivystantis socialinis fenomenas, aktuali žmogaus veiklos sritis, išsilavinimas, vartojimas, laisvalaikis, žmogaus sąveikos su pasauliu sistema. Būdamas tyrimų centre, turizmas aktyviai sąveikauja su kultūros, švietimo, pramogų, žiniasklaidos sritimi, taip suteikdamas galimybę išanalizuoti ir nustatyti jo akivaizdžių ir paslėptų išteklių teigiamas praktines sritis. Lietuvoje nuo 1990 metų turizmas įgijo socialiai diferencijuotą pobūdį ir buvo visiškai komercijuotas, tapęs viena iš pirmųjų pramonės šakų perėjusių į verslumo veiklos sritį. Jis dera prie rinkos ekonomikos erdvės ir net prisidėjo prie jos formavimo. Vartotojai pradėjo patys mokėtis už savo išsirinktas keliones, nesitikėdami valstybės ir profesinių organizacijų paramos. Daugumai galimybė išvykti į užsienį, tapo viena iš didžiųjų nepriklausomybės atkūrimo pergalių. Turistinio judėjimo aktyvumą lydi milžiniškos ekonomikos ir kultūros transformacijos. Šiuolaikinis turistai yra kokybiškas naujos socialinės realybės dalyvis. Keliaujančio žmogaus turizmo praktikoje vizualinį ir virtualų kelionės įsivaizdavimą lemia madingas kelionės maršrutas, tuo pačiu metu skatinantis nuosavą turistų įvaizdžio formavimą, kurio arsenalas XXI amžiuje pasipildė mobiliuoju telefonu, kreditine kortele, skaitmeniniu fotoaparatu, nešiojamuoju kompiuteriu ir navigacine sistema. Naujos media-realybės sąlygos, formuoja ir kuria naujas turizmo rūšis. Vienos iš jų yra virtualiosios, kitos turi naujus atspindžius – tai glamūrinis turizmas. Glamūrinis turizmas apjungia poilsinio ir pažintinio-kultūrinio turizmo rūšis. Glamūriniai turistai- tai žmonės turintys didelį prabangos ir grožio derinio pojūtį, yra ekonomiškai nepriklausomi. Analizuojant glamūrinį turizmą, svarbu aptarti ir glampingą- taip glamūrinis kempingas

Aktualumas. Šiuolaikinis turizmas, tai sparčiai besivystantis socialinis fenomenas, aktuali žmogaus veiklos sritis, išsilavinimas, vartojimas, laisvalaikis, žmogaus sąveikos su pasauliu sistema. Būdamas tyrimų centre, turizmas aktyviai sąveikauja su kultūros, švietimo, pramogų, žiniasklaidos sritimi, taip suteikdamas galimybę išanalizuoti ir nustatyti jo akivaizdžių ir paslėptų išteklių teigiamas praktines sritis. Vienas iš tokių išteklių yra XI a. susiformavusi nauja turizmo rūšis- glamūrinis turizmas. Jis apjungia poilsinio ir pažintinio-kultūrinio turizmo rūšis su šlakeliu verslo turizmo. V. Zverevos (2006) teigimu glamūriniai turistai- tai žmonės turintys didelį prabangos ir grožio derinio pojūtį, kišenei nestokojantys pinigų, nes iš esmės glamūrinio turizmo ypatybė ta, kad jis apjungia tik tam tikro sluoksnio žmones- nebeturinčius kur dar išleisti pinigus. Šiuolaikinės visuomenės stiliuje glamūro dominavimas ėmė blėsti ir perėjo į kitą lygį, įsitvirtino beveik visose gyvenimo srityse. Atrodo visai neseniai laukinis poilsis atrodė mums pačiu pigiausiu variantu, kur glamūriui nėra vietos, bet dabar jis virto vienu iš brangiausių ir pelną nešančių verslų. Glampingas- taip šiandien vadinamas glamūrinis kempingas (šaltinis <http://yaostrov.ru/>). Problema yra ta, kad ši verslo rūšis yra mažai išnagrinėta. Anot Y. Kakicevos (2010) glamūrinis turizmas turi dideles perspektyvas visame pasaulyje ir užima aukštas pozicijas inovacijų tarpe. V. Novikovas (2007) teigia, kad inovatyvioje veikloje turizmo verslas remiasi į sukauptų žinių bagažą. Norint pradėti įgyvendinti naujas idėjas ir kurti naujus turizmo paskirties objektus reikėtų, tik po detalaus tiek praeities, tiek dabarties darbo formų ir metodų studijavimo. Gilus veiklos srities supratimas leidžia numatyti pokyčius ir pralenkti konkurentus. Išsiaiškinus ir susipažinus detalčiau su glamūrinio turizmo koncepcija ir galimybėmis galima būtų bandyti diegti šią paslaugą ir Lietuvoje. Dėl šių priežasčių ir pasirinkau **Objektą-** glamūrinį turizmą, kaip inovatyvią turizmo rūšį. **Straipsnio tikslas** – atskleisti glamūrinio turizmą vietą šiuolaikinio turizmo industrijoje

Uždaviniai: 1. Apibrėžti šiuolaikinio turizmo ir glamūrinio turizmo esmę. 2. Išryškinti glamūrinį turizmą, kaip inovatyvią turizmo rūšį. 3. Pristatyti glampingą, kaip glamūrinio turizmo traukos objektą.

Šiuolaikinio turizmo ir glamūrinio turizmo teorinė esmė

Šiuolaikinis turizmas, tai sparčiai besivystantis socialinis fenomenas, aktuali žmogaus veiklos sritis, išsilavinimas, vartojimas, laisvalaikis, žmogaus sąveikos su pasauliu sistema. Būdamas tyrimų centre, turizmas aktyviai sąveikauja su kultūros, švietimo, pramogų, žiniasklaidos sritimi, taip suteikdamas galimybę išanalizuoti ir nustatyti jo akivaizdžių ir paslėptų išteklių teigiamas praktines sritis.

Lietuvoje nuo 1990 metų turizmas įgijo socialiai diferencijuotą pobūdį ir buvo visiškai komercijuotas, tapęs verslo industrijos dalimi. Jis dera prie rinkos ekonomikos erdvės ir net tapo jos formavimo komponentu. Vartotojams tapo prieinamos naujos kelionės galimybės, kurių neribojo įvairios organizacijos. Daugumai atsiradusios naujos keliavimo kryptys tapo galimybe išvažiuoti į užsienį, pažinti tolimus kraštus ir laisvai planuoti savo atostogas. Anot A. Fenko (2007) turistinio judėjimo aktyvumą lydi milžiniškos ekonomikos ir kultūros transformacijos. Pagrindinės šiuolaikinio turizmo sudedamosios

dalys yra pažintis, kultūrinis, rekreacinis, ekstremalus ir atsiranda naujos virtualus, politinis. Virtualus turizmas sukelia vis didesnę susidomėjimą naujausių technologijų dėka. Jis siūlo įvairias realių kelionių alternatyvas iš esmės jų nekeičiant. Taip pat šiuolaikinis greitai besivystantis, kultūrinis, pažinimo, rekreacinis, politinis, ekstremalus, virtualus ir kitokių rūšių turizmas turi įtakos Europos identiteto formavimui. (Fenko, 2007). Politinis turizmas atsispindi oficialiuose valstybės vadovų susitikimuose išvykoje, tarptautiniuose forumuose, kurie yra aktyviai transliuojami žiniasklaidos pasaulyje. Turizmo ir svetingumo srities masinio informavimo priemonių rinka yra labai plati šiandienos pasaulyje, didėja ir jų poveikis turistų paklausos formavime.

Šiuo metu turistų keliavimo patirtis yra labai įtakojama socialinių faktorių, tokių kaip pajamos, įvairių socialinių grupių ir organizacijų narystė. Turizmo patirtis yra svarbus šiuolaikinio žmogaus gyvenimo komponentas, siekiančio ne tik visas jėgas skirti darbui, bet ir įvairiai bei komfortiškai keliauti ir ilsėtis. Pasak A. Fenko (2007) ji pasižymi dideliu vertybių, pageidavimų asmeninės motyvacijos, turistinio vartojimo stilių spektru, turi didelį diferenciacijos laipsnį nuo socialinio iki glamūrinio turizmo. Turizmo praktikoje atsiranda socialinis-ekonominis gyvenimo kokybės rodiklis, bei kultūrinis asmens įvaizdis. Žmonių neturinčių lėšų arba labai retai keliaujančių, palyginti su keliaujančiais dažnai jis yra daug mažesnis. Viena vertus, turizmas leidžia asmeniui tobulėti, tenkinantis išpūdžiais, realizuojant komunikaciją su didžiuliu išoriniu pasauliu. Kita vertus, konkretaus asmens turistiniai pageidavimai formuojami remiantis viešąja nuomone, išorinėmis aplinkos, mados, padėties visuomenėje sąlygomis, kai vyksta aktyvus asmeninių išpūdžių, vertybių reikmių transliavimas, konvertavimas mus supantiems asmenims iš didelio išorinio pasaulio į kasdieninį. Anot P. Štomkos (2006) šiuolaikinio turizmo sociokultūrinė veikla yra individualios turistų strategijos vykdymas, pavyzdžiui, apsilankius kelionių agentūroje kiekvienam klientui parenkama kelionė pagal jo norus ir finansines galimybes, o ne tiesiog pasiūloma išsirinkti iš sąrašo. Objektyvūs jos įgyvendinimo veiksniai yra kelionės paslaugų įsigijimo prieinamumas, pasiūlos turizmo rinkoje įvairumas, turizmo mados tendencijos. Subjektyvus veiksniai apima pajamas, asmeninius pageidavimus bei asmeninę turizmo patirtį. Šiuolaikinių turistų kelionių organizavimo galimybės yra labai įvairios: tarpininkaujant kelionių organizatoriams ar agentūroms, nepriklausomai, interneto pagalba, tai yra mėgėjiško turizmo rėmuose.

Šiuolaikiniai turistai – pragmatiški turizmo produktų vartotojai: poilsinės kelionės vertė t.y. ekonominis, bet jokių būdu ne politinis faktorius, kaip ir anksčiau yra pagrindinė keliavimo kliūtis. Profesionalios kelionių agentūros bendradarbiaudamos su žiniasklaida kuria ir transliuoja „kitų“ kultūrų vaizdus. Turizmo patirtis aktualizuoja lankytinų vietų ir kraštovaizdžio gamybos ir vartojimo problemas, jų įvaizdžio ir prekės ženklų dizainą ir virtualizaciją. Turizmo vaizdai žiniasklaidoje tarnauja, kaip objekto, maršruto, tikslo populiarinimas, formuojant jo patrauklumą ir žinomumą siekiant skatinti turizmo rinką. Turizmo praktikos metu pristatomos asmeniui ir žmonių grupei svarbios sociokultūrinės vertybės,

kaip kuriamo identiteto komponentas. Turizmas prisideda prie didėjančio mobilumo strategijos realizavimo visuomenėje. Mes esame naujos turizmo realybės intensyvaus kūrimo, per naujausias masinės informacijos ir telekomunikacijų technologijas, liudininkai.

Pastarųjų metų socialinės apklausos duomenimis, turizmas tapo įprastas dalykas viduriniajai klasei: užsienyje praleistos atostogos tampa šio dalyko charakteringu bruožu. Svarbiu kelionės į užsienį atrankos faktoriumi tampa jos kaina, taip pat ir geopolitinė situacija, teroristinių aktų tikimybė, žmogaus sukeltų ir stichinių nelaimių galimybė priimančioje šalyje. Šiuolaikinių turistų individuali strategija proporcinga bendrai gyvenimo trajektorijai, iš vienos pusės nepriekaištingai planuojamai iš kitos sunkiai nuspėjamai. Turizmas yra socialinio statuso, stiliaus ir gyvenimo būdo apraiška. Svarbus įvaizdžio komponentas turizmo rinkoje yra šiuolaikinių turistų suvokimo keitimas atostogų užsienyje, verslo kelionių metu.

Apibendrinant galima teigti, kad šiuolaikinis turizmas aktyviai plečia savo gretas įtraukdamas vis naujas turizmo rūšis. Šiuo metu vyksta aktyvi turistinės patirties stiliaus režisūra masinės informacijos priemonių pagalba, formuojančiomis turistinių vietų, šalių, turizmo ir svetingumo įmonių- viešbučių tinklų, restoranų, transporto įmonių kelionių organizatorių ir kelionių agentūrų vizualizaciją. Vartotojai su dideliu pasitikėjimu priima specializuotos turizmo žiniasklaidos medžiagą, internetiniuose forumuose ir tinklaraščiuose pateiktą žmonių nuomonę, jų kelionių išpūdžius. Tai yra esminis dalykas į kurį reikėtų atsižvelgti formuojant naujus produktus ir pristatant juos šiuolaikinei visuomenei. Taip pat susipažinus su šiuolaikiniu turizmu matome, kad ji papildo vis naujos turizmo rūšys. Viena iš tokių rūšių glamūrinis turizmas.

Glamūrinis turizmas - nauja turizmo rūšis

Glamūras – dvidešimtajame amžiuje susiformavęs reiškiny, padaręs didelę įtaką visai mados industrijai. Visuomenėje šis žodis vartojamas gan dažnai. Dievinami *glamūrinio* stiliaus drabužiai, įvaizdis ir gyvenimo būdas. Žodis *glamūras* buvo įtrauktas į žodyną palyginti neseniai (nuo 2001 metų) ir plačiai paplito šiuolaikinėje literatūroje, kino scenarijuose, interneto bloguose bei literatūroje, žiniasklaidos erdvėje. Žodis *glamūras* suvokiamas labai įvairiai. Daugelis mokslininkų siekia apibūdinti šią sąvoką įvairių tipų diskurso sistema (žr. 1 lent.):

1 lentelė. Žodžio glamūras suvokimas, remiantis skirtingus šaltiniais

Šaltinis	Suvokimas
Tarptautinis anglų kalbos žodyno	Kažkas žavingo, kerinčio, traukiančio akį;
Holivudiška glamūro sąvoka	<i>Glamūriška</i> tapo pabrėžtinai puošnu, moteriška ir akinančiai prabangu;
Žodžio Glam sąvoka	Apėmė viską, kas ryšku, prabangu ir seksualu;
V. Novikovas	Materialiai-kūniškos kultūros estetika;
V. Zvereva	Terminas „glamūras“- blankus;
Didysis šiuolaikinis ukrainiečių kalbos	Rengimosi, nuostabaus įvaizdžio, meną;

žodynas	
Vikipedija	Kolektyvinį prabangaus gyvenimo simbolį;
Y. Kakoceva	Savotiškas nacionalinės kultūros centras.

Iš pirmos lentelės matome, kad žodis *glamour* sutinkamas jau 1913-ųjų metų anglų kalbos žodynuose. Tuo metu tai buvo aiškinama kaip kažkas žavingo, kerinčio, traukiančio akį. Tik praėjusio amžiaus ketvirtajame dešimtmetyje Holivudas šią reikšmę susiaurino ir *glamūriška* tapo pabrėžtinai puošnu, moteriška ir akinančiai prabangu. Taip mados pasaulyje atsirado nauja *holivudiškojo glamūro* sąvoka (Gerbutavičiūtė, 2013)

Glamūras ilgainiui tapo moteriškos aprangos sinonimu, o jau aštuntajame dešimtmetyje šis žodis sutrumpėjo iki *glam* ir apėmė viską, kas ryšku, prabangu ir seksualu. Pasak V. Novikovo (2005, p.29) *glamūras*- tai naujusias rusų kalbos daiktavardis. „Tokia švelni, be menkiausios raukšlėlės, su šypseną, atidengiančia nepriekaištingus dantis, aromatinga, įvyniota ir prabangius įvairiaspalvius audinius, stangri subalansuota ir blizganti“. Autorius sutelkia dėmesį į tai, kad šiuolaikinėje sąmonėje *glamūras*, tai prabanga, blizgesys plus meilė Ir nieko daugiau. Taip pat prašmatnumas, blizgesys, grožis. V. Zverevos (2006) nuomone terminas „*glamūras*“ - blankus ir šis blankumas leidžia jam išlaikyti aktualumą, prisitaikant prie besikeičiančio turinio. Didysis šiuolaikinės ukrainiečių kalbos žodynas apibrėžia *glamūrą*, kaip: 1) rengimosi meną, mokėjimą derinti drabužius; 2) nuostabaus įvaizdžio meną. Y. Kakicevai (2010) *glamūras* asocijuojasi su trim sociokultūriniais kontekstais: 1) su prekių ir paslaugų pasauliu; 2) su mada, šou, gyvenimo būdu, tai yra tam tikrų kultūrinių praktikų sritimi; 3) su žiniasklaida, madingais žurnalais, knygomis, televizija, kuriančia vaizdus didėlei auditorijai. Manoma, kad *glamūras* išskirtinai moteriška koncepcija, apjungianti savyje sentimentalumą, žavesio ir viliojimo menus. *Glamūrinio* stiliaus elementai yra dizainerio aksesuarai, drabužiai, stilinga šukuosena. *Glamūro* plėtros galimybės visose visuomenės srityse užburia dabartinius intelektualus, kurie pripažįsta, kad *glamūras* kažkas daugiau, nei gyvenimo būdas ir įsivaizduoja jį dviem būdais:

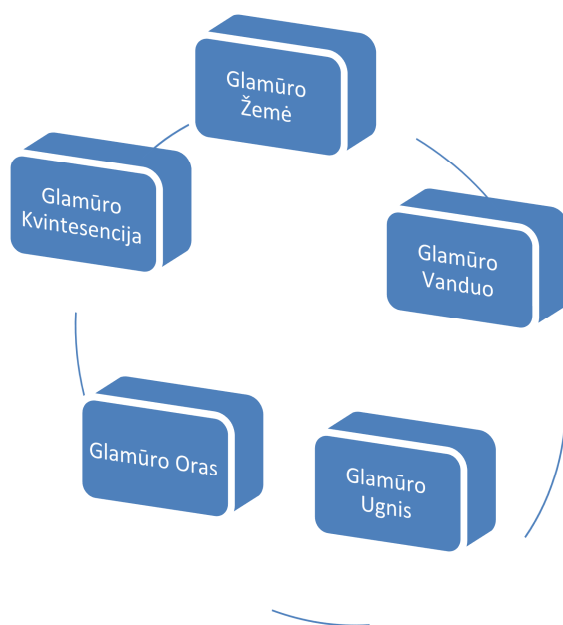
1. *Glamūras*- estetinė forma, kurią charakterizuoja ryškumas ir paprastumas, taip pat šią formą gali priimti įvairūs dabartinės visuomenės procesai;
2. *Glamūras* – bemintė mąstymo bei elgesio ideologijos įtaka, kuri plinta tarp vis daugėjančio skaičiaus žmonių, bet tuo pačiu visiškai abejingumas vertybėms, įtraukiančioms žmones į visuomenę, civilizaciją, istoriją.

Glamūras efektingai naudojamas daugelio rūšių diskurso sistemoje. Didžiausias jo dažnis Y.

Kakicevos (2010) nuomone pastebimas pokalbio metu ir surištas su duoto kalbos vieneto semantinių ribų plėtimu. Y. Kakiceva (2010) išskiria žmones, kaip *glamūrinis* visuomenės atstovus, dirbančius gamybos ir prekybos srityje (spausdintiniuose bei elektroniniuose žiniasklaidos, reklamos, šou ir t.t), gerai apmokamus, užimančius aukštesnes pareigas vadybininkus. *Glamūrinis* stilius laikomas

hierarchiniu, dėl to kad jis apsprendžia tam tikrą pajamų lygį, reikalauja žymių dizainerių prekių tikrumo, skatina neprieinamumą, įnykimą į mokslą, etikečių derinimą, išrinktųjų požiūrį iš aukšto į visus likusius.

D. Ivanovas (2008, p.13) išveda bendrą glamūro teoriją: glamūras- tai gyvenimas didelio penketo: (prabangos, egzotikos, erotikos, rožinės spalvos bei šviesių) ir karštojo dešimtuko (nominacijų, topų, apdovanojimų ir pan.) pasaulyje. Jis verčia bendrą glamūro teoriją į intelektualams pasiekiamą kalbą ir ją formuoja taip: „glamūras- tai gyvenimiškas pasaulis tų žmonių, kurių intencionali veikla formuoja intensyvią dabartį“. Autorius išskiria penkis glamūro elementus, kaip penkias pasaulio stichijas žiūrėti (1 pav.):



1 pav. Glamūro elementai, kaip penkios pasaulio stichijos. (sudaryta remiantis Ivanov, 2008))

Iš 1 paveikslo matome, autorius išskirti penki glamūro elementai yra oras, vanduo, ugnis, žemė ir kvintesensija.

- **Glamūro žemė**- prabanga kurios esmė ne daiktų kainoje, o perdėtame vartojime, peržengiančiame funkcionalumo ribas;
- **Glamūro vanduo**- egzotika kuri neapribojama gamta ir tolimųjų šalių papročiais, bet vaizduoja būvį už paprastumo ribų;
- **Glamūro ugnis**- erotika, kuri reiškia ne tik žmogaus seksualumo masinėje kultūroje atspindį, bet ir „nežmoniško“ seksualumo koncentravimą;
- **Glamūro oras**- rožinė kuri yra ne tik spalva, pagal žodyno reikšmę, bet radikalus, spalvotas problemų sprendimo būdas;
- **Glamūro kvintesencija**- šviesūs, kas reiškia ne tik šviesių plaukų spalvą, proto kontroliuojamą išvaizdą .

Glamūras tampa gyvenimiško pasaulio dalimi daugeliui verslininkų, vadybininkų, politikų, mokslininkų. Jis aptinkamas beveik visose gyvenimo srityse ir vienodai pasiskirsto tiek daiktuose, tiek

žmonėse, tiek drabužiuose tiek mintyse. Šiuolaikinėje kultūroje vienintelė reikšminga visuomenei aplinka, kur galima populiarinti save tai žiniasklaida ir socialiniai tinklai. Iš tiesų svarbų vaidmenį televizijoje atlieka glamūro efektingumas. Skatinantis sėkmę, palaikydamas daug ko pasiekusius specialistus ir tuo pat metu skatinantis mados sekimą, savęs ir savo kasdienybės transformavimą atitinkamai „nuostabumo“ nuostatoms.

Anot V. Zverevos (2006) į televizijos programas perkeliama, kai kurie žodinių, bei vaizdinių tekstų kūrimo bendrieji principai. Tai išorinis blizgesys, spindintis tvarkingas paveikslėlis, kurį galima sulyginti su gerai retušuota foto nuotrauka, reklamos žurnale. Dažniausiai naudojami vaizdavimo būdai-klipas, fragmentacija, montažas, griauantis pokalbio ar veiklos trukmę. Stambūs planai, išorėje fiksuojantys žiūrovų žvilgsnius ar veido mimikos dalis, trukdantys pasinerti giliau į vaizduojamojo objekto akivaizdžią esmę. Glamūrinio formato rėmuose komunikacija skiriama mažai žmonių daliai. Glamūrinio socialumo prieinama forma- vakarėlis, bendravimas siaurame išrinktųjų žmonių rate , priklausančių šiai kategorijai.

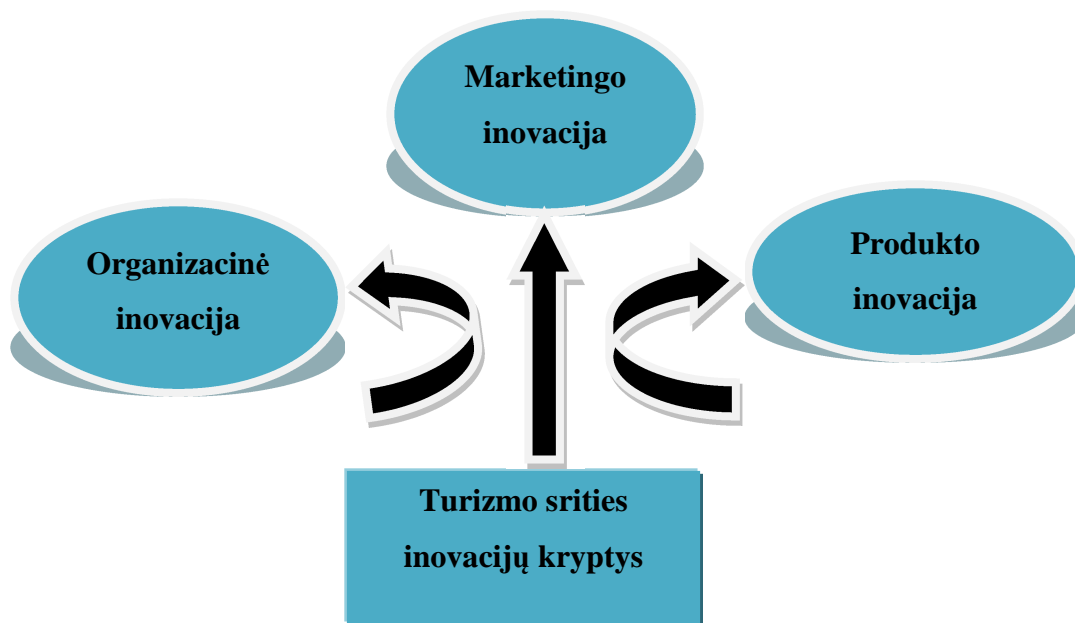
Yra žinoma, jog kalbos mada- viena iš komunikacijos formų, kai informacija perduodama iš vienu lūpų į kitas. Komunikacijos proceso dalyviams būtina pažinti vieni kitus ir būti pažintais, stebėti ir būti pastebėtais. Žvelgiant iš šios perspektyvos, demonstravimas žymiai palengvina komunikaciją tokiomis aplinkybėmis, kai pastarasis yra greitas bei paprastas. Toks komunikacijos tipas užima didelę dalį šių dienų bendravime.

Dabartinėje televizijoje daugelis televizijos laidų ganėtinai demonstratyviai ir agresyviai vaizduoja turtingų bei žymių žmonių gyvenimo aspektus. Daugelyje televizijos kanalų galime išvysti panašias laidas: „Atsargiai moterys“, „Светская жизнь с Екатериной Осадчею“, „Светская хроника с Даниилом Грачевым“, „ Ангелы и демоны“, „Žvaigždžių dešimtukas“, „KK2“, „Keeping up with the Kardashians“ pateikiančias glamūrą, kaip nacionalinės ideologijos sudedamąją dalį.

Glamūrinis turizmas, kaip inovatyvi turizmo veikla

Inovatyvioje veikloje turizmo verslas remiasi į sukauptų žinių bagažą. Pradėti įgyvendinti naujas idėjas ir kurti naujus turizmo paskirties objektus reikėtų, tik po detalaus tiek praeities, tiek dabarties darbo formų ir metodų studijavimo. Gilus veiklos srities supratimas leidžia numatyti pokyčius ir pralenkti konkurentus. Turizmo inovacijų diegimui didelę įtaką turi šalies ekonominė būklė, socialinė gyventojų padėtis, valstybinė teisės aktų sistema, taip pat tarp vyriausybiniai ir tarptautiniai susitarimai. Todėl inovacijų motyvai ir priežastys kiekvienoje šalyje yra skirtingi. Tačiau, dauguma šalių turi tam tikrų vienodų bruožų: Augantys gyventojų poreikiai susiję su gyvenimo būdu kituose regionuose ir naujų žinių įgijimu; Daugumos tradicinių ir klasikinių kelionių perteklius; Rizika prarasti atvykstamojo turizmo rinkos dalį; Didėjanti konkurencija, pasiūlos augimas; Pasaulinių produktų standartizavimas; Būtinybė riboti savų piliečių išvykimą į analogiškų sąlygų užsienio kurortus (gamta, kultūra, klimatas);

Harmoningas patrauklių poilsio ir kelionės sąlygų apjungimas (gamtinių ir kultūrinių ypatumų, rekreacinių laisvalaikio praleidimo būdų, specifinių prekių ir specialių turistinių paslaugų pardavimas) pilnam pačių reikliausių klientų poreikių patenkinimui; Technologinė revoliucija ir ekonominių paslaugų plėtra; Perėjimas nuo ekonomikos pasiūlos prie paklausos. (Novikovas, 2007). Inovacijos turizmo srityje plečiasi trimis kryptimis (žr. 2 pav.):

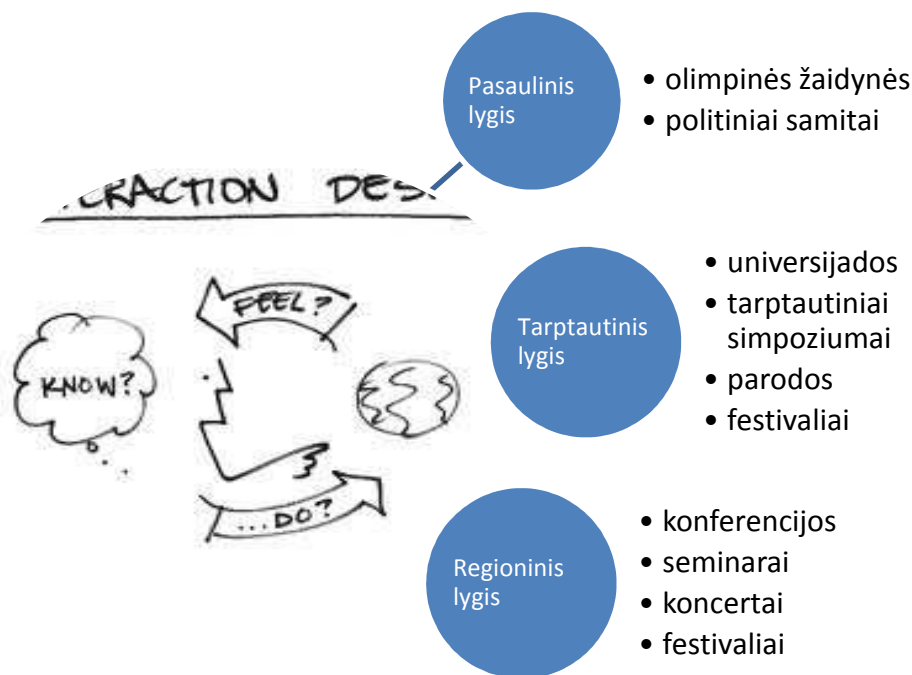


2 pav. Turizmo srities inovacijų kryptys. (sudaryta remiantis V. Novikovu, 2007)

Iš 2 paveikslo matome, kad naujovių diegimas (organizacinė inovacija) susijęs su įmonės plėtros ir turizmo verslo sistema ir valdymo struktūra, įskaitant restruktūrizavimą, konsolidavimą, konkuruojančių subjektų įsigijimą remiantis naujausia technika ir pažangiomis technologijomis; personalo politika (darbuotojų keitimas, kvalifikacijos kėlimo sistema, darbuotojų motyvacija ir persikvalifikavimas; patikimesnė ekonomikos ir finansų veikla (modernių apskaitos formų ir finansinės atskaitomybės įvedimas, užtikrinantis tvirtas pozicijas ir įmonės vystymąsi). Viena iš sudedamųjų dalių yra marketingo rinkos naujovės, leidžiančios aprėpti tikslinių klientų poreikius arba pritraukti naujus, šiai dienai nepaliestus žmones. Ir paskutinė (produkto inovacija), periodinės naujovės kuriomis siekiama pakeisti turizmo produkto vartotojų savybes, jo pozicionavimas ir suteikti konkurenciniai privalumai.

Šiandiena viena iš inovacijos rūšių yra turizmo subjektų ir objektų stiliaus tobulinimas. Šiuolaikinė turizmo pramonė glaudžiai bendradarbiauja su visuomene, viešaisiais ryšiais, kuriais siekiama formuoti ir reklamuoti turimą objektą, siekiant didinti konkurencingumą taip pat ir savęs aktualizavimą, apsisprendimą, kolektyvinių ir individualių socialinių programų ir strategijų realizavimą.

N. Pakrovskij (2008) pabrėžia, kad turizmo objekto įvaizdžio formavimas, jo reputacijos strateginis valdymas pasiekiamas planuojant ir organizuojant viešųjų ryšių kampanijas, įtraukiant visas suinteresuotas šalis. Turizmo patirties ir viešųjų ryšių sąveika galima diferencijuoti pagal lygius (žr. 3 pav.):



3 pav. Turizmo patirties ir viešųjų ryšių sąveikos lygiai (sudaryta, remiantis N. Pakrovskiu (2008))

Iš paveikslo matome turizmo patirties ir viešųjų ryšių sąveikos išskirstymą pagal lygius:

Pasaulinis lygis. Turizmo plėtros strategijoje, didžiausia daugelio šalių sėkmė susijusi su didžiulio masto renginių pravedimu, pavyzdžiui 2014 metų Sočio olimpinės žaidynės. Organizuojant šias žaidynes, masinės informacijos priemonės dirbo padidintu režimu.

Tarptautinis lygis. Svarbi informacinės paramos turizmo sektoriuje kryptis yra parodų veikla. Lietuvos parodų ir kongresų centre „Litexpo“ Vilniuje 2014 m. sausio 24-26 dienomis vyko 2-oji tarptautinė turizmo, sporto ir laisvalaikio paroda ADVENTUR 2014 suvienijusi centinę ir regionines bei užsienio turizmo ministerijas, stambiausius kelionių organizatorius, transporto įmones, viešbučius, restoranus, sanatorijas, mokomąsias įstaigas ir žiniasklaidą.

Regioninis lygis. Pavyzdžiui Festivalis “Bliuzo Naktys” – tai seniausias muzikos festivalis Lietuvoje, vykstantis po atviru dangumi vasaros metu.

Šiandienos žiniasklaidos pasaulyje ypatingą vietą užima informacinė proga. Taip 2009 metais Lietuva atšventė 1000-metį. Šia proga buvo paruošta 120 meno projektų ir daugiau nei 900 kultūrinių renginių. Vilnius pirmasis iš naujai priimtų ES narių kartu su Austrijos miestu Lincu buvo pripažintas Europos kultūros sostine. Žurnalas «TheTimes» įtraukė Vilnių į vieną iš gražiausių ir nebrangių pasaulio miestų (šaltinis Антикризисный отдых по-литовски / Туризм: практика, проблемы, перспективы. 2009, апрель. С. 16). Artimų Lietuvai valstybių leidiniai tą progą ėmė leisti informacinius leidinius, pavyzdžiui Rusijoje specializuoti turistiniai leidiniai publikavo straipsnius apie Lietuvos turizmą, atsižvelgdami į paskirties populiarumą, kaip sovietmečiu, taip ir dabar.

Apibendrinant galima teigti, kad šiuolaikinis žmogus gali būti apibūdinamas, kaip „žmogus keliaujantis“, kurio turizmo patirtyje nuotrauka yra svarbus komponentas. Fotografavimas ne tik nustato madingą kelionės maršrutą, bet taip pat prisideda prie šiuolaikinio turistų įvaizdžio. Harmoningo lankytinų vietų, žmonių vaizdo, nuotraukos pagalba sukūrimas sujungia individualią biografiją su istorine visuomenės atmintimi.

Išvados

1. Išanalizavus šiuolaikinio ir glamūrinio turizmo teorinius aspektus, galima teigti, kad šiuolaikinis turizmas, tai sparčiai besivystantis socialinis fenomenas. Būdamas nuolatinių tyrimų centre jis suteikia galimybę išanalizuoti ir nustatyti jo akivaizdžių ir paslėptų išteklių teigiamas sritis. Poilsinės kelionės vertė t.y. ekonominis faktorius, kaip ir anksčiau yra pagrindinė keliavimo kliūtis, bet gerėjant gyvenimo kokybei atsiranda ir brangių paslaugų poreikis. Todėl susiformuoja nauja turizmo rūšis- glamūrinis turizmas. Jis apjungia poilsinio ir pažintinio-kultūrinio turizmo rūšis su šlakeliu verslo turizmo.
2. Išanalizavus inovacijas turizmo srityje priename išvadą, kad inovacijos neįmanomos be naujovių diegimo. Virtualus turizmas tampa sudėtine glamūrinio turizmo dalimi, išskeldamas jį į naują, virtualų lygį. Jo įgyvendinimas įmanomas tik naujausių technologijų ir žiniasklaidos dėka, kurios savo ruožtu pagrindinis tikslas yra glamūrinio (ir ne tik) turizmo subjektų ir objektų stiliaus tobulinimas.
3. Kalbant apie glamūrinio turizmo produktą, prieš akis iškyla vienas žodis- glampingas. Taip šiandien vadinamas glamūrinis kempingas, kuris pasižymi unikalumu, liukso klasės, poilsio gamtoje paskirties forma. Taip pat jis yra viena iš šiuolaikinių poilsio gryname ore, labai patogiuose ir išpūdinguose palapinėse, tendencijų. Išoriškai jos išsiskiria tik savo dydžiu, bet viduje įrengtas prabangus viešbutis su visomis privilegijomis ir malonumais.

Literatūros sąrašas

1. Atkočiūnienė, Z., Markevičiūtė, L., Matkevičienė, R. ir kt. (2004). Kokybės komunikacija ir informacija. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla.
2. Fawcett, C. (2001). Guarding authenticity at literary tourism sites. C. Fawcett, P. Cormack et al. *Annals of Tourism Research*. Jul. Vol. 28. C. 689.
3. Franklin S. (2000). *Global Nature, Global Culture*. S. Franklin, C. Lury, et al. London: Sage.
4. Gerbutavičiūtė, E. (2013). Glamūras- reikšmingas XXI amžiaus reiškinys. Peržiūrėta 2014, balandžio 5, adresu: <http://mmanifestas.lt/istorija/glamuras-reiksmingas-xx-amziaus-reiskinys-glamuras-glamour-glamurinio-holivudas-glam-hedy-lamarr-marilyn-monroe-brigitte-bardot-audrey-hepburn-dita-von-teese-dolce-gabanna-gucci-armani-vercase-chanel-fendi>
5. Gintautas, D. (2009) Krizė labiausiai pakirto vietos turizmą. Peržiūrėta 2014, kovo 13 tinklalapyje: http://www.diena.lt/dienrastis/tema/krize-labiausiai-pakirto-vietos-turizma-233172#.U0wUxj_V9yN

-
6. Inovacija turizme. Prieiga per internetą: [http:// www.russiatourism.ru](http://www.russiatourism.ru)
 7. Iprastinis svetainių žiūrėjimas. Peržiūrėta 2014, kovo 17 tinklalapyje: <http://psycnet.apa.org/index.cfm?fa=buy.optionToBuy&id=1998-10886-001By>
 8. Kraut, Robert; Patterson, Michael; Lundmark, Vicki; Kiesler, Sara; Mukophadhyay, Tridas; Scherlis, William (1998) „Internet paradox: A social technology that reduces social involvement and psychological well-being? American Psychologist, Vol 53(9), Sep 1998, 1017-1031.
 9. Kaukių šventė La Patum. Peržiūrėta 2014, kovo 12 tinklalapyje: <http://www.lapatum.cat/>
 10. Lietuvos Respublikos turizmo įstatymas. Peržiūrėta 2014, kovo 14 tinklalapyje <http://www.infolex.lt/ta/64687:ver1>
 11. Lietuvos rytas.lt National Geographic“ konkurse – įspūdingiausios kelionių nuotraukos. Peržiūrėta 2014, kovo 19 tinklalapyje: http://www.lrytas.lt/pasaulis/ivairenybes/national-geographic-konkurse-ispudingiausios-kelioniu-nuotraukos.htm#.UzG-pj_V9yM
 12. Lietuvos turizmo statistikos duomenys, trumpos turizmo apžvalgos už 2012 metus. Peržiūrėta 2014, kovo 20 tinklalapyje: http://www.tourism.lt/uploads/documents/Naudinga_informacija/Turizmo_statistika/Trumpa-turizmo-apzvalga-2012-pub.pdf
 13. Paroda „Adventur 2014“ Vilniaus Litexpo rūmuose. Peržiūrėta 2014, kovo 4, tinklalapyje: <http://www.litexpo.lt/lt/event/29/show>
 14. Urry J. (2000). Sociology Beyond Societies. London: Routledge, Ch.3
 15. Urry, J. (2001) Globalising The Tourist Gaze. Prieiga per internetą: <http://files.soc.aegean.gr/sociology/Kitrinou/arthra-se-diafores-thematikes-enotites/GLOBALISATION/51.PDF>
 16. Vietinis turizmas. Peržiūrėta 2014, kovo 3, oficialiosios statistikos tinklalapyje: <https://osp.stat.gov.lt/pranesimai-spaudai?articleId=1444146>
 17. Vijeikienė B., Vijeikis J. (2000). Inovacijų vadyba: naujas produktas – nuo idėjos iki vartotojo. Vilnius: Rosma.
 18. Zigzag.lt kelionių blogas, 2014 vasaros festivaliai Lietuvoje ir pasaulyje. Peržiūrėta 2014, kovo 4 tinklalapyje: <http://blog.zigzag.lt/2014-m-vasaros-festivaliai-lietuvoje-ir-pasaulyje/#axzz2xGdiSGYp>
 19. Антикризисный отдых по-литовски, Туризм: практика, проблемы, перспективы. 2009, апрель. С. 16
 20. Бічай Ю.В. (2003) “Модні” слова в сучасній російській мові (на матеріалі тлумачних словників і мовленнєвої практики мас-медіакінця ХХ – початку ХХІ ст.): автореф. дис. ... канд. філол. наук: спец. «Російська мова». – Дніпропетровськ, С. 20
 21. Бодрийяр Ж. (2000) Америка . Пер. с фр. Д. Калугина. СПб., С. 179.
 22. Глэмпинг — гламурный отдых на дикой природе, peržiūrėta 2014, vasario 13, adresu: <http://yaostrov.ru/otdyh-i-turizm/interesnoe/item/12374-glemping-glamurnyj-otdykh-v-dikoj-priode>
 23. Зверева В. (2006). Позывные гламура: Гламур: культурная экспансия илиновая идеология? Искусство кино.–№11, Ноябрь. Peržiūrėta 2014, kovo 4 tinklalapyje: <http://kinoart.ru/2006/n11-article3.html#7>
 24. Иванов Д.В. Глэм-капитализм. (2008). СПб.: Петербургское Востоковедение С. 176
 25. Иванова Н. И. (2002). Национальные инновационные системы . Москва: Наука.
 26. К.: Перун (2005) Великий тлумачний словник сучасної української мови. В'ячеслав Тимофійович Бусел (уклад. та голов. ред.). С.1728
 27. Какичева Ю.В. (2010). Гламур как категория оценочности. Политика в зеркале языка и культуры: сборник научных статей, посвященный 60-летию профессора А.П. Чудинова отв. ред. М.В. Пименова. Москва.
 28. Мальро А. (2005). Воображаемый музей. Пер. с фр. К.С.Володина. М., С. 231.
-

-
29. Новиков В. (2005) Словарь модных слов. Москва:Зебра С.
 30. Подорога В.А. (2005). Культура и реальность.заметки на полях. Массовая культура: современные западные исследования. Москва. С. 327.
 31. Покровский Н.Е. (2008). Туризм: от социальной теории к практике управления. Н.Е. Покровский, Т.и. черняева. Логос: Университетская книга, С. 118.
 32. Сенин В. С. (2003). Организация международного туризма. Москва: Финансы и статистика.
 33. Уиллок Д.Э. (2005). Реальность как предмет переговоров: хаотические аттракторы нашего понимания. Массовая культура: современные западные исследования. Москва: С. 39.
 34. Урри Дж. (2005). Взгляд туриста и глобализация. Массовая культура: современные западные исследования. Москва: С. 147.
 35. Фатхутдинов Р.А. (2003). Инновационный менеджмент. Питер: СПб.
 36. Фенько А.Б. (2007). Туризм какпоказатель социального статуса. Социс. . № 2. С. 127
 37. Штомпка П.(1996). Социология социальных изменений. Москва: С. 47.

VARŽYBŲ STRESO ŠALTINIŲ SKIRTUMAI VYRŲ IR MOTERŲ TARPE

Starkevičiūtė G.

Mykolo Romerio universitetas

Anotacija. Tyrimo tikslas - atskleisti sportuojančių vyrų ir moterų suvoktų varžybų streso šaltinių skirtumus. Tyrimas atliktas 2011 m. per Lietuvos jaunimo lengvosios atletikos pirmenybes. Tiriamųjų imtis: 17 - 21 metų sportininkai (n=116), iš jų (60 vyrų ir 56 moterys). Taikyti tyrimo metodai: literatūros šaltinių analizė; anketinė apklausa; matematinė statistika (Chi kvadrato (χ^2) kriterijus). Remiantis sportininkų apklausa ir literatūros analize, buvo sukurta originali Suvokto varžybų streso šaltinių anketa. Ji nustato, kas sportininkams kelia didžiausią nerimą varžybų metu.

Buvo išskirti šeši streso šaltiniai, iš kurių trys - išorinės aplinkos (neigiamos replikos iš žiūrovų ar varžovų; diskvalifikacija; nepalankios varžybų sąlygos) ir trys vidiniai streso šaltiniai (fizinė ar techninė klaida; susižalojimas ar skausmas; nepakankamai gera fizinė būklė). Daugelio tyrėjų (Anshel, Wells, 2000a; Anshel, Wells, 2000b; Anshel, Delany, 2003; Nicholls ir kt., 2007) išskirti streso šaltiniai sutapo su šaltiniais, išskirtais šioje anketoje.

Vyrų ir moterų suvoktų varžybų streso šaltinių skirtumai sportinių varžybų metu yra svarbi mokslinė problema. Jai spręsti tyrime iškelti tokie uždaviniai: 1) nustatyti, ar skiriasi vyrai ir moterys pagal suvoktus streso šaltinius sportinių varžybų metu; 2) nustatyti sportuojančių vyrų ir moterų skirtumus pagal suvoktus streso šaltinius sportinių varžybų metu. Tyrimo metu keltos hipotezės, kad: 1) vyrai ir moterys skiriasi pagal suvoktus streso šaltinius sportinių varžybų metu; 2) sportinių varžybų metu

vyrams nerimą dažniausiai kelia vidiniai streso šaltiniai (fizinė ar techninė klaida; susižalojimas ar skausmas; nepakankamai gera fizinė būklė), o moterims – išorinės aplinkos (neigiamos replikos iš žiūrovų ar varžovų; diskvalifikacija; nepalankios varžybų sąlygos).

Išanalizavus tyrimo duomenis nustatyta, jog vyrai ir moterys skiriasi pagal daugumą suvoktų streso šaltinių sportinių varžybų metu. Vyrai dažniau nei moterys streso šaltiniu sportinių varžybų metu suvokia fizinę ar techninę klaidą ($\chi^2=3,57$; $p=0,04$); susižalojimą ar skausmą ($\chi^2=3,38$; $p=0,03$); nepakankamai gerą fizinę būklę ($\chi^2=3,21$; $p=0,04$). Duomenų analizė atskleidė, jog moterys dažniau nei vyrai nepalankias varžybų sąlygas suvokia kaip streso šaltinį ($\chi^2=3,42$; $p=0,04$). Tačiau nebuvo rasta skirtumų lyginant vyrus ir moteris pagal šiuos suvoktus streso šaltinius: neigiamos replikos iš žiūrovų ar varžovų ($\chi^2=3,02$; $p=0,07$), diskvalifikacija ($\chi^2=2,04$; $p=0,11$). Pirmoji hipotezė pasitvirtino iš dalies.

Tyrimo rezultatai atskleidė, jog sportinių varžybų metu vyrams dažniausiai stresą kelia vidiniai stresoriai ($\chi^2=10,17$; $p=0,001$), o moterims – išorinės aplinkos ($\chi^2=8,04$; $p=0,01$). Antroji hipotezė pasitvirtino.

Tolesnių tyrimų perspektyvos yra galimos, nes iki šiol lieka neaišku, kokią įtaką stresoriaus suvokimo skirtumams turi kiti faktoriai. Tolimesniuose tyrimuose vertėtų analizuoti ne tik lyties, bet ir tokių faktorių, kaip, kognityvinis įvertinimas, sportininko amžius ir meistriškumo lygis, kultūriniai skirtumai, įtaką streso šaltinių suvokimui. Taip pat tikslinga būtų analizuoti, kaip suvoktas streso šaltinis susijęs su sportininko rezultatais varžybų metu.

Įvadas

Stresas yra natūralus ir neišvengiamas gyvenimo reiškinys, skatinantis veiklumą, išradingumą, efektyvų užduoties atlikimą. Tačiau per stiprus, dažnai pasikartojantis stresas gali paskatinti individo socialines problemas, įvairių ligų atsiradimą, ap sunkinti bendravimą su aplinkiniais.

Streso teorijos pradininkas H.Selye bandė atskleisti biologinius, fiziologinius streso aspektus. Remiantis jo teorija, žmogui ir gyvūnams išorinių sąlygų pokyčiai ir vidiniai sutrikimai sukelia psichinę ir fiziologinę įtampą. Ji priverčia organizmą mobilizuoti apsaugines jėgas (Selye, 1950). H.Selye stresą laikė adaptaciniu sindromu, kuris mobilizuoja organizmo apsaugines reakcijas kovai su liga.

Pastaruoju metu vis dažniau atkreipiamas dėmesys psichologinei streso prigimčiai. Stiprus stresas neišvengiamas sporto varžybų metu. Tyrimai atskleidė, jog nuolatinis sportinių varžybų stresas jauniems žmonėms sukelia kliūtis nuolatiniam dalyvavimui ir pasitenkinimui sportine veikla (Anshel, Delany, 2003). Ilgai besitęsiantis stiprus stresas taip pat gali turėti neigiamos įtakos sportininko rezultatams (Giacobbi, 2004) emocinei būklei, gyvenimo kokybei. Nors visi sportininkai neišvengiamai susiduria su daugybe stresorių sporto varžybų metu, tačiau skirtingai juos interpretuoja. Jei streso šaltiniai suvokiami kaip nekontroliuojami, jie susiję su blogesniais sportiniais varžybų rezultatais.

Užsienio pedagoginėje ir psichologinėje literatūroje gausu tyrimų, kuriuose analizuojami streso šaltiniai. Tačiau dar palyginti visai neseniai pradėti tyrinėti streso šaltiniai sportinių varžybų metu (Fletcher, 2003). Remiantis užsienio tyrėjų duomenimis, vienas iš faktorių, darančių įtaką streso šaltinio suvokimui, gali būti sportininko lytis (Anshel, Delany, 2003; Nicholls ir kt., 2007).

Lietuvoje atlikta nedaug tyrimų sportininkų streso įveikos srityje. Atlikti tyrimai kėlė idėją apie efektyviausią streso įveikos strategiją ir streso stiprumo sąsajas su sportiniais lengvaatlečių rezultatais (Bandzevičienė, Starkevičiūtė, 2012), vyrų ir moterų suvokto streso stiprumo skirtumus (Starkevičiūtė, 2013).

Egzistuoja įvairios streso šaltinių klasifikacijos. Visus streso šaltinius galima suskirstyti į dvi dideles grupes – vidinius ir išorinius. Anshel su kolegomis (Anshel, Wells, 2000a; Anshel, Wells, 2000b; Anshel, Delany, 2003) patvirtino, jog vidiniai streso šaltiniai yra: galima sportininko klaida, susižalojimo baimė, nepakankamas fizinis pasiruošimas, o išoriniai – susiję su žiūrovų, dalyvių ir teisėjų elgesiu, varžybų sąlygomis. Remiantis minėtų tyrėjų darbais, išskirti streso šaltiniai ir šiame darbe.

Apžvelgus streso šaltinių tyrimus sporto srityje, aiškėja, jog mokslinėje literatūroje yra dar palyginti nedaug tyrimų, kuriuose būtų tyrinėjami sportuojančių moterų ir vyrų suvoktų streso šaltinių skirtumai (Fletcher, Scott, 2010; Ntoumanis ir kt., 2000). Tyrimai, susiję su lyties skirtumais, suvokiant sportinių varžybų stresorius, yra dviprasmiški, nenuoseklūs, prieštaringi ir rastų skirtumų priežastys iki šiol lieka ne visiškai aiškios (Washburn ir kt., 2002).

Šiuo metu užsienio ir Lietuvos literatūroje egzistuoja daug sportininkų įgūdžių ugdymo programų, kurias taiko sporto psichologai. Tačiau labai mažai žinoma apie vyrų ir moterų streso šaltinių suvokimo skirtumus sporto varžybų metu. Todėl šio **tyrimo tikslas** - atskleisti sportuojančių vyrų ir moterų varžybų streso šaltinių skirtumus. Gauti rezultatai padėtų kurti efektyvesnes lengvaatlečių įgūdžių ugdymo programas, suteiktų treneriams galimybę padėti sportininkams pasiekti maksimalių rezultatų karjeroje ir nubrėžtų būsimų tyrimų sporto psichologijoje gaires.

Tyrimo objektas – sportuojančių vyrų ir moterų suvoktų varžybų streso šaltiniai.

Tyrimo uždaviniai:

1. Nustatyti, ar skiriasi vyrai ir moterys pagal suvoktus streso šaltinius sportinių varžybų metu.
2. Nustatyti sportuojančių vyrų ir moterų skirtumus pagal suvoktus streso šaltinius sportinių varžybų metu.

Tyrimo metu iškeltos **hipotezės:**

1. Vyrai ir moterys skiriasi pagal suvoktus streso šaltinius sportinių varžybų metu.
2. Sportinių varžybų metu vyrams nerimą dažniausiai kelia vidiniai streso šaltiniai (fizinė ar techninė klaida; susižalojimas ar skausmas; nepakankamai gera fizinė būklė), o moterims – išorinės aplinko

(neigiamos replikos iš žiūrovų ar varžovų; diskvalifikacija; nepalankios varžybų sąlygos).

Tyrimo metodai

Tyrimė taikyti mokslinės-metodinės literatūros analizės, anketinės apklausos, statistinės analizės metodai.

Siekiant nustatyti streso šaltinį sportinių varžybų metu, remiantis literatūros analize ir pilotiniu tyrimu (sportininkų apklausa), buvo sukurta originali Suvokto varžybų streso šaltinių anketa. Pilotinio tyrimo metu sportininkai turėjo parašyti po kelis streso šaltinius varžybų metu. Apklausoje dalyvavo 12 lengvosios atletikos sportininkų. Atsakymų variantuose pateikti streso šaltiniai išskirti remiantis tais, kurie buvo dažniausiai sportininkų įvardinti. Sukurtoje anketoje išskirti šeši streso šaltiniai, iš kurių trys - išorinės aplinkos (neigiamos replikos iš žiūrovų ar varžovų; diskvalifikacija; nepalankios varžybų sąlygos (vėjas, lietus ir kt.)) ir trys vidiniai streso šaltiniai (fizinė ar techninė klaida; susižalojimas ar skausmas; nepakankamai gera fizinė būklė). Daugelio tyrėjų (Anshel, Wells, 2000a; Anshel, Wells, 2000b; Anshel, Delany, 2003; Nicholls ir kt., 2007) išskirti streso šaltiniai sutapo su šaltiniais, išskirtais ir šiame darbe. Suvokto varžybų streso šaltinių anketos instrukcijoje prie vieno, labiausiai tiriamajam tinkančio, teiginio prašoma padėti pliuso ženklą. Analizuojant tiriamųjų rezultatus taip pat buvo vertinama, ar streso šaltinis yra vidinis ar išorinis.

Tyrimo rezultatai buvo analizuojami pasitelkus Chi kvadrato (χ^2) kriterijų. Duomenys apdorojami naudojant statistinių duomenų apdorojimo programos SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) paketo 17.0 versiją.

Tyrimo organizavimas

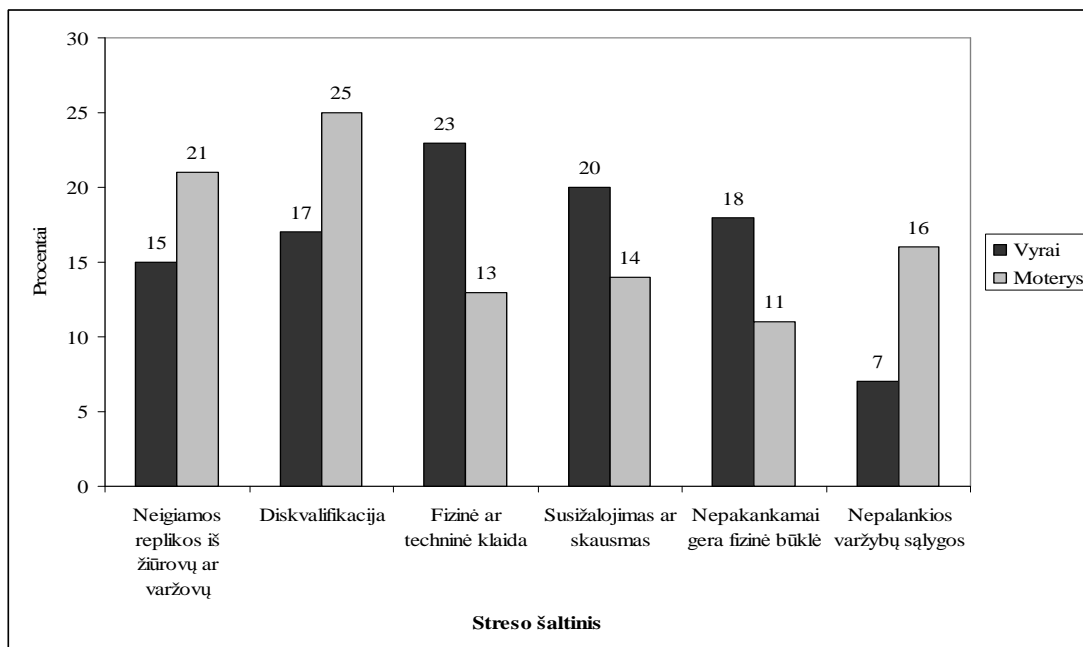
Tiriamąją imtį sudarė 116 sportininkų (60 vyrų ir 56 moterys). Tiriamųjų amžius nuo 17 iki 21 metų. Tiriamieji yra iš įvairių Lietuvos miestų, miestelių ir kaimo vietovių. Tyrimė dalyvavę sportininkai varžėsi bėgimo (100 m, 200 m, 400 m, 800 m, 1500 m, 5000 m, 110 m barjerinis, 400 m barjerinis, 3000 m kliūtinis) ir techninėse rungtyse (šuolis į aukštį, šuolis su kartimi, šuolis į tolį, trišuolis, rutulio stūmimas, disko metimas, ieties metimas).

Tyrimas atliktas per Lietuvos jaunimo lengvosios atletikos pirmenybes, vykusias 2011m. liepos 23 - 24 dienomis S.Dariaus ir S.Girėno stadione, Kaune. Susitarus su dalyviais, varžybų pabaigoje sportininkams buvo pateikiama anketa, skirta suvokto streso šaltiniams nustatyti. Instrukcija tyrimo dalyviams pateikta raštu anketos pradžioje. Jos užpildymas trukdavo 7-10 minučių. Tyrimas atliktas laikantis etikos reikalavimų.

Tyrimo rezultatai

Pasitelkus Chi kvadrato (χ^2) kriterijų buvo atskleista, jog vyrai ir moterys statistiškai patikimai skiriasi ($p < 0,05$) pagal daugumą suvoktų varžybų streso šaltinių.

Analizuojant vyrų ir moterų duomenų pasiskirstymą, buvo atskleista, jog neigiamos replikos iš žiūrovų ir varžovų sportinių varžybų metu yra streso šaltinis 15% vyrų ir 21% moterų; diskvalifikacija - 17% vyrų ir 25% moterų; fizinė ar techninė klaida - 23% vyrų ir 13% moterų; susižalojimas ar skausmas - 20% vyrų ir 14% moterų; nepakankamai gera fizinė būklė - 18% vyrų ir 11% moterų ir nepalankios varžybų sąlygos - 7% vyrų ir 16% moterų (1 pav.).



1 pav. Vyrų ir moterų pasiskirstymas pagal suvoktą streso šaltinį sportinių varžybų metu (proc.)

Išanalizavus tyrimo duomenis paaiškėjo, kad vyrai dažniau nei moterys streso šaltiniu sportinių varžybų metu suvokia fizinę ar techninę klaidą ($\chi^2=3,57$; $p=0,04$); susižalojimą ar skausmą ($\chi^2=3,38$; $p=0,03$); nepakankamai gerą fizinę būklę ($\chi^2=3,21$; $p=0,04$). Chi kvadrato (χ^2) kriterijus atskleidė, jog moterys dažniau nei vyrai nepalankias varžybų sąlygas suvokia kaip streso šaltinį ($\chi^2=3,42$; $p=0,04$). Statistiškai reikšmingų skirtumų nebuvo rasta lyginant vyrus ir moteris pagal šiuos suvoktus streso šaltinius: neigiamos replikos iš žiūrovų ar varžovų ($\chi^2=3,02$; $p=0,07$), diskvalifikacija ($\chi^2=2,04$; $p=0,11$) (1 lentelė).

1 lentelė. Vyrų ir moterų streso šaltinių skirtumai sportinių varžybų metu

Suvoktas streso šaltinis sportinių varžybų metu		Vyrai (n=60)	Moterys (n=56)	χ^2 ir p reikšmės
Neigiamos replikos iš žiūrovų ar varžovų (išorinis streso šaltinis)	n	9	12	$\chi^2=3,02$ $p=0,07$
	proc.	15	21	
Diskvalifikacija (išorinis streso šaltinis)	n	10	14	$\chi^2=2,04$ $p=0,11$
	proc.	17	25	
Fizinė ar techninė klaida	n	14	7	$\chi^2=3,57$

(vidinis streso šaltinis)	proc.	23	13	p=0,04
Susižalojimas ar skausmas (vidinis streso šaltinis)	n	12	8	$\chi^2=3,38$ p=0,03
	proc.	20	14	
Nepakankamai gera fizinė būklė (vidinis streso šaltinis)	n	11	6	$\chi^2= 3,21$ p=0,04
	proc.	18	11	
Nepalankios varžybų sąlygos (išorinis streso šaltinis)	n	4	9	$\chi^2=3,42$ p=0,04
	proc.	7	16	

Reikšmingumo lygmuo $p < 0,05$

Pasitelkus Chi kvadrato (χ^2) kriterijų nustatyta, jog sportinių varžybų metu vyrams dažniausiai stresą kelia vidiniai stresoriai ($\chi^2=10,17$; $p=0,001$), o moterims – išorinės aplinkos ($\chi^2=8,04$; $p=0,01$) (2 lentelė).

2 lentelė. Vyrų ir moterų išoriniai ir vidiniai streso šaltiniai sportinių varžybų metu

Suvoktas streso šaltinis sportinių varžybų metu		Vyrai (n=60)	Moterys (n=56)	χ^2 ir p reikšmės
Išorinis streso šaltinis	n	18	35	$\chi^2=8,05$ p=0,01
	proc.	30	62,5	
Vidinis streso šaltinis	n	42	21	$\chi^2=10,17$ p=0,001
	proc.	70	37,5	

Reikšmingumo lygmuo $p < 0,05$

Tyrimo rezultatų aptarimas

Tyrimo rezultatai atskleidė, jog egzistuoja tam tikri suvoktų varžybų streso šaltinių skirtumai sportuojančių vyrų ir moterų grupėse. Hipotezė, jog vyrai ir moterys skiriasi pagal suvoktus streso šaltinius sportinių varžybų metu, pasitvirtino iš dalies. Sportinių varžybų metu vyrai, dažniau nei moterys, streso šaltiniais suvokia: fizinę ar techninę klaidą, susižalojimą ar skausmą, nepakankamai gerą fizinę būklę. Panašūs rezultatai gauti ir kai kurių užsienio autorių (Anshel ir kt., 1997; Kolt ir kt., 1995; Qiwei ir kt., 2009) duomenimis. Anshel su kolegomis nustatė, jog egzistuoja statistiškai reikšmingi sportuojančių vyrų ir moterų skirtumai streso šaltinių suvokime. Moterys suvokia aplinkos grėsmę mažiau kontroliuojamą ir joms dažniau nei vyrams stresą kelia išoriniai stresoriai, o ne vidiniai. Qiwei ir kolegų tyrimu taip pat buvo nustatyta, jog moterys, dažniau nei vyrai, streso šaltiniu suvokia nepalankias varžybų sąlygas. Šiuos rezultatus patvirtina ir kai kurių užsienio tyrėjų gauti duomenys (Anshel, Delany, 2003;

Rawstorne ir kt., 2000). Anshel ir Delany (2003) tyrimas atskleidė, jog vyrai dažniau nei moterys sporto varžybų metu kaip stresorius suvokia galimą susižalojimą ar techninę klaidą. Rawstorne ir kolegos (2000) pabrėžė, jog egzistuoja streso įveikos ir stresorių suvokimo skirtumai vyrų ir moterų tarpe.

Gautus šio tyrimo rezultatus būtų galima paaiškinti vaidmenų apribojimo teorija. Pagal ją, streso šaltinių suvokimas skiriasi dėl lyties vaidmens ir dėl to, jog vyrai ir moterys gyvenimo eigoje dažniausiai susiduria su skirtingais stresoriais (Rosario ir kt., 1988). Ši teorija teigia, jog stereotipiniai vyrų ir moterų socializacijos modeliai, daro didelę įtaką individo autonomijai, pasitikėjimui savimi ir aplinkos stresorių suvokimui. Dėl socializacijos procesų ir visuomenės lūkesčių vyrai ir moterys iš anksto yra nusiteikia skirtingai reaguoti ir interpretuoti stresorius.

Tačiau yra tyrėjų, kurie teigia, jog sportinių varžybų metu ir vyrų, ir moterų suvokti streso šaltiniai tam tikromis aplinkybėmis nesiskiria (Hoar, Crocker, 2010; Ptacek ir kt., 1994). Ptacek su kolegomis (1994) nustatė, jog streso įveika ir streso šaltiniai nesiskiria vyrų ir moterų grupėse, kai vyrai ir moterys yra tose pačiose situacijose ar aplinkybėse. Tačiau šie tyrėjai netyrė streso šaltinių suvokimo skirtumų sportinių varžybų metu, kai stresas yra ypač intensyvus. Hoar ir Crocker (2010) taip pat nerado vyrų ir moterų streso šaltinių suvokimo skirtumų. Tačiau jie tyrė tarpasmeninius stresorius (santykius tarp komandos narių ir santykius su treneriu), o ne vidinius ir išorinius stresorius sportinių varžybų metu.

Antroji hipotezė, jog sportinių varžybų metu vyrams dažniausiai nerimą kelia vidiniai streso šaltiniai, o moterims – išorinės aplinkos, pasitvirtino. Gautus tyrimo rezultatus patvirtina ir kai kurių užsienio tyrėjų (Anshel ir kt., 1997; Kolt ir kt., 1995; Rawstorne ir kt., 2000; Qiwei ir kt., 2009) rezultatai. Remiantis minėta vaidmenų apribojimo teorija (Rosario ir kt., 1988), būtų galima paaiškinti šiuo tyrimu atskleistus streso šaltinių suvokimo skirtumus sportuojančių vyrų ir moterų grupėse.

Šiame tyrime iškilo tie patys sunkumai, būdingi ir kitiems streso įveikos ir streso šaltinių tyrinėjimams. Sudėtinga palyginti ankstesnių tyrimų rezultatus, nes skirtingai klasifikuojami streso šaltiniai, tyrimai atlikti skirtingų sporto šakų varžybose, taip pat skiriasi ir tyrėjų amžius.

Nors šis tyrimas atskleidžia, jog sportininko lytis yra svarbus veiksnys, darantis įtaką streso šaltinio suvokimui, tačiau ir kitų faktorių, tokių kaip sportininko meistriškumo lygis, savęs vertinimas, streso intensyvumas, įtaka išlieka svarbi. Tolesnių tyrimų perspektyvos yra galimos, nes iki šiol lieka neaišku, kokią įtaką streso šaltinių suvokimo skirtumams turi minėti faktoriai. Suprantant lyties skirtumus stresorių suvokimo ir streso įveikos procese yra svarbu atsižvelgti į streso šaltinio intensyvumą ir streso šaltinio intensyvumą. Tolimesni tyrimai reikalingi norint atskleisti, kodėl pagal tam tikrus streso šaltinius (pvz., neigiamas žiūrovų ar varžovų replikas, diskvalifikaciją) nesiskiria sportuojantys vyrai ir moterys. Siekiant geriau suprasti streso šaltinius ir sukurti efektyvias sportininkų ugdymo programas, tolimesniuose tyrimuose vertėtų analizuoti ir tokių faktorių, kaip kognityvinis įvertinimas, sportininko

amžius ir įgūdžių lygis, asmeninės savybės, pasitikėjimas savimi - įtaką streso šaltinių suvokimui. Taip pat tikslinga būtų analizuoti, kaip suvoktas streso šaltinis susijęs su sportininko rezultatais varžybų metu.

Išvados

1. Tyrimo rezultatai leidžia konstatuoti, jog vyrai ir moterys skiriasi pagal daugumą suvoktų varžybų streso šaltinių.
2. Sportinių varžybų metu vyrams dažniausiai nerimą kelia vidiniai streso šaltiniai, o moterims – išorinės aplinkos. Vyrai dažniau nei moterys varžybų streso šaltiniais laiko vidinius streso šaltinius: fizinę ar techninę klaidą, susižalojimą ar skausmą, nepakankamai gerą fizinę būklę. Moterys dažniau nei vyrai varžybų metu streso šaltiniu laiko išorinį streso šaltinį - nepalankias varžybų sąlygas. Vyrai ir moterys statistiškai reikšmingai nesiskiria pagal šiuos išorinius suvoktus varžybų streso šaltinius: neigiamos replikos iš žiūrovų ar varžovų, diskvalifikacija.

Literatūros sąrašas

1. Anshel, M.H., Delany, J. (2003) Sources of Acute Stress, Cognitive Appraisals and Coping Strategies of Male and Female Child Athletes. *Journal of Sport Behavior*, 24, 329-353.
7. Anshel, M. H., Wells B. (2000a). Personal and Situational Variables That Describe Coping With Acute Stress in Competitive Sport. *The Journal of Social Psychology*, 4, 434-450.
8. Anshel, M. H., Wells B. (2000b). Sources of acute stress and coping styles in competitive sport. *Anxiety, Stress, and Coping*, 13, 1-26.
9. Anshel, M.H., Williams, L.R.T., Hodge, K. (1997). Cross-cultural and gender differences on coping in sport. *International Journal of Sport Psychology*, 28, 141-156.
10. Bandzevičienė, R., Starkevičiūtė, G. (2012). Sporto varžybų stresas, jo įveikimo ir sportinių rezultatų sąsajos. *Sporto mokslas*, 4(70), 55-61.
11. Fletcher, D., Hanton, S. (2003). Sources of organizational stress in elite sports performers. *The Sport Psychologist*, 17, 175-195.
12. Fletcher, D., Scott, M. (2010). Psychological stress in sports coaches: A review of concepts, research, and practice. *Journal of Sports Sciences*, 28, 127-137.
13. Giacobbi, P., Foore, B., & Weinberg, R.S. (2004). Broken clubs and expletives: The sources of stress and coping responses of skilled and moderately skilled golfers. *Journal of Applied Sport Psychology*, 16, 166-182.
14. Hoar, S.D., Crocker, P.R.E. (2010). Gender Differences in Adolescent Athletes' Coping with Interpersonal Stressors in Sport: More Similarities than Differences? *Journal of Applied Sport Psychology*, 22, 134-149.
15. Kolt, G.S., Kirkby, R.J., Lindner, H. (1995). Coping processes in competitive gymnasts: gender differences. *Perceptual & Motor Skills*, 81, 1139-1145.
16. Nicholls, A.R., Pollman, R., Levy, A.R., Taylor, J., & Cobley, S. (2007). Stressors, coping, and coping effectiveness: Gender, type of sport, and skill differences. *Journal of Sport Sciences*, 25, 1521-1530.
17. Ntoumanis, N., & Biddle, S.J. (2000). Relationship of intensity and direction of competitive anxiety with coping strategies. *The Sport Psychologist*, 14, 360-371.

-
18. Ptacek, J.T., Smith, R.E., Dodge, K.I. (1994). Gender differences in coping with stress: When stressor and appraisals do not differ. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 20, 421-430.
 19. Qiwei, G., Anshel, M.H., Kim, J.K. (2009). Sources and Cognitive Appraisals of Acute Stress as a Predictors of Coping Style Among Male and Female Chinese Athletes. *International Journal of Sport & Exercise Psychology*, 7, 68-88.
 20. Rawstorne, P., Anshel, M.H., & Caputi, P. (2000). Toward evidence of individual differences in coping with acute stress in sport. *Australian Journal of Psychology*, 13, 1-8.
 21. Rosario, M., Shinn, M., Morch, H., Huckabee, C.B. (1988). Gender differences in coping and social supports: Testing socialization and role constraint theories. *Journal of Community Psychology*, 16, 55-69.
 22. Selye, H. (1950). The Life of Stress. *Time*, 15, 95-115.
 23. Starkevičiūtė, G. (2013). Sportuojančių vyrų ir moterų suvokto varžybų streso ir jo įveikimo strategijų skirtumai. *Sporto mokslas*, 1(71), 21-25.
 24. Washburn, J.M., Hillman, S.B., Sawilowsky, S.S. (2002). Gender and Gender-Role Orientation Differences. *Anxiety, Stress, and Coping*, 15, 117-125.

TEISĖS MOKSLAS: IŠTAKOS IR ŠIUOLAIKINĖ BŪSENA

Valančienė D.

Lietuvos sporto universitetas

Anotacija. Vakar ir šiandien. Ar žinome, kas buvo vakar? Kokios yra teisės mokslo ištakos? Kokia yra mūsų dabartis? Ar pažįstame dabartį? Šiandien gyvename pokyčių laikotarpyje. Šio straipsnio tikslas – atskleisti pagrindines teisės mokslo ištakas ir vystymosi etapus, teisės mokslo sampratos problemą, postmodernųjų teisės teorijų pagrindinius bruožus ir atsakyti į klausimą, kokia galima šiuolaikinė teisės mokslo būseną.

Įvadas

Kaip pasakė E. Laszlo „didžiausia žmonijos klaida – manyti, kad esame išskirtiniai ir nepakeičiami“.⁴⁵ Šiandien gyvename pokyčių laikotarpyje. Keičiasi mokslo paradigma, vertybės, idėjos. Vis dažniau išgirstame, kad gyvename postmoderniame laikotarpyje, tačiau dažnai negalime atsakyti, kas tai yra, o blogiausia – atmetame tai, net nepažinę. Kas yra postmodernizmas? Kokios formuojasi naujos idėjos? Kokia linkme vystosi teisės mokslas? Ar dabartis – tai postmodernioji teisinė mintis teisės moksle? Kaip galima pastebėti ypač mūsų akademinėje bendruomenėje – teisės mokslas yra uždaras ir sunkiai „įsileidžia“ naujoves, nors pasaulyje teisės mokslininkai vis labiau kalba apie postmodernizmo (ir naujojo – postmodernistinio, sudėtingųjų dinaminų sistemų – mokslo) įtaką teisės mokslui. Teisės mokslas turi būti atviras pažinimui ir naujovėms. Pastebima, kad diskusijų apie teisės mokslo ištakas ir dabartį, kaip postmodernųjį etapą, postmodernias teisės teorijas, naujojo mokslo įtaką teisės mokslui

⁴⁵ LASZLO, E. *The Systems View of the World: A Holistic Vision for Our Time*. Hampton Press, Inc, 2002.

pasaulyje yra labai mažai (jos tik prasideda ir jų vis daugėja), o Lietuvos teisinėje akademinėje bendruomenėje jų beveik nėra (pavyzdžiui, T. Berkmanas⁴⁶ nagrinėja analogiją tarp teisės ir mokslo; mokslo ir teisės filosofijų plėtrą, tačiau ši problematika yra tiriama fragmentiškai.) Galbūt gali kažkam kilti klausimas, kodėl kalbama apie mokslą, jeigu šiandien vis labiau akcentuojama praktika? Dažnai iš tiesų susidaro įspūdis, kad teisė kaip mokslas lieka kažkur nuošalyje, dažnai akcentuojama, kad reikia ne mokslo, bet geros praktikos, „žinoma, labai reikia geros praktikos, bet be gero mokslo mūsų praktika visada bus tik provinciali“⁴⁷.

Šio darbo tikslas – atskleisti pagrindines teisės mokslo ištakas ir vystymosi etapus, teisės mokslo sampratos problemą, postmodernųjų teisės teorijų pagrindinius bruožus ir atsakyti į klausimą, kokia galima šiuolaikinė teisės mokslo būseną.

Įgyvendinti tikslą, buvo naudojami šie tyrimo metodai: mokslinis-analitinis metodas (šis metodas naudotas, analizuojant ir tiriant įvairių mokslininkų skirtingus požiūris į teisės mokslo ištakų klausimą, teisės mokslo sampratos problematiką ir šių dienų idėjas, siekiant suvokti, kuria linkme teisės mokslas vystosi); sisteminis (teisės mokslas ir mokslas nagrinėti kaip vienos sistemos dalys); loginis (argumentuojant siekta išsiaiškinti šiuolaikinių idėjų įtakos teisės mokslui problematiką; daromos išvados).

Teisės mokslo ištakos, vystymasis ir sampratos problema

Kokios yra teisės mokslo ištakos? Didžioji dalis gamtos mokslų datuoja savo ištakas – XVII a. mokslinės revoliucijos metu, o teisės mokslas – grįžta laiku atgal į antiką.⁴⁸ K. Tuori mintis gali būti ir kritikuojama, nes kaip galėjome pastebėti – mokslo ištakos buvo kur kas anksčiau, nors pats mokslas kaip mokslas buvo pradėtas vadinti gan vėlai. Tačiau turima omenyje ištakas, kurios yra žymiau anksčiau. Kaip pabrėžia D. J. Bederman, Vakarų teisės mokslo kilmė yra siejama su Quintus Mucius Scaevola Pontifex, romėnų konsulu apie 95 m. pr. Kr. Jis nustatė Romėnų jurisprudenciją kaip atskirą mokslą ir tai sukėlė revoliucinius pokyčius Vakarų jurisprudencijoje.⁴⁹ Tačiau pastebėtina, kad teisė iki XII a. neturėjo savarankiško mokslo statuso – ji arba buvo tapatinama su argumentavimo ir išraiškos menu arba priskiriama etikos normų sričiai.⁵⁰ Taigi nuo Aristotelio laikų ji buvo „ištirpinta“ kitose srityse. Tuomet viską apėmė filosofija.

Kalbant apie XII a., paminėtina, kad būtent tada, pasak H. J. Berman, susiformavo Vakarų teisės tradicija. Tai glaudžiai susiję su pirmųjų Europos universitetų atsiradimu. Teisės mokslo centrai tapo

⁴⁶ BERKMANAS, T. The development of the philosophies of science and law: parallelisms, reciprocities, perspectives.

Jurisprudencija, 2009, t. 2 (116), p. 93-113; BERKMANAS, T. Analogija tarp mokslo ir teisės: istoriniai ir probleminiai aspektai. *International Journal of Baltic Law*, 2007, vol. 3., no. 3, p. 54-66.

⁴⁷ SKURVYDAS, A. *Apie mokslą, tiesą ir pažangą*. Kaunas: Vitae Litera, 2010, p. 140.

⁴⁸ TUORI, K. *Ancient Roman Lawyers and Modern Legal ideals*. Frankfurt am Main, 2007, p. 21-30.

⁴⁹ BADERMAN, D. J. *Classical Canons: Rhetoric, classicism and treaty interpretation*. Aldershot, 2001, p. 73-81. Cituota iš TUORI, K. *Ancient Roman Lawyers and Modern Legal ideals*. Frankfurt am Main, 2007, p. 21-30.

⁵⁰ BERMAN, H. J. *Teisė ir revoliucija. Vakarų teisės tradicijos formavimasis*. Vilnius: Pradai, 1999, p. 176.

universitetai (teisės mokslo centras kėlėsi iš senovės Romos į mūsų eros V a. Bizantiją, į XIII a. Boloniją, į XVI a. Prancūziją ir Vokietiją, į XVII a. Olandiją ir vėl į Vokietiją XIX a.⁵¹). Universitetuose pirmą kartą Europoje teisė buvo pradėta dėstyti kaip savarankiška ir susisteminta žinių visuma, kaip mokslas, kurio rėmuose pavieniai teisiniai sprendimai, teisės normos ir potvarkiai buvo studijuojami objektyviai ir aiškinami bendraisiais principais ir tiesomis, pagrindžiančiomis sistemą kaip visumą.⁵²

Teisininkai buvo pirmieji Vakarų mokslininkai, išvelgę ir išvystę ne tik empirinį bendrųjų principų galiojimo patikrinimo metodą, bet ir empiriškai pritaikę tokius bendruosius principus. Tačiau teisės srityje XI a. pabaigoje ir XII a. teisės normos, sąvokos, sprendimai ir procedūros savaimė liko duomenys ir šia prasme – kažkas visai priešinga mokslui, bet teisinė veiklos dalyvių sąmonė pradėjo apimti ir sisteminti šių duomenų tyrinėjimą ir žinių apie šiuos duomenis visumos kaupimą, kuris pasižymėjo tam tikrais mokslo bruožais. Kaip pabrėžia H. J. Berman, dažniausiai yra sutariama, kad Romėnų teisė (atrasti raštai) visai Europai (įskaitant Angliją) davė didesnę dalį jos pamatinio teisinio žodyno. Scholastinis metodas iki pat mūsų dienų liko vyraujančiu Vakarų teisinio mąstymo būdu. Universitetai subūrė teisės mokslininkus – dėstytojus ir studentus – iš visos Europos, supažindino juos ne tik tarpusavyje, bet ir su teologijos, medicinos bei laisvųjų menų dėstytojais ir studentais ir sukūrė iš jų luomą (profesiją).⁵³

Kas gi vis dėlto yra teisės mokslas? Šis klausimas yra probleminis ne tik vakar, bet ir šiandien. Pastebėtina, kad net ir šiuolaikiniame pasaulyje nėra vieningos teisės mokslo sampratos, vieni autoriai teisės mokslą įvardija kaip teisės teoriją, kiti kaip jurisprudenciją, dar kiti kaip teisės filosofiją ir panašiai. Tai klaidina ir sukuria neaiškumo įspūdį. Galime pastebėti, kad teisės mokslas turi ne vieną pavadinimą, pavyzdžiui, teisės teorija, jurisprudencija, bendrasis mokslas apie teisę. G. Samuel teigia, kad yra daugiau požiūrių, daugiau „teisės mokslų“. Jo nuomone, reikėtų kalbėti apie kontinentinės teisės tradicijos šalims būdingus mokslus – bendrąją teisės teoriją, teisės filosofiją, teisės istoriją, teisės epistemologiją, teisės metodologiją, teisės ir dirbtinio intelekto studijas ir kitus, taip pat apie anglosaksiškajai tradicijai būdingą visa apimančią jurisprudencinę diskusiją. Tradicija skaidyti teisės mokslą į dalis gali būti kildinama iš kontinentinei Europai būdingos dekartiškosios mokslo sampratos ir polinkio teisę laikyti aksiomatine sistema.⁵⁴

Kaip galime pastebėti nėra vieningos teisės mokslo sampratos, nėra vieningo atsakymo, ką mes turėtume laikyti teisės mokslu. Tradiciškai įvardijama teisės teorija, ar jurisprudencija, ar teisės filosofija ir pan. kaip teisės mokslas yra nepakankama, norint išplėsti teisės mokslo ribas. Į teisę neturėtų būti žiūrima dogmatiškai. Pirmiausia turi būti suvokta, kad šiandien teisė nebegali būti uždara sistema, teisės

⁵¹ GLENDON, M. A., GORDON, M.W., OSAKWE Ch. *Vakarų teisės tradicijos*. Vilnius, 1993, p. 86.

⁵² BERMAN, H. J. *Teisė ir revoliucija. Vakarų teisės tradicijos formavimasis*. Vilnius: Pradai, 1999, p. 192.

⁵³ BERMAN, H. J. *Teisė ir revoliucija. Vakarų teisės tradicijos formavimasis*. Vilnius: Pradai, 1999, p. 170.

⁵⁴ SAMUEL G. *The Foundations of Legal Reasoning*. Antwerp: Maklu Uitgevers, 1994, p. 90-116.

mokslininkai nebegali atsiriboti nuo kitų mokslų. Įvairios sąvokos, jų gausa ir painiava, teisės mokslininkus dažnai suklaidina ir jie nebesusikalba. Reikia pripažinti, kad ne taip svarbu, kaip mes vadinsime teisės mokslą, svarbiausia, kad būtų kalbama ir susikalbama apie tą patį. O kas toliau? Ar nėra pats laikas prabilti apie teisės mokslą šių dienų akimis? Teisės mokslas turi sureaguoti į apskritai mokslo pokyčius šių dienų pasaulyje. Šiandien jau nebegalima užsidaryti.

Teisės mokslo šiuolaikinė būseną

Teisės mokslo sunkus išsiskyrimas su moderniuoju mokslu. Koks yra teisės mokslas šiandien? Pirmiausiai reikia pastebėti, kad teisės mokslui didžiulę įtaką padarė teisinis pozityvizmas ir apskritai pozityvistinė filosofija. Kitaip pasakius – teisės mokslui didelę įtaką padarė klasikinis (modernusis) mokslas bendriausia prasme. Teisę siekta „išgryninti“, „išvalyti“ nuo vertybių, atskirti nuo subjekto, susitelkta į faktus, logiką ir pan. Pasak vieno žymiausių teisinio pozityvizmo atstovų H. Kelsen, teisės normos yra tikroji „grynoji“ teisė bei teisės mokslo objektas. Teisės mokslas iki pat šių dienų yra dažnai laikomas normatyviuoju, pernelyg pozityvistiniu, teisė suvokiama kaip taisyklės, normos ir pan. Modernizmas simbolizuoja tikėjimą mokslo ir pažinimo galia. Mokslo progresas veda į išsilaisvinimą iš gamtos ir socialinių gniaužtų. Modernybę galima vadinti tikrumo, pasitikėjimo amžiumi, kuriame vyravo požiūris, jog sąvokos teisingai atspindi jose įvardijamus tikrovės pavidalus. Modernizmo epochą geriausiai apibūdina kantiškasis mąstymo stilius: gyventi reikia remiantis proto diktuojamais principais.⁵⁵ Modernioji jurisprudencija panašėjo į matematiką: „buvo labiau rūpinamasi ryšiais tarp pačių sąvokų, nei ryšiais tarp sąvokų ir realybės“⁵⁶. Keičiantis apskritai mokslo paradigmoms, atsirandant postmoderniojo (naujojo) mokslo įtakai – teisės mokslas vis labiau pradamas suvokti kur kas plačiau. Mokslo bendruomenės naujojo mokslo paradigmą įvardija įvairiai – postmoderniojo mokslo, evoliucine, naujojo mokslo, konstruktyvine, sudėtingųjų (kompleksinių) dinaminių sistemų, chaoso, netiesinio mąstymo, mokslo humanizavimo, konstruktyvistine paradigma.⁵⁷ Iš to galime suprasti, kad šiuolaikinis naujasis – sudėtingųjų dinaminių sistemų – mokslas tai postmodernusis mokslas, nes jau patys mokslo bendruomenių nurodomi pavadinimai rodo postmodernizmui būdingus bruožus, o kitaip tariant – postmodernizmo „dalis

Istorijos eigos suformuoti pokyčiai lemia ir pasaulėžiūros kaitą teisėje. Postmodernizmas – naujas žingsnis, etapas istorijoje. Šiandien į teisės mokslą mūsų akademinėje visuomenėje postmodernizmas sunkiai randa kelią. Tai galėtų sąlygoti teisės mokslo uždarumas, dogmatiškumas, atmetimas naujų idėjų, net gerai jų neapsvarsčius. Tačiau pasaulyje mokslininkai vis labiau kalba apie postmodernizmo (ir

⁵⁵ BARANOVA, J. *Nietzsche ir postmodernizmas*. Vilnius: Vilniaus pedagoginio universiteto leidykla, 2007, p.14.

⁵⁶ POSNER, R. A. *Overcoming Law*. Cambridge: Harvard university press, 1996.

⁵⁷ SKURVYDAS, A. *Senasis ir naujasis mokslas: paradigmos, metodologijos, teorijos, dėsniai, principai, politika*. Kaunas, 2008.

naujojo – postmoderniojo, sudėtingųjų dinaminių sistemų – mokslo) įtaką teisės mokslui.⁵⁸ Taigi, nors teisės mokslas sunkiai skiriasi su moderniuoju mokslu, postmodernusis mokslas vis labiau daro įtaką ir teisės mokslui.

Postmoderniosios teisės teorijos: išskyrimo problema. Kokios yra išskiriamos postmoderniosios teisės sampratos? B. S. Jackson⁵⁹ kritines teisės studijas, dekonstrukciją, psichoanalizę, feminizmą – įvardina kaip kai kurias radikalias jurisprudencijos kritikos formas. B. Bix⁶⁰ amerikietiškaį teisinį realizmą, ekonominę teisės analizę, modernias kritines perspektyvas (kritines teisės studijas, „outsaiderių“ jurisprudenciją, feministinę teisės teoriją, kritinę rasės teoriją ir kitas), teisę ir literatūrą, bendrosios teisės filosofinį pagrindimą ir kitus požiūrius (istorinę jurisprudenciją, laisvą teisės judėjimą, marksistinę jurisprudenciją, skandinaviškąį teisinį realizmą, teisinį procesą, pragmatizmą, postmodernizmą) – išskyrė kaip modernias teisės perspektyvas. H. Davies, D. Holdcroft⁶¹ ekonominę teisės teoriją, skandinaviškąį teisinį realizmą, Amerikietiškaį teisinį realizmą, kritines teisės studijas – įvardina kaip kritinę jurisprudenciją. Internetinėje filosofijos enciklopedijoje⁶² išskiriama, kad teisinis realizmas, kritinės teisės studijos, teisė ir ekonomika, „outsaiderių“ jurisprudencija – tai kritinės teisės teorijos. G. Minda teisę ir ekonomiką, kritines teisės studijas, feministinę teisės teoriją, teisę ir literatūrą, kritinę rasės teoriją – išskiria, kaip naujus judėjimus apie 1980-uosius metus.⁶³ Iš viso to, galima būtų pastebėti, kad teorijos labiau įvardijamos kritinėmis nei postmoderniomis. B. Bix net įvardija kaip modernias, tačiau šioje vietoje reikėtų pažiūrėti kritiškai ir suvokti, kad postmoderniame laikotarpyje atsiradusios teorijos, nesvarbu, kaip jos bus įvardytos – yra postmoderniosios teisės teorijos. Tokiame „lūžio“, pokyčių etape ir negali būti aiškaus susitarimo ir visiško aiškumo kaip ką turime pavadinti ar kiek yra postmodernių teisės teorijų, tačiau aišku, kad vykta pokyčiai, o svarbiausia pokyčiai postmoderniuoju laikotarpiu. Todėl toliau pateikiamos postmoderniosios teorijos tikrai yra ne visos, kurios gali būti išskiriamos. Gali būti kur kas įvairesnių, kitokių – būtina pripažinti, kad šiame etape daugiau yra neaišku negu aišku.

Teisės ir ekonomikos judėjimas⁶⁴. Teisės ir ekonomikos judėjimas iškilo apie 1979-uosius. Teisės ir ekonomikos judėjimo atstovų paprastumas ir elegantiškumas atsispindėjo kreipimesi į teisinę

⁵⁸ Pavyzdžiui, JONES, G. T. *Dynamical Jurisprudence: Law as a Complex System*. *Georgia State University Law Review*, 2008, vol. 24, no. 4; HOLZ, B. *Chaos Worth Having: Irreducible Complexity and Pragmatic Jurisprudence*. *Minnesota Journal of Law, Science & Technology*, 2006, no. 8(1); PATTERSON, D. *Postmodernism*. In PATTERSON, D. A. (Ed.). *Companion to Philosophy of Law and Legal Theory*. Oxford: Blackwell Publishing, 2008; MILOVANOVIC, D. *Dueling paradigms: modernist v. postmodernist thought*. In *Critical Criminology Information and Resources Site* [interaktyvus]. 1998 [žiūrėta 2010-03-16]. Prieiga per internetą: <http://critcrim.org/critpapers/milovanovic_postmod.htm>;

⁵⁹ JACKSON, B. S. *Making sense in jurisprudence*. Liverpool. 1996.

⁶⁰ BIX, B. *Jurisprudence: theory and context*. London: Sweet & Maxwell. 2006.

⁶¹ DAVIES, H.; HOLDCROFT, D. *Jurisprudence: text and commentary*. London, Dublin, Edinburgh. 1991.

⁶² *Philosophy of law*. In *Internet Encyclopedia of Philosophy* [interaktyvus] A Peer-Review Academic Resource [žiūrėta 2010-11-21]. Prieiga per internetą: <<http://www.iep.utm.edu/law-phil/>>.

⁶³ MINDA, G. *Postmodern Legal movements*. New York. 1995.

⁶⁴ Teisinėje literatūroje teisės ir ekonomikos judėjimas dažnai vadinamas – ekonomine teisės analize.

akademinę bendruomenę, svyruojant nuo triuškinančios realistų iki neapibrėžtos teisinio realizmo kritikos. Teisės ir ekonomikos judėjimas gali būti suprantamas, kaip siūlantis sprendimo variantą didelėje sumaištyje, kurioje buvo nuvarginti post-realizmo atstovai, kurie manė, kad teisės taisyklės yra tik politiniai sprendimai. Tačiau laikui bėgant daugelis teisės ir ekonomikos judėjimo idėjų buvo pradėtos kritikuoti. Vieni jas kritikavo teigdami, kad žmogaus poreikiai negali būti tiksliai išreikšti ekonomikos terminais. Kiti, pavyzdžiui, literatūros įtakos didėjimo šalininkai tokie, kaip I. Ayres, teigė, kad sąveika tarp teisės ir ekonomikos sudėtingesnė nei ta, kurią anksčiau teigė esant teisės ir ekonomikos judėjimo atstovai. Nepaisant kritikos, teisės ir ekonomikos judėjimas padarė didelę įtaką šiuolaikinei teisei minčiai.⁶⁵

Bendriausia prasme, ekonominė teisės analizė siūlo ekonominį požiūrį į teisę, kuris išsiskiria iš kitų tuo, kad analizuoja ir vertina teisės normų pasekmes. D. Friedman tinkamai iliustruoja ekonominio požiūrio į teisę skirtumą nuo kitų: „reaguodamas į siūlymą už ginkluotą plėšimą, kaip sunkų nusikaltimą, keliantį pavojų žmogaus gyvybei bei sveikatai, bausti laisvės atėmimu iki gyvos galvos, konstitucinės teisės atstovas pasakys, kad tai nesiderina su žiaurios ir neįprastos bausmės draudimu, teisės filosofas sakys, kad tai iš esmės neteisinga, o teisės ir ekonomikos atstovas teigs, kad tokios bausmės nustatymas skatins plėšikus žudyti savo aukas“.⁶⁶ Kitiškai žvelgiant, teisės ir ekonomikos judėjimas akcentuoja ekonomikos ir teisės „bendradarbiavimą“. Tai rodo teisės ir ekonomikos suartėjimą, o svarbiausia teisės atsivėrimą. Tačiau šis atsivėrimas yra labai nedidelis. Atsiveriama, pagal šią teoriją tik ekonomikos mokslui. Tai tik viena „dalelytė“ dideliame galimybių „lauke“.

Kritinės teisės studijos. Kritinės teisės studijos pasirodė apie 1970-uosius. Skirtingai nuo teisinio realizmo atstovų, kritinių teisės studijų atstovai pilnai netikėjo kalbos neapibrėžtumu. Jie greičiau teigė, kad netgi tada, kai kalba ir teisinės taisyklės yra kaip stiklas „permatomos“ (aiškios), teisė yra nulemta būti iš prigimties prieštaringa (nevisiškai aiški). Šis prieštaringumas atsirado, nes visuomenė nėra įsipareigojusi kiekvienai griežtai taisyklei ar lanksčiam standartui, kuris yra interpretuojamas. Kritinių teisės studijų atstovai atmeta nuomonę, kad teisiniai veikėjai gali kada nors objektyviai išnagrinėti alternatyvių taisyklių reikšmę be iškraipymų, dirbtinių kategorijų, kurias mes sukuriame ir primetame teisinėse problemose. Kritinės teisės studijos kildinamos iš teisinio realizmo, marksistinės teisės sampratos bei Frankfurto kritinės teorijos mokyklos. Teisinį realizmą bei kritines teisės studijas vienija skeptiškas, antiformalistinis požiūris, tačiau kritinės teisės studijos negali būti vadinamos „naujuoju realizmu“: „Abu judėjimai siekia demistifikuoti teisę, akcentuoti teisės veikimą, tačiau kritinių teisės

⁶⁵ FELDMAN, R. Law's Misguided Love Affair with Science. In *Minnesota Journal of Law, Science & Technology* [interaktyvus]. 2009, no. 10(1) [žiūrėta 2011-02-05]. Prieiga per internetą: <http://mjlst.umn.edu/uploads/D_/T/D_TfLhzkuwNnGcGOHA0_w/101_feldman.pdf>.

⁶⁶ FRIEDMAN, D. *Law's order: what economics has to do with law and why it matters*. New Jersey: Princeton University Press, 2000, p. 8.

studijų „nedomina“ pragmatiniai ar empiriniai tyrinėjimai“.⁶⁷ Kaip galima būtų pastebėti kritinių teisės studijų tikslas – „nuvainikuoti“ teisę.

Kritiškai žvelgiant, kritinių teisės studijų judėjimas pernelyg teigia, kad viskas sąlygiška, kad teorijas reikia atmesti, kad nėra aiškumo ir t. t., tačiau nepateikiamas požiūris, kaip reiktų „priartėti prie aiškumo“, kas galėtų būti labiau aišku negu neaišku. Ši teorija tarsi nori viską „nugriauti“, tačiau nugriovus viską, nėra būdo ir kelio, kaip viską reiktų „statyti“ iš naujo.

Feministinė teisės teorija Iš moterų išsilaisvinimo judėjimo septintajame dešimtmetyje išaugo feministinė teisės teorija. Anot P. Smith, „tuo metu daugelis moterų ėmėsi teisinės profesijos, tikėdamos, kad naudodamosios teise ištaisys tuo metu paplitusį neteisingą ir nevienodą moterų traktavimą“.⁶⁸ Pasak jos, feministinė jurisprudencija yra jurisprudencija, nes tai yra teisinių santykių analizė, koncepcijos ir principai. Feministinė, dėl to, kad ji nagrinėja ir priešinasi patriarchijai. Feministinio judėjimo atstovai tvirtina, kad patriarchija neteisingai struktūrizuoja visus socialinius susitarimus, ir reikia reformuoti tokią struktūrą. Bet kas, kas paneigia aiškią reikšmę tokio projekto yra kaip feodalinis valdovas, kuris atsisako to, kad industrinė revoliucija būtų susijusi su juo.⁶⁹

Galima pastebėti, kad feministinė teisės teorija akcentuoja moters vaidmens trūkumą ir bando priešintis tam. Ir šioje teisės teorijoje matomas tam tikras „perkainojimas“ ir pokyčių poreikis. Kritiškai žvelgiant, tai teorija, kuri teisiog teigia, kad reikia vieną „dalelę“ – moters vaidmenį sustiprinti visuomenėje ir, kad negali būti atskirtųjų, tačiau tai labai „maža“ teorija, nedėstanti plačių ir integralių idėjų. Tai ir vėl „dalelytė“ dideliame pasirinkimo kelyje.

Teisė ir literatūra. Teisė ir literatūra – dar viena teorija, metusi iššūkį požiūriui į teisę, kaip autonomišką, uždarą sistemą. Teisė ir literatūra – tai dar viena XX a. pabaigos teisės samprata, kurioje akcentuojama, kad teisės analizė turi remtis kitų disciplinų, būtent literatūros, žiniomis.

XX a. pradžioje J. Wigmore išleido „A List of Legal Novels“. J. Wigmore akcentavo, kad teisininkai, norėdami praplėsti savo akiratį, turi skaityti su teise susijusias knygas: „speciali profesionalų pareiga yra susipažinti su tomis jų profesijos savybėmis, kuriomis domisi literatūra“.⁷⁰ Teisės ir literatūros, besiremiančios idėja, kad literatūros studijos, turi būti teisės mokslo dalis, pradžia laikoma 1973 metais išleista J. B. White knyga „The legal imagination“, kurioje teigiama, „kad teisės studijos turi būti siejamos su literatūra, kuri teisininkams atskleidžia, kaip veikia teisė ir kaip ji turėtų veikti“.⁷¹

⁶⁷ WACKS, R. *Philosophy of Law: A Very Short Introduction*. New York: Oxford University Press, 2006, p. 95.

⁶⁸ SMITH, P. Four Themes in Feminist Legal Theory: Difference, Dominance, Domesticity, and Denial. In *The Blackwell guide to the philosophy of law and legal theory*. Oxford: Blackwell publishing, 2006, p. 90.

⁶⁹ SMITH, P. Feminist jurisprudence. In PATTERSON, D. A. (Ed.). *Companion to Philosophy of Law and Legal Theory*. Oxford: Blackwell Publishing, 2008, p. 308, 309.

⁷⁰ WEISBERG, R. H. Wigmore, and the Law and Literature Movement. *Cardozo Legal Studies Research*, no. 177.

⁷¹ HEALD, P. J. The Death of Law and Literature. *GA Legal Studies Research*, No. 09-006.

Kritiškai žvelgiant, ši teorija akcentuoja teisės ir literatūros ryšį, tačiau nieko daugiau neapjungia ir nepasako. Tai tik dar viena „dalelytė“ dideliame lauke. Šia teorija įvedamas kūrybiškumas, kitoks požiūris, tačiau jis lieka pernelyg „mažas“.

Šiuolaikinė būseną: dialogo ir integralumo poreikis. Šių dienų pasaulyje mokslininkai konstruoja tokias teorijas kaip sudėtingųjų dinaminių sistemų, chaoso ir pan. Jos yra integraleesnės, apimančios „didelį“ lauką ir keliančios ne „dalelių“ problemas, o žymiai didesnio „lauko“ problemas. Taip, šiuolaikinis mokslas teigia, kad yra mažiau aišku negu neaišku, tačiau pats problemų kėlimas ir integralumas yra kur kas „naujos statybos“ pradžia, o ne „nugriovimas“ ir likimas nežinioje. Taigi teisės mokslininkai neturėtų žiūrėti su šypsena į postmodernizmą ir atmesti to, ko nepažįsta, ar jiems nepatogu. Pats postmodernizmas moksle nėra toks juokingas, kaip teisės mokslininkai, kurdami savo teorijas ir juokdamiesi iš jų. Ar ne laikas teisės mokslininkams kurti integralešnes teisės teorijas, apimančias daugiau „dalelių“, ne tik ekonomiką, bet ir literatūrą, gamtos mokslus, filosofiją, sociologiją ir t. t. viename, kur galima kelti didesnes problemas, jas integruoti ir ieškoti naujų kelių. Reikėtų paminėti integracinę jurisprudenciją – bandymą suderinti skirtingas teisės paradigmas. J. Hall, sugalvojo terminą „integrali jurisprudencija“.⁷² Integralioji jurisprudencija yra teisės filosofija, kuri teigia, kad tai, kas yra teisė negali būti apribota tik tuo, kad tai yra tai, kas yra parašyta įstatyme. Integraliosios jurisprudencijos yra trys perspektyvos – teisinis pozityvizmas, prigimtinės teisės teorija ir istorinė teisės teorija.⁷³ Tačiau integralumas neturi likti tik teisės viduje, integralumas turi atsispindėti plačiam kontekste ir įvairiausių problemų sprendime, jungiantis skirtingų mokslų pažinimui.

Taigi tik pakeitus požiūrį į patį mokslą galime kitaip pažvelgti ir į teisės mokslą ir jo santykį su mokslo kaita. Ateitis parodys, ar skirtingi mokslai susikalbės tarpusavyje. Dabartinė būseną rodo, kad vis labiau atsiranda norinčiųjų užmegzti pokalbį (galima taip pat drąsiai įvardinti neurojurisprudenciją, kaip naujojo mokslo ir postmodernizmo idėjų teisėje pavyzdį, neurojurisprudencija apima teisės filosofiją, biologiją, psichologiją, neuromokslą ir kitas sritis).

Išvados

1. Teisės mokslo ištakos siekia senovės Romos laikus (apie 95 m. pr. Kr.), tačiau savarankiško
2. mokslo statusą teisės mokslas įgijo XII a. Tai sąlygojo universitetų atsiradimas, atrasti teisiniai raštai bei analizės ir sintezės scholastinis metodas. Neišvengiamai teisės mokslui didžiulę įtaką iki šių dienų daro tiek vystymosi pradžioje susiformavęs scholastinis metodas, tiek XIX a. pozityvizmo (teisinio pozityvizmo) idėjos, pagal kurias teisę buvo siekiama išvalyti nuo

⁷² HALL, J. *Comparative Law and Social Theory*. 1963, p. 78-82.

⁷³ MEDINGER, J. D. The Holy See, Historicity, and Humanitarian Intervention: Using Integrative Jurisprudence to Inform Contemporary practice. *Texas International Law Journal*, vol. 41, no. 1, 2006, p. 39-66.

vertybių ir atskirti nuo kitų mokslų įtakos. Tai galime pastebėti ir mūsų akademinėje bendruomenėje, tačiau atėjo metas pokyčiams.

3. Nėra vieningos teisės mokslo sampratos, nėra vieningo atsakymo, ką mes turėtume laikyti
4. teisės mokslu. Tačiau turi būti pripažinta, kad ne taip svarbu, kaip bus pavadintas teisės mokslas – ar jurisprudencija ar teorija ar kitaip, svarbu yra, koks bus teisės mokslas, ar jis bus atviras pažinimui ir naujovėms ir sugebės daryti tinkamus pokyčius.
5. Dabar pasaulis gyvena postmoderniuoju laikotarpiu, formuojasi įvairios postmoderniosios
6. idėjos, teorijos. Nors nėra aiškaus išskirstymo, o teisės mokslas sunkiai atsisveikina su modernizmu ir susitarimas dar tik ateityje, tačiau bendru požiūriu galima būtų išskirti tokias postmodernias teisės teorijas: teisės ir ekonomikos judėjimą, kritines teisės studijas, feministinę teisės teoriją, teisę ir literatūrą. Tačiau į šias teorijas teisės mokslininkai turi žiūrėti kritiškai, nes jos akcentuoja tik „daleles“ (pavyzdžiui, ekonomiką, literatūrą ar moters vaidmenį), kai tuo tarpu postmodernusis mokslas konstruoja labiau integruojančias teorijas (pavyzdžiui, sudėtingųjų dinaminių sistemų, chaoso). Galbūt dėl to postmodernias teisės teorijas taip greitai norima atmesti ir likti prie aiškesnių ir patogesnių. Nors postmoderniajame laikotarpyje daugiau neaišku negu aišku, tačiau teisės mokslininkai turėtų kurti kur kas platesnes ir integralesnes teorijas, kurios gebėtų ne tik „griauti“, bet ir „statyti“. Tik laikas parodys, ar tai pavyks.

Literatūros sąrašas

1. Baderman, D. J. *Classical Canons: Rhetoric, classicism and treaty interpretation*. Aldershot, 2001, p. 73-81. Cituota iš Tuori, K. *Ancient Roman Lawyers and Modern Legal ideals*. Frankfurt am Main, 2007.
2. Baranova, J. *Nietzsche ir postmodernizmas*. Vilnius: Vilniaus pedagoginio universiteto leidykla, 2007.
3. Berkmanas, T. The development of the philosophies of science and law: parallelisms, reciprocities, perspectives. *Jurisprudencija*, 2009, t. 2 (116), p. 93-113; BERKMANAS, T. Analogija tarp mokslo ir teisės: istoriniai ir probleminiai aspektai. *International Journal of Baltic Law*, 2007, vol. 3., no. 3, p. 54-66.
4. Berman, H. J. *Teisė ir revoliucija. Vakarų teisės tradicijos formavimasis*. Vilnius: Pradai, 1999.
5. Bix, B. *Jurisprudence: theory and context*. London: Sweet & Maxwell. 2006.
6. Davies, H.; Holdcroft, D. *Jurisprudence: text and commentary*. London, Dublin, Edinburgh. 1991.
7. Feldman, R. Law's Misguided Love Affair with Science. In *Minnesota Journal of Law, Science & Technology [interaktyvus]*. 2009, no. 10(1) [žiūrėta 2011-02-05]. Prieiga per internetą: <http://mjlst.umn.edu/uploads/D_/Tt/D_TtLhzkuwNnGcG0HA0_w/101_feldman.pdf>.
8. Friedman, D. *Law's order: what economics has to do with law and why it matters*. New Jersey: Princeton University Press, 2000.
9. Glendon, M. A., Gordon, M.W., Osakwe Ch. *Vakarų teisės tradicijos*. Vilnius, 1993.
10. Hall, J. *Comparative Law and Social Theory*. 1963.
11. Heald, P. J. *The Death of Law and Literature*. GA Legal Studies Research, No. 09-006.

-
12. Holz, B. Chaos Worth Having: Irreducible Complexity and Pragmatic Jurisprudence. *Minnesota Journal of Law, Science & Technology*, 2006, no. 8(1).
 13. Jackson, B. S. *Making sense in jurisprudence*. Liverpool. 1996.
 14. Jones, G. T. Dynamical Jurisprudence: Law as a Complex System. *Georgia State University Law Review*, 2008, vol. 24, no. 4.
 15. Lazlo, E. *The Systems View of the World: A Holistic Vision for Our Time*. Hampton Press, Inc, 2002.
 16. Medinger, J. D. The Holy See, Historicity, and Humanitarian Intervention: Using Integrative Jurisprudence to Inform Contemporary practice. *Texas International Law Journal*, vol. 41, no. 1, 2006.
 17. Milovanovic, D. Dueling paradigms: modernist v. postmodernist thought. In *Critical Criminology Information and Resources Site* [interaktyvus]. 1998 [žiūrėta 2010-03-16]. Prieiga per internetą: <http://critcrim.org/critpapers/milovanovic_postmod.htm>.
 18. Minda, G. *Postmodern Legal movements*. New York. 1995.
 19. Patterson, D. Postmodernism. In Patterson, D. A. (Ed.). *Companion to Philosophy of Law and Legal Theory*. Oxford: Blackwell Publishing, 2008.
 20. Philosophy of law. In *Internet Encyclopedia of Philosophy* [interaktyvus] A Peer-Review Academic Resource [žiūrėta 2010-11-21]. Prieiga per internetą: <<http://www.iep.utm.edu/law-phil/>>.
 21. Posner, R. A. *Overcoming Law*. Cambridge: Harvard university press, 1996.
 22. Samuel G. *The Foundations of Legal Reasoning*. Antwerp: Maklu Uitgevers, 1994.
 23. Skurvydas, A. *Senasis ir naujasis mokslas: paradigmos, metodologijos, teorijos, dėsniai, principai, politika*. Kaunas, 2008.
 24. Smith, P. Feminist jurisprudence. In Patterson, D. A. (Ed.). *Companion to Philosophy of Law and Legal Theory*. Oxford: Blackwell Publishing, 2008.
 25. Smith, P. Four Themes in Feminist Legal Theory: Difference, Dominance, Domesticity, and Denial. In *The Blackwell guide to the philosophy of law and legal theory*. Oxford: Blackwell publishing, 2006.
 26. Tuori, K. *Ancient Roman Lawyers and Modern Legal ideals*. Frankfurt am Main, 2007.
 27. Wacks, R. *Philosophy of Law: A Very Short Introduction*. New York: Oxford University Press, 2006.
 28. Weisberg, R. H. Wigmore, and the Law and Literature Movement. *Cardozo Legal Studies Research*, no. 177.

HOSTELIŲ PARDAVIMUS SKATINANTYS VEIKSNIAI

*Varkalytė V.*¹, *Jesevičiūtė-Ufartienė L.*²

*Kauno kolegija*¹, *Lietuvos sporto universitetas*²

Anotacija. Mokslinės literatūros analizė padėjo išsiaiškinti svarius faktorius, kurie įtakoja paslaugų pardavimų skaičių hosteliuose, tai yra: hostelio vieta, teikiamos paslaugos, papildomų paslaugos, hostelio įvaizdis ir paslaugų kaina. Paslaugų pardavimas yra marketingo ir įmonės sėkmės ar nesėkmės pagrindas, kuris yra surištas su pardavimų veikla. Apibendrinant, labiausiai pardavimus skatinantys faktoriai gali būti išskirti: rėmimo kompleksas, socialiniai tinklai ir paslaugos teikėjo bei kliento ryšys teikiant ar jau suteikus paslaugas.

Aktualumas. Hostelių apgyvendinimo paslaugų pardavimo didinimo galimybės.

Problema. Paslaugų rinka yra daug kompleksiškesnė už prekių gamybos rinką. Įveikti šią problemą padeda pardavimų ir apgyvendinimo paslaugų analizė. Kita vertus, analizuojant apgyvendinimo paslaugas, pastebėta, kad bendrabučio tipo viešbučiai (toliau – hosteliai) yra nepakankamai vertinami vartotojų. Laikoma, kad kokybiškesnes paslaugas atlieka viešbučiai. Lieka neaišku, kaip galima būtų skatinti hostelių populiarumą vartotojų tarpe.

Objektas – hostelių paslaugų pardavimų skatinimas.

Tikslas – remiantis moksline literatūra, nustatyti pagrindinius faktorius įtakojančius hostelių paslaugų pardavimo sėkmę.

Uždaviniai:

1. Išanalizuoti hostelių paslaugų pardavimo veiksniai;
2. Išskirti labiausiai pardavimus skatinančius rėmimo veiksniai.

Metodai – mokslinės literatūros analizė.

Rezultatai. Su hostelių paslaugų pardavimu yra susiję tokie veiksniai kaip hostelio vieta, suteikiami patogumai, papildomų paslaugų įvairovė, hostelio įvaizdis, paslaugų kaina. Paslaugų pardavimas yra marketingo branduolys, todėl verslo kompanijų sėkmė ar nesėkmė yra labai susijusi su pardavimų veikla. Galima išskirti labiausiai pardavimus skatinančius rėmimo veiksniai: rėmimas, socialiniai tinklai, paslaugų teikėjo ir vartotojo santykis.

Hostelių paslaugų pardavimo veiksnių analizė

Aiškinantis, kas nulemia pardavimų sėkmę tiek apgyvendinimo paslaugų rinkoje, tiek kitose rinkose, kuriose vyksta pardavimai, turėtume susipažinti, kas yra pardavimai.

Pardavimų sąvoka yra seniai nusistovėjusi ir mokslininkų (Sharma, 2008; Bose, 2010, Sahu, Raut, 2009) naudojami apibrėžimai yra sudaryti dar nuo 1960 m. Anot Amerikos Marketingo asociacijos pardavimai – procesas, kuris paskatina ir padeda potencialiam pirkėjui įsigyti prekę ar paslaugas arba palankiai reaguoti į komercinės reikšmės idėjas.

Jobber, Lancaster (2012) teigimu paprasčiausias pardavimų vaidmuo (*angl. salesmanship*) yra pardavimo funkcija. Šis savaime suprantamas apibūdinimas slepia iš tikrųjų labai kompleksinę procesą, kuris apima visą eilę principų, technikų ir asmeninių savybių, daugybę pardavimų užduočių tipų (Jobber ir Lancaster, 2012).

Trehan ir Rehan (2010) išskiria keturis pagrindinius su rinkodara susijusius dalykus: produktas, kaina, reklama ir vieta. Sėkmės garantas – tinkamiems klientams pasiūlytas tinkamas produktas ar paslauga už tinkamą kainą ir tinkamoje vietoje.

Mokslininkai (Bose, 2010; Trehan ir Rehan, 2010) išskirdami ir apibūdina pagrindines pardavimų savybes ir charakteristikas, pabrėžia personalo darbo svarbą pardavimų procese. Pardavimai gali tapti

pagrindu samdant personalą (Trehan ir Rehan, 2010), vykdant mainus tarp paslaugos pirkėjo ir pardavėjo (Bose, 2010; Trehan ir Rehan, 2010), pardavimai yra galimybė pakeisti žmones, iš to ko jiems reikia, į tai ko jie nori (Bose, 2010).

Apgyvandinimo rinkoje parduodamos yra paslaugos. Vitkienė (2004) paslaugą apibrėžia tai kaip:

1. veikla, nauda ar pasitenkinimas, kuris teikiamas parduoti kartu su prekėmis;
2. parduoti siūloma veikla, kai perkama nauda ir pasitenkinimas, o ne konkretus daiktas;
3. veikla ar nauda, kada viena pusė kitai pusei gali pasiūlyti tai, kas paprastai yra neapčiuopiama ir nėra nuosavybės pardavimo rezultatas.

Grönroos (1990) teigia, kad paslauga – tai daugiau ar mažiau neapčiuopiama veikla, paprastai (bet nebūtinai) pasireiškianti vartotojui sąveikaujant su paslauga teikiančiais tarnautojais, fiziniais ištekliais, prekėmis arba teikimo sistemomis, kurios užtikrina vartotojo problemos išsprendimą.

Pasak Levy ir Weitz (Bals ir Hartmann, 2008) pagrindiniai paslaugų bruožai yra keturi:

- Neapčiuopiamumas;
- Gamybos ir vartojimo neatsiejamumas;
- Heterogeniškumas;
- Napatvarumas.

Grönroos (1990) padidintos paslaugų pasiūlos modelis - aiškina, kad paslauga sudaryta iš pagrindinės (kitai dar vadinamos šerdine) ir papildomų paslaugų ir (arba) prekių.

Paslauga susideda iš daugybės sudėtinių/pagalbinių paslaugų ir prekių, tačiau, pagrindinė tik viena. Čia ir pasireiškia vienas iš paslaugos sudėtingumų, kokybės atžvilgiu, viską nulemia visa paslaugų/prekių visuma. (Sūdžius, 2002)

Jobber ir Lancaster (2012) sudarė galimas paslaugų formas (20 formų) ir viena iš jų yra viešbučiai ir svetingumas, o tai yra viena pagrindinių turizmo struktūrinių dalių. Apgyvandinimo įstaigos teikia priemones ir paslaugas miegui, poilsiui, atsipalaidavimui ir žmonių linksminimui, kurie yra laikinai išvykę iš savo įprastinės gyvenamosios vietos ar darbo, už tam tikrą mokestį. Daugelis apgyvandinimo įstaigų aprūpina ne tik lova, bet ir maistu, susitikimų vietomis, sporto salėmis, sveikatos palaikymu ir linksmybių vietomis. (Mensah, 2013)

Pagal Lietuvos turizmo įstatymą (2011) yra 14 apgyvandinimo paslaugų rūšių ir hosteliai būtent priklauso vienai iš jų - nakvynės namų apgyvandinimo paslaugai. Tai yra apgyvandinimo paslauga, teikiama dažniausiai daugiavietėse bendrabučio tipo patalpose, kai higienos poreikių tenkinimui skirta įranga gali būti bendrai naudojama keliems kambariams, teikiant arba neteikiant ribotas maitinimo paslaugas.

Mokslininkas Mensah (2013) hostelį apibūdina taip – tai yra nebrangi nakvynės įstaiga, kuri dažniausiai teikia paslaugas studentams ar jaunesniems trumpalaikiams klientams. Hosteliai teikia mažai paslaugų, bet yra įrengta virtuvėlė, kurioje svečiai gali darytis savo paties maistą.

Pagal Medlik ir Ingram (2002) apgyvendinimo paslauga susideda iš:

1. įkūrimo vietos (t.y. kur jis yra: mieste ar kaime, rajone ir t.t.);
2. patogumų (t.y. miegamieji, barai, restoranai, susitikimų kambariai, sportas, poilsis);
3. paslaugų (t.y. kokio lygmens paslaugas tiekėjas pasiūlys, priklausomai nuo klasifikacijos, patogumų ir rinkos nišos);
4. įvaizdžio (t.y. koks jis yra klientų akimis ir kaip reklamuojamas);
5. kainos, kuri priklauso nuo vietos, patogumų, paslaugų ir vaizdo funkcijų.

Pardavimas yra marketingo branduolys. Verslo kompanijų sėkmė ar nesėkmė yra labai susijusi su pardavimų veikla. Be pardavimų verslas neišgyventų. Bet kokio verslo pagrindinis tikslas yra pelnas, tačiau šis tikslas negali būti įvykdomas be pardavimų. Pardavimai tiesiogiai veikia kitas verslo funkcines veiklas: produkciją, finansus, pirkimus, darbo reikalavimus.

Hostelių pardavimus skatinantys veiksniai

Pardavimų didinimas daugiausia priklauso nuo rėmimo taktikos ir naudojamų sprendimų pritraukti klientus, tačiau įtakos turi visi marketingo komplekso elementai (Kinduryš, 2002). Nėra vieningos nuomonės dėl marketingo komplekso elementų skaičiaus. Prieita nuomonė (Kinduryš, 2002; Kotler, 2009), kad keturių elementų marketingo kompleksas pritaikytas gamybos (pramonės) įmonėms. Paslaugų sferoje įtraukiami trys papildomi elementai (žmonės, fizinis akivaizdumas, procesas). Kurio nors elemento ignoravimas gali nulemti marketingo (plano) sėkmę arba nesėkmę. Tačiau šiame straipsnyje siekiama išryškinti rėmimo elemento svarbą pardavimų skatinimui.

Rėmimas analizuojamas trimis pjūviais: rėmimas kaip skatinimas; rėmimas kaip socialiniai tinklai; rėmimas kaip paslaugų teikėjo ir vartotojo elgsena.

1. Rėmimas. Fisk, Grove ir John (2008) rėmimo kompleksą sudaro iš reklamos, pardavimų skatinimo, asmeninio pardavimo, viešinimo ir viešųjų ryšių.

Hudson (2008) pardavimų skatinimą apibūdina kaip kompanijos naudojama technika, siekiant padidinti produkto vertę bei sukuriant papildomą paskatą pirkti. Hudson (2008) teigia, kad pardavimų skatinimo naudojimas yra išaugęs dėl daugelio priežasčių: siūlo trumpalaikius akivaizdžius rezultatus; tai yra atskaitinga; mažiau kainuoja negu reklama; tai yra apie dabartinius staigius vartotojo poreikius, gauti daugiau naudos; reaguoja į rinkos pokyčius. Prekybos skatinimas tai pat gali būti itin lankstus. Jis galima būti naudojamas bet kurioje produkto gyvavimo stadijoje ir gali būti labai naudingas remiant kitas skatinimo veiklas.

Taktinės skatinimo technikos sukurtos stimuliuoti kliento pirkimą, turi tris pagrindinius taikinius: individualūs vartotojai, paskirstymo kanalai ir pardavimai. Hudson (2008) parodo pardavimų skatinimo tikslus kiekvienai tikslinei rinkai, kartu su tipinėmis technikomis, naudojamoms pasiekti šiuos tikslus turizmo ir apgyvendinimo pramonėje.

McCabe (2009) išskiria priežastys, kodėl reikia pasinaudoti pardavimų skatinimu:

- Skatina pardavimus per trumpą laiką;
- Sulaukiama grįžtamojo ryšio siekiant patenkinti ilgalaikius marketingo tikslus;
- Reaguoja į konkurentų veiksmus.

Dale ir Oliver (2005) pažymi, kad rėmimo marketingas susiduria su rėmimo kompleksu. Bendruoju atveju, marketingo komunikacija yra visaapimantis terminas (ir veikimas), kuris įtraukia komunikaciją per bet kurį marketingo komplekso elementą. Produktas pakuotė, kaina ir paskirstymas lygiai taip pat sukuria tam tikrą įvaizdį vartotojui, kaip ir produkto išreklamavimas.

2. Socialiniai tinklai. Interneto vystymasis padarė revoliuciją organizacijų komunikavimo sistemoms (Munar, Gyimothy ir Cai, 2013). Dabar jau įprasta rasti kone kiekvienos įmonės internetinį puslapį ir rasti viešai skelbiamą informaciją. Ne gana to, vartotojai dabar yra įgalinti rinktis, lyginti, įsigyti prekes ir paslaugas internete. Tokia pardavimų strategija vis populiarėja tarp įmonių, kadangi tai sunaudoja daug mažiau finansinių resursų. Taip pat reikia pažymėti, kad internetas yra puiki terpė palikti atsiliepimams (teigiamiems ir neigiamiems), o atsiradę socialiniai tinklai žmonėms teikia savi realizacijos, paliktų potyrių, dalijimosi su kitais privalumus.

Socialiniai tinklai tampa plačiai naudojami turistų, jie ieško, organizuoja, dalinasi ir komentuoja kelionių potyrius per interneto blogus (pvz.: *Blogger*, *Twitter*), interneto bendruomenes (pvz.: *Facebook*, *RenRen* ir *Trip Advisor*) žiniasklaidos priemones (pvz.: *Flickr* ir *Youtube*), socialinius žymėjimo tinklapius (pvz.: *Delicious*), žinių dalijimosi tinklapiuose (pvz.: *Wikitravel*) ir kituose tinklapiuose, kuriuose vyksta bendravimas. *World Travel Market 2011 Industry Report* paskelbė, kad daugiau nei vienas trečdalis Didžiosios Britanijos laisvalaikio keliautojų apgyvendinimo paslaugas renkasi pagal *Trip Advisor* ir *Facebook* tinklapiuose teikiamą informaciją (Koumelis, 2011).

Paplitęs naudojimas socialiniais tinklais daro įtaką vartotojams, nes daugeliu atveju bendraamžiai, kaip referentinės grupės, yra linkę turėti įtakos kitų individų požiūriui ir elgsenai. Tikima, kad nuotraukos ir žinutės pasidalintos socialiniuose tinkluose apie buvusią turistinę patirtį, įtakoja vietos įvaizdį ir pasirinkimą. Munar, Gyimothy, Cai (2013) atskleidė, kad istorijos apie kelionėse patirtus įspūdžius turi reikšmingą įtaką bendraamžių pasirinkimui keliauti, tai ypač pasireiškia tarp studentų. Daugelis moterų teigė, kad jos buvo susidomėjusios ir sujaudintos istorijų apie turistines vietas, o vyrams stimulą keliauti kėlė pavydas.

Socialiniai tinklai gali būti pasiekiami ir mobiliaisiais telefonais. Dėl padidėjusio *Smart* telefonų naudojimo, daugelis žmonių dabar gali atnaujinti savo statusą savo socialiniuose tinkluose, įkelti ar atsiųsti nuotraukos praktiškai iš bet kurios pasaulio vietos ir tai daryti dabartiniu laiku. Ši mada gali turėti reikšmingą efektą suvokimui ir jausmams apie turistines vietas (Munar, Gyimothy, Cai, 2013).

Bosari (Sumarjan ir kt., 2014) nurodo kelis faktus, kaip socialinė žiniasklaida įtakoja verslo pasaulį, pagal 2012 metų Socialinės Žiniasklaidos Marketingo Industrijos ataskaitą: 94 proc. verslo įmonių turinčių marketingo skyrių, naudojami socialiniais tinklais, kaip pagrindine marketingo priemone, beveik 60 proc. verslo dalyvių yra susifokusavę ties socialinių tinklų marketingo vystymu ir priežiūra, 43 proc. žmonių tarp 20 ir 29 metų praleidžia daugiau nei 10 valandų per savaitę socialiniuose tinkluose, 85 proc. verslo įmonių, kurie naudojami šiuo tinklu, pranešė apie padidėjusį rinkos poveikį ir 58 proc. įmonių, kurios naudojami socialiniais tinklais daugiau nei 3 metus pranešė apie pardavimų padidėjimą tuo laikotarpiu. Remiantis šiais faktais rinkodaros modelio strategija pasikeitė nuo tradicinio marketingo metodo, kuriame reikalingi pinigai reklamuojant produktus ir paslaugas, į modernų marketingo metodą, kuris leidžia socialinių tinklų pagalba reklamuotis mažesnėmis išlaidomis.

Socialinių tinklų naudojimas yra viena iš geriausių idėjų verslo dalyviams, siekiant pasiekti visą pasaulinę rinką, reklamuojant produktus ir paslaugas. Vietos įvaizdžio gerinimas pasitelkiant pačius vartotojus ir naujas technologijas, skatina turistų lojalumą apsilankant tose vietose ir tai kitiems turistams sukuria "vietos, kurią būtina aplankyti" įvaizdį (Sumarjan ir kt, 2014).

Socialiniai tinklai iš pat pradžių turėjo tarsi paprastą tikslą – sujungti žmones į tinklą. Tačiau tai, kas nutiko vėliau paveikė daugelį verslo šakų. Turizmo ir apgyvendinimo sektorius suprato šią tiesą, tad stengiasi neatsilikti nuo naujovių, dominti klientus ir palikti gerą įspūdį, kadangi vartotojai jau yra „tinkle“, visos patirtys persiduoda vis didesnei auditorijai.

Kai kurie naujausi tyrimai rodo, kad socialiniai tinklai vaidina didelį vaidmenį ne tik vartotojams kelionių informacijos paieškai, bet kaip ir turizmo marketingo įrankis. (Chan, Denizci Guillet ir kt. 2011).

3. Paslaugų teikėjo ir vartotojo santykis. Paslaugų sektoriuje labai dažnai pasitaiko, kad pats klientas tampa rėmimo pagalbininku, kadangi patenkintas klientas yra linkęs pasidalinti potyriais su 2-3 žmonėmis, o nepatenkintas gali pasidalinti savo nuomone net su 8-10 žmonių arba *Google*. Tačiau dabar naujos studijos rodo, kad jeigu iškilusios problemos yra išsprendžiamos greitai, net 80 proc. šių klientų sugrįš ir taps lojaliais, jeigu jais buvo pasirūpinta tinkamai (<http://money.howstuffworks.com/customer-service2.htm>).

Klientų aptarnavimo statistika (http://www.huffingtonpost.com/hulya-aksu/customer-service-the-new-b_2827889.html):

- Prie kiekvieno vieno nepatenkinto kliento yra kiti 26 nepatenkinti klientai, kurie nepasitenkinimo neišreiškia;

-
- Net 6-7 kartus brangiau kainuoja įsigyti naujų klientų negu stengtis išlaikyti jau esamą;
 - Tik 4 proc. nepatenkintų klientų išdrįsta tai pasakyti garsiai;
 - Prireikia net 12 teigiamų patirčių, norint ištaisyti vieną neigiamą.

Orientuojanti į tai, galima būtų teigti, kad paslaugų rinkoje nemažą vaidmenį vaidina personalas, nuo kurios priklausys paslaugos suteikimo sėkmė bei vartotojo pasitenkinimas. Tad reiktų nepamiršti savo darbuotojus vertinti ir į juos investuoti. Tačiau, paslaugos vartojimas priklauso ir nuo paties vartotojo, teigia Hudson (2008).

Vartotojų elgsena siejasi su jausmais ir susidorojimu su problemomis. Žmonių emocijos vaidina labai stiprią rolę vartotojų elgsenoje. Teigiamos ir neigiamos emocijos, taip pat kaip ir specifinės emocijos kaip viltis, baimė, gailėjimasis, kaltė, gėda ir bendra nuotaika gali paveikti kaip vartotojas galvoja, kokius sprendimus daro, kaip jie jaučiasi po sprendimo priėmimo, ką jie atsimena ir kaip jie mėgavosi patirtimi. Tokios emocijos kaip meilė, kartais apibūdina kaip mes jaučiamės apie tam tikrus brendus ar daiktus (Hoyer, MacInnis ir Mason, 2012). Vadinasi, vartotojai dažnai naudoja produktus savo jausmams patenkinti.

Išvados

Išanalizavus mokslinę literatūrą galima išskirti tokius su hostelių paslaugų pardavimu susijusius veiksnius: hostelio vieta, suteikiami patogumai, papildomų paslaugų įvairovė, hostelio įvaizdis, paslaugų kaina. Paslaugų pardavimas yra marketingo branduolys, todėl verslo kompanijų sėkmė ar nesėkmė yra labai susijusi su pardavimų veikla.

Apibendrinus atliktos mokslinės literatūros analizės rezultatus galima išskirti labiausiai pardavimus skatinančius rėmimo veiksnius:

- Rėmimas. Taktinės skatinimo technikos sukurtos stimuliuoti kliento pirkimą, turi tris pagrindinius taikinius: individualūs vartotojai, paskirstymo kanalai ir pardavimai. Produktas pakuotė, kaina ir paskirstymas lygiai taip pat sukuria tam tikrą įvaizdį vartotojui, kaip ir produkto išreklamavimas.
- Socialiniai tinklai. Rinkodaros modelio strategija pasikeitė nuo tradicinio marketingo metodo, kuriame reikalingi pinigai reklamuojant produktus ir paslaugas, į modernų marketingo metodą, kuris leidžia socialinių tinklų pagalba reklamuotis mažesnėmis išlaidomis.
- Paslaugų teikėjo ir vartotojo santykis. Paslaugų rinkoje svarbus yra personalas, nuo kurio priklauso paslaugos suteikimo sėkmė bei vartotojo pasitenkinimas. Dėl šios priežasties reiktų nepamiršti savo darbuotojus vertinti ir į juos investuoti.

Literatūros sąrašas

1. Bals, L., Hartmann, E. (2008). *Sourcing of Services*. New York.

-
2. Bose, D.C. (2010). *Modern Marketing – Principles and Practise*. New Delhi.
 3. Chan, N. L. Denizci Guillet, B. (2011). Investigation of social media marketing. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 28(4), p. 345–368.
 4. Dale, G., Oliver, H. (2005). *BTEC National Travel and Tourism*. Oxford.
 5. Fisk, R., Grove, S., John J. (2008). *Interactive Service Marketing*. Boston.
 6. Grönroos, Ch. (1990). *Managing the Moments of Truth in Service Competition. Service Management and Marketing*. Toronto.
 7. Hoyer, D., MacInnis, J. D., Mason, R. P. (2012). *Consumer Behavior*. Ohio.
 8. Hudson, S. (2008). *Tourism and Hospitality Management*. London.
 9. Jobber, D., Lancaster, G. (2012). *Selling and Sales Management*. Essex.
 10. Kaip veikia klientų aptarnavimas. [žiūrėta 2014.03.27] Prieiga per internetą: <http://money.howstuffworks.com/customer-service2.htm>
 11. Kinduryš, V. (2002). *Paslaugų marketingas*. Vilnius.
 12. Klientų aptarnavimo principai. Naujas marketingo požiūris. [žiūrėta 2014.03.27] prieiga per internetą: http://www.huffingtonpost.com/hulya-aksu/customer-service-the-new-b_2827889.html
 13. Kotler, P., Keller, K.L., Brady, M., Goodman, M., Hansen, T. (2009). *Marketing Management*. Essex.
 14. Koumelis, T. (2011). *Social media continues to play role in travel decisions*. [žiūrėta 2014.03.19] Prieiga per internetą: <http://www.traveldailynews.asia/news/article/46174/social-media-continues-to-play>
 15. McCabe, S. (2009). *Marketing Communications in Tourism and Hospitality*. Oxford.
 16. Medlik, S., Hadyn, I. (2002). *Business of Hotels*. Oxford.
 17. Mensah, I. Mensah, R.D. (2013). *Management of Tourism and Hospitality Services*. London.
 18. Munar, A. M., Gyimothy, S., L. Cai. (2013). Tourism Social Media: Transformations in Identity. *Community and Culture*. Bingley.
 19. Sahu, P.K., Raut, K.C. (2009). *Salesmanship and Sales management*. Delhi.
 20. Sūdžius, V. (2002). *Pardavimų valdymas*. Vilnius.
 21. Sumarjan, N., Mohd, Z. S., Mohd, R.S., Zurinawati, M., Mohd, H. H., Saiful, B. F., Artinah, Z., Bakhtiar, S., Hafiz, M. (2014). Hanafiah M. Hospitality and Tourism: Synergizing Creativity and innovation in Research. London.
 22. Trehan, M., Rehan, R. (2010). *Advertising and Sales management*. New Delhi.
 23. Vitkienė, E. (2004). *Paslaugų marketingas*. Klaipėda.
 24. Lietuvos turizmo įstatymas. (2011). Vilnius.

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СИСТЕМЫ ГОСТЕПРИИМСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Елизавета А.

Белорусский государственный университет

Туризм в настоящее время развивается очень стремительно. Именно туризм стал одним из доступных средств познания окружающего нас мира, его истории, достопримечательностей и культурного наследия.

Туризм представляет собой один из видов услуг и принадлежит к быстро развивающимся отраслям экономики.

В современной научной литературе существует много определений терминов «туризм» и «гостеприимство».

Гостеприимство – это более точное понятие, так как направлено на удовлетворение потребностей не только туристов, но и потребителей вообще.

Следует отметить, что понятия туризма и гостеприимства нельзя рассматривать в отдельности: это два взаимосвязанных термина. Туристы являются потенциальными потребителями, имеющими разнообразные желания и потребности, зависящие от целей их путешествий.

Понятие «гостеприимство» во всех словарях толкуется как любезный прием гостей, радушие по отношению к гостям.

Гостеприимство – это одно из понятий цивилизации, которое благодаря прогрессу и времени превратилось в мощную индустрию, в которой работают миллионы профессионалов, создавая все лучшее для потребителей услуг (туристов). Индустрия гостеприимства включает в себя различные сферы деятельности людей – туризм, отдых, развлечения, гостиничный и ресторанный бизнес, общественное питание, экскурсионную деятельность, организацию выставок и проведение различных научных конференций.

Таким образом, индустрия гостеприимства – это комплексная сфера деятельности работников, удовлетворяющих любые запросы и желания туристов.

Сущность индустрии гостеприимства

В каждой стране особое место занимает гостеприимство. Этот термин подразумевает под собой производство услуг с проявлением персонального внимания по отношению к гостю страны, способность персонала чувствовать его потребности.

Как и любая другая сфера экономики, индустрия гостеприимства нуждается в определенной структуре и целостности, которые обеспечивали бы ее конкурентоспособность.

В структуру индустрии гостеприимства входят:

- 1) предприятия общественного питания;
- 2) транспортные услуги;
- 3) культурно-развлекательные услуги.

Большое внимание уделяется вопросу привлечения клиентов со стороны других предприятий. Это связано, прежде всего, со свойствами услуги как товара. Услуга неосвязаема и нематериальна. Процесс реализации услуги зависит от процесса ее производства. По этой причине качество услуг находится в непосредственной зависимости от эмоционального и психологического состояния потребителя, а также работы самого персонала.

Различные фирмы индустрии гостеприимства не могут использовать традиционные стратегии или методы продвижения услуг в отношении потребителей, так как ужесточение конкуренции приводит к необходимости разработки новых программ и генерированию идей по привлечению и удержанию клиентов.

В настоящее время существует определенная маркетинговая концепция управления туристическим бизнесом. Суть данной системы взглядов заключается в понятии «индустрия гостеприимства». Понятие «индустрия гостеприимства» является более широким, чем понятие «индустрия туризма». В основе этих двух сфер деятельности лежит понятие «гостеприимство», т. е. щедрость и дружелюбие по отношению к гостям.

Как было сказано ранее, гостеприимство означает радушие по отношению к гостям, или любезный прием гостей. Другими словами, данное понятие можно объяснить как производство услуг с проявлением персонального внимания по отношению к туристу и способность чувствовать его пожелания и потребности. Индустрия гостеприимства и заключается в том, чтобы предоставить туристу как потенциальному потребителю домашний уют и создать ту обстановку, которая бы отвечала всем запросам и требованиям клиента.

Из всего сказанного выше можно сделать вывод, что любое путешествие человека вне зависимости от места его пребывания должно сопровождаться радушием и внимательностью со стороны персонала, оказывающего ему услуги. Однако на практике возникают такие ситуации, когда обслуживающий персонал ведет себя по отношению к туристу не совсем гостеприимно. Подобное поведение вызывает недовольство и жалобы гостя, тем самым нанося ущерб репутации фирмы. Именно недостижение взаимопонимания между клиентами и обслуживающим персоналом и стало одной из основных причин возникновения такого вида обслуживания, как самообслуживание.

Итак, индустрия гостеприимства – это понятие, включающее в себя услуги по обслуживанию клиентов.

Отдельно следует рассмотреть такое понятие, как «гостеприимное поведение». Оно требует особого внимания, поскольку этому нельзя в полной мере научиться, несмотря на то, что проводятся различные обучающие программы для персонала. Гостеприимство трудно включить в обучающие программы, но, тем не менее, персонал должен научиться правильно обращаться с клиентами, ведь сфера туризма чрезвычайно зависит от человеческого фактора.

Трудно дать вполне и точное определение гостеприимного поведения, но любой из нас сразу может заметить, когда оно отсутствует. Гостеприимство трудно измерить или включить в обучающие программы. Это качество обслуживания, а не уровень подготовки или опыт, которому учатся. Нельзя сказать, однако, что обучение здесь не является важным. Надлежащее обучение дает служащему навыки, необходимые для создания условий, при которых может появиться гостеприимство. Например, благодаря дополнительным знаниям, можно указать главные достопримечательности своей местности, сообщить, как к ним добраться и дать другую полезную для гостей информацию. Взаимосвязь между обучением и гостеприимством, возможно, лучше всего может быть продемонстрирована при общении служащего и иностранного гостя. Гостеприимство и уважение невозможно проявить, не зная языка, культурных и бытовых особенностей и традиции страны гостя. Искреннего желания быть полезным и гостеприимным еще не достаточно.

В гостеприимстве важную роль играет справочная литература, предлагаемая отелем или гостиницей. Это могут быть различные брошюры, листовки, карты города или иная историческая и культуроведческая литература.

На практике индустрия гостеприимства сталкивается с негативными обстоятельствами, но остается одной из наиболее перспективных и прибыльных сфер экономики. Для того чтобы укрепить положение на рынке, предприятия индустрии должны совершенствоваться и изобретать все новые технологии и программы для привлечения клиентов, поскольку конкуренция между предприятиями индустрии гостеприимства существует не только в национальном, но и в международном масштабе.

Гостеприимство в Беларуси.

Республика Беларусь расположена в географическом центре Европы, на пересечении важнейших транспортных артерий. Беларусь всегда была и является связующим мостом между Востоком и Западом, играет существенную роль в укреплении мировоззренческих и духовных начал народов Европы.

Белорусский народ имеет древнюю и богатую историю. Преодолевая многочисленные трудности, белорусы не только сохранили и с достоинством пронесли через столетия свою самобытную культуру и ментальность, но и оказались восприимчивыми к другим духовным ценностям, впитав лучшие традиции и достижения европейской и мировой цивилизации; состоялись как самодостаточные и равные среди других народов Европы.

Каждый народ имеет свой характер, свои особенности, отличающие его от других народов. Белорусов же отличают трудолюбие, толерантность и гостеприимство - главные черты белорусского национального характера. Иностранцы, приезжающие к нам, часто отмечают нашу гостеприимность, нашу благосклонность.

В современных условиях, когда Беларусь окончательно оформила свою национальную государственность, обрела реальный суверенитет, значительно вырос интерес международного сообщества к истории и культуре белорусского народа, как органичной части общеславянской, общеевропейской и мировой истории и культуры.

В исследовании «Беларусь и мир», проведенном Белорусским институтом стратегических исследований (BISS) совместно с социологической лабораторией НОВАК, в очередной раз обратились к теме белорусского национального характера. Вот какие результаты были получены в рамках социологического опроса взрослого населения по репрезентативной общереспубликанской выборке. Качества, приписываемые белорусам: Гостеприимство 82,8%; Доброта 81,7%; Трудолюбие 73,1%; Скромность 54,4%; Толерантность 51,4%; Духовность 51,3%; Аккуратность 45,0%; Любознательность 32,2%; Свободолюбие 28,5%; Дисциплинированность 27,3%.

Результаты данного исследования закономерны, ведь белорусы хотят сделать так, чтобы гостям страны было комфортно отдыхать здесь. Строятся новые отели и усадьбы, совершенствуется транспорт. Белорусское гостеприимство хотят сделать таким же брендом, как Беловежская пуца или Брестская крепость. Это должно привлечь сюда путешественников, которые захотят не только насладиться отдыхом, но и поближе узнать культуру, обычаи нашей страны.

Беларусь также входит в десятку стран с наиболее динамично развивающимся туристическим сектором. Республика заняла 6-е место в рейтинге Всемирного совета по туризму и путешествиям (World Travel & Tourism Council) по этому показателю. Беларусь в 2012 году увеличила доходы от туризма на 39,7% – до рекордной для страны величины \$960 млн, что составляет 2,1% от ВВП. Рынок туристических услуг по итогам года вырос на 11%.

Россияне летом 2013 года назвали Беларусь в числе десяти стран, наиболее подходящих для семейного отдыха.

Однако в настоящее время в Беларуси существует ряд проблем, которые не дают туристической отрасли выйти на новый уровень. Что же это за проблемы? Одной из самых главных и важных проблем является отсутствие необходимой инфраструктуры. Когда турист впервые приезжает в чужую страну, ему необходимы подсказки и помощь в выборе маршрута по стране, в заселении в гостиницу, в совершении покупок и так далее. И одно из главных препятствий на пути к этому - языковой барьер. Для этого существует международный язык, чтобы туристы смогли свободно общаться в другой стране и добиваться поставленных целей. Именно поэтому, я решила провести микроисследование, где я выступала в роли иностранки со знанием английского языка.

Цель микроисследования: понять, как будет ориентироваться в нашей стране приезжий, не носитель русского (белорусского) языка при контакте с персоналом сферы обслуживания.

Первая точка микроисследования: национальный аэропорт Минска «Минск-2». Аэропорт находится в 30 км от столицы Республики. Задача: турист пытается узнать, где выход из аэропорта; где находится город Минск и как туда доехать; как поменять валюту. Результат: из 6 человек персонала аэропорта 5 человек ответили на мои вопросы и правильно всё пояснили. Из 4 таксистов только один на ломанном английском смог ответить и отвезти меня в город. \

Вторая точка микроисследования: крупные торговые центры. Задача в торговых центрах: турист пытается купить сувенир на память из Беларуси для матери/брата/бабушки. Результат: из 5 продавщиц сувенирных отделов на английском языке никто не говорил. Во всех случаях помог язык жестов. Возраст продавщиц: 22-45 лет.

Третья точка микроисследования: специализированные сувенирные магазины. Задача в сувенирных магазинах: турист пытается купить сувенир на память из Беларуси для матери/брата/бабушки. Результат: из 3 продавщиц все смогли мне помочь. Возраст продавщиц: 30-40 лет.

Четвертая точка микроисследования: город Минск. Задача: в киосках белорусской почтовой службы «Белсаюздрук» купить путеводитель по Минску, печатный либо на аудионосителе на английском языке. Результат: 4 продавца киоска не смогли говорить на английском языке, но смогли помочь с выбором, который ограничился двумя брошюрами, где вкратце, и только на английском и французском языках, было написано про столицу. Вторая возникшая проблема при прогулке по городу – отсутствие указателей на английском. Практически нигде в городе их не оказалось. Также их не оказалось и на большинстве дорог за пределами дорог. Тем не менее, хотелось бы отметить, что во время данного микроисследования люди были настроены очень благоприятно, старались помочь и посодействовать.

Общие результаты: я пыталась пойти на контакт с 22 людьми, которые работают в сфере предоставления услуг и продажи товаров, из которых только 9 немного говорили на английском, а пятеро смогли мне помочь при помощи языка жестов.

Выводы

По результатам данного микроисследования можно выделить следующие проблемы:

- Нехватка необходимой инфраструктуры, которая обеспечивала бы комфортное пребывание и путешествие туриста в городе и за его пределами.
- Недостаточная квалификация кадров, работающих в сфере предоставления услуг и продажи товаров, связанная с отсутствием начального знания иностранного языка. Данная проблема не позволяет туристу совершать необходимые действия в городе без барьеров. Особенно она будет видна в связи с началом организации торговли с использованием международной системы «TAX-FREE».

Причины возникновения проблем в области гостеприимства в Республике Беларусь:

- Нехватка финансовых ресурсов, которые государство и частный бизнес пока не готовы тратить на развитие туризма. Недостаточное финансирование отражается на всей этой цепочке, из чего вытекает такая картина происходящего.
- Нежелание отдельных руководителей предприятий сферы обслуживания повышать квалификацию персонала, а также нехватка денежных средств на это.

Возможные шаги по решению данных проблем:

- создание специальных государственных программ может помочь привлечению белорусских и иностранных инвестиций в туристическую отрасль нашей республики для выхода её на новый уровень;
- работа над законодательной базой, которая поможет найти «точки притяжения» бизнеса и власти;
- развитие инфраструктуры;
- создание новых туристических маршрутов;
- популяризация внутреннего туризма;
- маркетинговые мероприятия;
- повышение качества туристических услуг;
- формирование календаря туристических событий Республики Беларуси на каждый следующий год;
- продвижение туристического потенциала Республики Беларуси за рубежом;
- участие в зарубежных международных туристических выставках;

-
- на территории Республики Беларуси необходимо проводить крупные туристические форумы и промоакции.

Литература

1. Борисов Ю.Н. Маркетинг в туризме – М. 1996г.
2. Браймер Р.А. Основы управления в индустрии гостеприимства / Р.А. Браймер. - М.: Аспект Пресс, 1994 - 392
3. Гуляев В.Г. Организация туристской деятельности - М.: Нолидж, 1996г.
4. Елканова Д.И., Осипов Д.А., Романов В.В., Сорокина Е.В. Основы индустрии гостеприимства – М. 2009г.
5. Зорин И.В., Квартальнов В.А. Туризм как вид деятельности. М.: Финансы и статистика, 2001.
6. Котлер Ф. Основы маркетинга/Пер. с англ. - М.: Прогресс, 1990г.
7. Уокер Д. Управление гостеприимством / Д. Уокер. - М. Юнити-Дана, 2006 – 849

КОНКРЕТИЗАЦИЯ СРЕДЫ ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ В ЭКОЛОГИЧЕСКОМ ТУРИЗМЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Николашин В.

Мгзит. Московский государственный институт индустрии туризма имени ю.а.сенкевича

Аннотация. В работе определено понятие «экологический туризм» с учетом среды деловой активности. Представлена динамика экотуристских путешествий в общем объеме туристских прибытий в РФ. Сделан сравнительный анализ экологического туризма со смежными популярными видами.

В настоящее время превалируют различные походы к описанию понятия экологический туризм, что требует научной конкретизации данного понятия и определения экологический туристский продукт, для целей исследования. Прежде чем давать авторское определение мы считаем целесообразным рассмотреть наиболее распространенные в настоящее время подходы к толкованию основных понятий статьи.

Одним из ключевых событий в области экологического туризма было принятие определения на всемирном саммите по экотуризму в Квебеке, Канада, 19-22 мая 2002 года, где участие приняли более 1100 делегатов из 132 стран, где широкое представительство разных народов продемонстрировало растущий интерес и количество предложений по развитию экологического туризма. Участники саммита Квебека приняли ряд принципов, которые характеризуют экотуризм как вид туризма, в котором основной мотивацией туристов является наблюдение и признательность природе, а также деятельность, которая активно содействует сохранению природного и культурного наследия территорий.

Однако мы считаем, что данное определение является не полным и не охватывает всех факторов данного вида туризма. В связи с этим в статье сформулированы предложения по дополнению и расширению рассматриваемого понятия.

Мы считаем, что «экологический туризм – это вид туризма который подразумевает соприкосновение с природными объектами при минимальном отрицательном воздействии на него и направлен на сохранение окружающей среды, а так же включает в себя планирование, разработку и эксплуатацию домохозяйств и местных общин для производства туристского продукта и способствует их благополучию».

В соответствии с представленным определением при анализе экологического туризма необходимо учитывать его базовые свойства и качественные характеристики. Так как на наш взгляд, экологический туризм – это туризм, который определяет полный отчет текущих и будущих, экономических, социальных и экологических воздействий, обращаясь к потребностям туристов, промышленности, окружающей среде и домохозяйствам. Так же в определение понятия «экологический туризм» должна входить специфика его направлений:

- 1) обеспечить оптимальное использование природных ресурсов, которые составляют ключевой элемент в развитии туризма, поддержание важнейших экологических процессов и помощь в сохранении природных ресурсов и биоразнообразии;
- 2) уважать социально-культурную аутентичность принимающих сообществ и домохозяйств, сохранение их жизни и встроенное культурное наследия и традиционных ценностей, а также содействовать межкультурному пониманию и толерантности;
- 3) обеспечить жизнеспособные, долгосрочные хозяйственные операции, предоставляя социально-экономические преимущества для всех заинтересованных лиц, которые справедливо распределены, включая устойчивую занятость и возможностей приобретение дохода, и социальное обеспечение, чтобы принять сообщества, и способствующий снижению уровня бедности.

Очень важную роль в развитии экологического туризма играют домохозяйства. В целях исследования под «домохозяйством» мы понимаем одного или нескольких индивидуумов проживающих вместе и имеющих общий бюджет. Это может быть как семья, со своим бюджетом, или один отдельно проживающий гражданин, так и несколько индивидуумов, проживающих вместе и ведущих общий бюджет.

В работе проведен структурно-динамический анализ экологического туризма как целого сектора индустрии туризма, который заключается в выявлении конкретизации свойств экологического туризма и экономическом анализе динамики выявленной его доли на туристском рынке.

Об актуальности проблемы экологического туризма в мировой индустрии свидетельствует тот факт, что динамика экотуристских путешествий в общем объеме туристских прибытий постоянно и стремительно растет приближаясь к половине всех путешествий (Рис.1.).

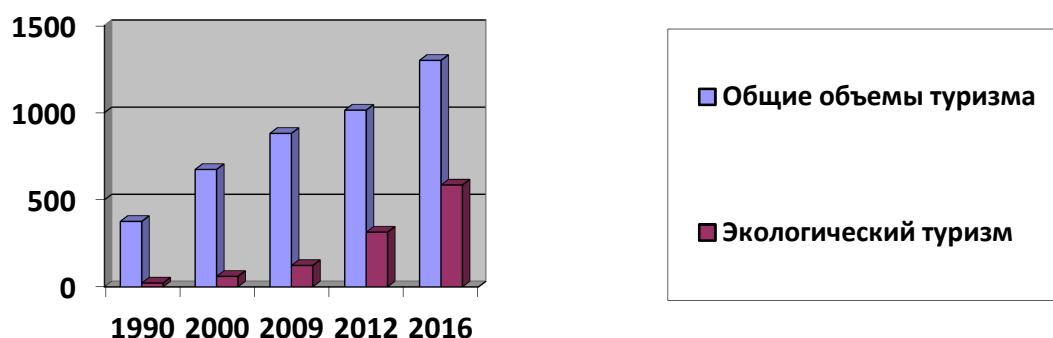


Рис.1. Динамика экотуристских путешествий в общем объеме туристских прибытий⁷⁴

При этом туризм обладает существенным потенциалом как двигатель роста мировой экономики. Огромный размер и достижения туристского сектора, делает его критически важным с глобальной точки зрения ресурса. Даже небольшие изменения к экологизации могут иметь важные последствия. Кроме того, связь сектора с многочисленными другими секторами на международном уровне означает, что изменения в практике могут стимулировать изменения во многих различных государственных и частных субъектах за пределами прямого и непосредственного воздействия туристской деятельности.

Развитие туризма сопровождается существенными проблемами. Быстрый рост как международного, так и внутреннего туризма, тенденции роста путешествий за более короткие промежутки времени, где предпочтение отдается энергоемкой транспортировке, увеличивает невозобновляемую энергетическую зависимость туризма, приводящую к вкладу сектора до 5% парникового газа (ПГ), который, как ожидают, вырастает существенно под обычным сценарием современного бизнеса (BAU).

Путешествия и туризм – это интенсивные человеческие ресурсы, которые используют непосредственно и косвенно 8% глобальной рабочей силы. Считается, что одна работа в основной туристской индустрии создает приблизительно полтора дополнительных или косвенных рабочих места в экономике, связанной с туризмом. Экологизация туризма, которая включает в себя повышение эффективности использования энергии, воды и системы отходов, как ожидается, укрепит потенциал занятости в секторе с увеличением найма местного населения и поиске значительных возможностей в области туризма ориентированных на местную культуру и природную среду.

⁷⁴ По данным <http://media.unwto.org/> - сайт Всемирной туристской организации и результатам ряда научных конференций по экологическому туризму организованных ООН - <http://www.ecotourismconference.org>

Ясное различие должно быть сделано между понятием экологического туризма и классического туризма: «Термин экологический туризм относится к сегменту в пределах туристического сектора с ориентацией на экологическую устойчивость, в то время как принципы классического должны относиться ко всем типам туризма, операций, учреждений и проектов, включая обычные и альтернативные формы туризма». Термин экологический туризм описывает политику, методы и программы, которые принимают во внимание не только ожидания туристов об ответственном управлении и использовании природными ресурсами (как требование), но также и потребности обществ, которые поддерживают или затрагивают туристические проекты и окружающую среду.

Рекомендации по развитию экологического туризма и практики управления применимы ко всем формам туризма во всех типах мест назначения, включая массовый туризм и различные ниши, и сегменты туризма. Принципы экологичности относятся к экономическому и социокультурному аспектам развития туризма и подходящий баланс должен быть установлен между этими тремя измерениями, чтобы гарантировать его долгосрочную устойчивость.

Так же важно понимать, что экологический туризм это обособленный сегмент индустрии туризма который отличается рядом показателей от других видов туризма (Табл. 1.).

Табл. 1. Сравнительный анализ экологического туризма со смежными популярными видами

Критерии	Экологический туризм	Сельский туризм	Лечебно-оздоровит. туризм	Спортивный туризм	Экскурсионный туризм	Пляжный туризм
Воздействие на природу	Минимальное	Минимальное	Минимальное	Среднее и высокое	Минимальное и среднее	Высокое
Питание (уровень экологичности)	Высокий	Средне и высокий	Высокий	Низко экологичный	Низкий и средний	Низкий
Уровень использования экологического транспорта	Максимальный	Максимальный	Средний	Максимальный	Минимальный	Минимальный и средний

Анализ результатов международных конференций и литературных источников по экологическому туризму показал, что существуют различные подходы к анализу экологического туризма (рыночный, субъектный и т.д.), однако мы считаем, что так же очень важно рассматривать экологический туризм как деловую среду, имеющую определенную специфику и особенности. В частности любой сегмент туризма имеет несколько компонентов среди которых, как минимум: питание, размещение, транспорт. Деловая среда экологического туризма, с нашей точки зрения, имеет следующую специфику: проживание и питание могут предоставлять

полностью домохозяйства; транспорт так же частично возможен за счет домохозяйств. Следовательно, домохозяйства могут выступать как основные поставщики или организаторы туристского продукта. Вспомогательными гранями составления туристского продукта будут выступать локальные транспортные системы, региональные или областные маршруты всех видов транспорта.

Литературы

1. Ashley C., and Roe D. Enhancing Community Involvement in Wildlife Tourism: Issues and Challenges. IED Wildlife and Development Series, No.11. 2008.
2. Boo E. Ecotourism Planning for Protected Areas. In: Ecotourism. A Guide for Planners and Managers. The Ecotourism Society, North Bennington, Vermont, 2008.
3. Бринчук М.М. Экологическое право. – М.: Юрист, 2002
4. Дроздов А.В. Основы экологического туризма. – М.: Гардарики, 2005.

MOKSLAS IR PRAKTIKA: AKTUALIJOS IR PERSPEKTYVOS
Mokslinių straipsnių rinkinys
(Elektroninis leidinys)

THEORY AND PRACTICE: PROBLEMS AND PROSPECTS
Scientific articles
(Electronic publication)

Sudarė Biruta Švagždienė
Maketavo Giedrė Gudaitytė
Viršelio dailininkė Simona Vainulevičiūtė

2014-05-25. 37,4 sp. l.
Leido Lietuvos sporto universitetas, Sporto g. 6, LT-44221 Kaunas.
www.lsu.lt; el. p.: lsu@lsu.lt