



TEORIJA IR PRAKTIKA: STUDENTIŠKOS

ĮŽVALGOS

THEORY AND PRACTICE: STUDENT INSIGHTS



Tarptautinė studentų konferencija

International Students Conference

2020 11 19

Tarptautinė studentų konferencija „Teorija ir praktika: studentiškos išvalgos“
International Students Conference “Theory and Practice: Student Insights”

KONFERENCIJOS ORGANIZACINIS KOMITETAS:

Organizacinės grupės vadovė -

Evelina Darulienė, Studentų paslaugų centro koordinatorė, Socialinės gerovės centro vadovė, Kolpingo kolegija
Nariai:

Karolina Rašimaitė, Studentų atstovybės prezidentė, Kolpingo kolegija

Gintarė Milčė, Patirtinio mokymosi centro koordinatorė, Kolpingo kolegija

Dalia Gineitienė, Tarptautinių ryšių vadybininkė, Kolpingo kolegija

Doc. dr. Rūta Meištė, Ekonomikos ir verslo centro vadovė, Kolpingo kolegija

Renata Butkutė, Direktorės padėjėja, Kolpingo kolegija

THE ORGANIZING COMMITTEE:

Head of the Organizational Group:

Evelina Darulienė, Coordinator of Student Service Center, Head of Center of Social Welfare, Kolping University of Applied Sciences

Members:

Karolina Rašimaitė, President of Students Representation at Kolping University of Applied Sciences

Gintarė Milčė, Coordinator of Experiential Learning Center, Kolping University of Applied Sciences

Dalia Gineitienė, International Relations Coordinator, Kolping University of Applied Sciences

Assoc. dr. Rūta Meištė, Head of Economics and Business Center, Kolping University of Applied Sciences

Renata Butkutė, Assistant Director (Secretary), Kolping University of Applied Sciences

Autorių tekstų kalba ir stilius neredaguoti.

Authors' papers were not edited.

© *Kolpingo kolegija*, 2020.

PRATARMĖ

Šiame leidinyje pristatoma 2020 m. lapkričio 19 d. Kolpingo kolegijoje nuotoliniu būdu įvykusi Tarptautinė studentų konferencija „Teorija ir praktika: studentiškos išvalgos“.

„Duoti – dar nereikia suteikti džiaugsmą. Džiaugsmas atsiranda tuomet, kai duodama su džiaugsmu. Tik šiltas saulės spindulys skleidžia ir žadina šilumą“ (Kunigas Adolfas Kolpingas).

Prieš devyniolika metų Kolpingo kolegijoje pradėtos organizuoti studentų konferencijos, kuriose studentai dalinasi atliktų tyrimų, projektinės veiklos rezultatais, įgyta akademine patirtimi Lietuvoje ir užsienyje. Ir pirmi metai, kai konferencija organizuojama nuotoliniu būdu. Virtualiai vykusioje konferencijoje dalyvavo 100 dalyvių iš septynių skirtingų šalių: Čekijos, Lenkijos, Vokietijos, Latvijos, Slovėnijos, Rusijos ir Lietuvos.

Konferencijos metu pranešimus socialinių mokslų bei verslo ir viešosios vadybos studijų kryptyse skaitė 46 dalyviai. Studentai savo patirtimi ir teorinėmis išvalgomis dalijosi 3 darbo grupėse: „Socialinių mokslų studijų srities studentų patirtys ir perspektyvos šiuolaikinėje visuomenėje“, „Verslo bei turizmo studijų srities studentų patirtys ir perspektyvos šiuolaikinėje visuomenėje“ bei „Studentų patirtys tarpkultūriniame kontekste“.

Dėl pasikeitusio konferencijos formato, dalyviai neturėjo galimybės bendrauti tiesiogiai ir smagiai praleisti laiką drauge. Tačiau išbandymai, dirbant nuotoliniu būdu, atskleidė kitas galimybes įgyti naujų įgūdžių bei patirties.

Organizatorių vardu dėkojame visiems, kurie dalijosi turima patirtimi!

FOREWORD

This publication presents the international students' online conference "Theory and Practice: Student Insights", which took place on 19 November 2020 at Kolping University of Applied Sciences.

"To give - does not mean to give joy. Joy comes when it is given with joy. Only warm sunlight spreads and awakens heat" (Priest Adolf Kolping).

Nineteen years ago the first students' conference was organized at Kolping University of Applied Sciences, where students shared results of their research and project activities, gained academic experience in Lithuania and abroad.

It's been 9 years since this conference became international and the first time when it's held remotely. The virtual conference was attended by 100 participants from seven countries: The Czech Republic, Poland, Germany, Latvia, Slovenia, Russia and Lithuania.

During the conference, 46 participants presented social sciences and business reports. Students shared their experience and theoretical insights in 3 working groups: „Students' Experiences and Perspectives in the Field of Social Sciences in Contemporary Society“, „Students' Experiences and Perspectives in the Field of Business and Tourism in Contemporary Society“ and „Students' Experiences in the Intercultural Context“.

Due to the changed format of the conference, participants did not have the opportunity to communicate directly and have fun together. However, the challenges of working remotely have revealed other opportunities to gain new skills and experience.

The organizers thank all the participants of this year's conference for sharing their experience!

TURINYS / CONTENTS

SOCIALINIŲ MOKSLŲ STUDIJŲ SRITIES STUDENTŲ PATIRTYS IR PERSPEKTYVOS ŠIUOLAIKINĖJE VISUOMENĖJE	
STUDENT EXPERIENCES AND PERSPECTIVES IN THE FIELD OF SOCIAL SCIENCES IN CONTEMPORARY SOCIETY	8
1. TOMA DAUNYTĖ SLAUGYTOJŲ PASITENKINIMO DARBU IR PRAKTINĖS DARBO APLINKOS VERTINIMAS	8
2. AUŠRA JANKŪNIENĖ SOCIALINIO DARBUOTOJO PATIRIAMO STRESO DARBE ĮVEIKOS YPATUMAI	17
3. ERNESTA LIUŽINIENĖ SOCIALINIS DARBO ORGANIZAVIMAS SU MAŽIAU GALIMYBIŲ TURINČIAIS JAUNUOLIAIS ATVIRAME JAUNIMO CENTRE	25
4. IRMA MAIŽIENĖ, RAMUNĖ UBEIKIENĖ SOCIALINIŲ DARBUOTOJŲ PROFESINĖS MOTYVACIJOS VEIKSNIŲ ANALIZĖ	34
5. IVETA ŽEMAITYTĖ SOCIALINIO DARBUOTOJO ĮVAIZDIS LIETUVOS ŽINIASKLAIDOJE	42
VERSLO BEI TURIZMO STUDIJŲ SRITIES STUDENTŲ PATIRTYS IR PERSPEKTYVOS ŠIUOLAIKINĖJE VISUOMENĖJE	
STUDENT EXPERIENCES AND PERSPECTIVES IN THE FIELD OF BUSINESS AND TOURISM IN CONTEMPORARY SOCIETY	48
6. DOMINYKAS AUKSUTIS „ERGO“ IR „IF“ DRAUDIMO ĮMONIŲ BŪSTO IR KELIONIŲ DRAUDIMO PALYGINAMOJI ANALIZĖ	48
7. RASA BALSEVIČIENĖ PILGRIMINIO TURIZMO VIEŠINIMO PRIEMONĖS LIETUVOJE	55
8. ARŪNAS DAGYS TAPATYBĖS RAIŠKA MENE: KULTŪRINIO TURIZMO IR KULTŪROS ANIMACIJOS PAVYZDŽIO PRAKTINĖ ANALIZĖ	65
9. KAMILĖ DAUKŠAITĖ LYDERYSTĖS RAIŠKA TURIZMO PASLAUGŲ SEKTORIJE	72
10. KAMILĖ DIRVELYTĖ KLIENTŲ LOJALUMO SVARBA IR JO DIDINIMO GALIMYBĖS VERSLAS-VERSLUI SEKTORIJE, RĖMIANTIS UAB „INIDA“ PAVYZDŽIU	79
11. MIGLĖ DZEDULIONYTĖ „COMPENSA VIENNA INSURANCE GROUP“ IR „ERGO INSURANCE SE LIETUVOS FILIALAS“ TEIKIAMOS KELIONĖS DRAUDIMO PASLAUGOS PALYGINAMOJI ANALIZĖ	87
12. MONIKA GASEVIČIŪTĖ FINANSINIŲ TECHNOLOGIJŲ SKVERBIMASIS Į VARTOTOJŲ FINANSINIUS ĮPROČIUS	94
13. MARTYNA GRIGAITYTĖ ADB „GJENSIDIGE“ KELIONĖS IR ASMENS DRAUDIMO PRODUKTŲ KAINŲ ANALIZĖ	102
14. TADAS KARANAUSKAS GEOKEČINGO VAIDMUO TURIZME IR JO VYSTYMOSI TENDENCIJOS LIETUVOJE	110

15. LUKRECIJA MAČIONYTĖ RENGINIŲ TURIZMAS KAIP NIŠINĖ TURIZMO DALIS: KAUNO VALSTYBINIO MUZIKINIO TEATRO ATVEJIS	117
16. JUSTĖ MARTIŠAUSKAITĖ ARCHEOLOGINIO PAVELDO PATRAUKLUMAS TURIZMO SKATINIMUI	124
17. SANDRA MIKALONYTĖ „TIMESHARE“ – ALTERNATYVUS ATOSTOGŲ APSISTOJIMO PASIŪLYMAS TURISTAMS	132
18. MIGLĖ MUZIKEVIČIŪTĖ ŽUVINTO BIOSFEROS REZERVATO PATRAUKLUMAS GAMTINIO TURIZMO MĖGĖJAMS: MELDINĖS NENDRINUKĖS ATVEJIS	143
19. ERIKA PERVAINYTĖ TURIZMO ĮMONĖS VADOVŲ VAIDMUO PANDEMIJOS COVID - 19 METU	152
20. GABRIELĖ POVAŽAJEVAITĖ APLINKOSAUGINĖS PROGRAMOS „MĖLYNOJI VĖLIAVA“ REIKALAVIMAI PAPLŪDIMIAMS	160
21. TOMA ŠALTYTĖ, LUKRECIJA TRUMPAITĖ JAUNIMO UŽIMTUMO RODIKLIŲ DINAMIKA LIETUVOJE	165
22. DEIMILĖ ŠULCAITĖ DRUSKININKŲ “SNOW ARENA” PASLAUGŲ IR KOKYBĖS VERTINIMAS	173
23. SANDĖ TRUBILAITĖ ANKSTYVOJO GELEŽIES AMŽIAUS PILIAKALNIAI KULTŪRINIO TURIZMO KONTEKSTE	180
24. ROMĖNA TILINDYTĖ VADOVAVIMO PROCESO TOBULINIMAS UAB „EX PROMPTO“ VERO CAFÉ	188
25. VITA VALANTIKONYTĖ KULTŪRINIO TURIZMO OBJEKTŲ PRIEINAMUMAS TURISTAMS: KAUNO TVIRTOVĖS, KAIP KOMPLEKSNIO KARINIO TURIZMO OBJEKTO, ATVEJIS	198
26. JOGAILĖ VEČERINSKAITĖ „IF“ IR „COMPENSA“ DRAUDIMO BENDROVIŲ TEIKIAMŲ PASLAUGŲ, KEIČIANTIS RIZIKOMS, PALYGINAMOJI ANALIZĖ	207
27. ARISTIDA VIMBARAITĖ APGYVENDINIMO SEKTORIAUS SITUACIJOS APŽVALGA COVID 19 METU	216
28. VAIVA VYŠNIAUSKAITĖ MEDICININIO TURIZMO VYSTYMOSI TENDENCIJOS	223
STUDENT EXPERIENCES IN THE INTERCULTURAL CONTEXT STUDENTŲ PATIRTYS TARP KULTŪRINIAME KONTEKSTE	231
29. BOVYKINA D. A. A DYSFUNCTIONAL FAMILY AS A SOCIAL WORK	231
30. KATARZYNA DANILUK CENTRAL BANK INTERVENTION CONCERNING FINANCIAL STABILITY IN THE ERA OF CORONAVIRUS ON THE EXAMPLE OF THE FEDERAL RESERVE IN THE US	233

31. FEDOROVA V. A. YOUNG MIGRANTS AS AN OBJECT OF SOCIAL WORK	238
32. NADINE GRÜNINGER PEDAGOGY IN THE MOST LIVABLE CITY OF THE WORLD: A STUDY ON PARTICIPATION IN A VIENNESE DAY CARE CENTER	240
33. GABRIELĖ JANUŠKAITĖ THE IMPACT OF CULTURAL TOURISM ON COMMUNITIES: CASE STUDY – KAUNAS REGION	248
34. MICHAELA JONÁŠOVÁ, MARKÉTA STÁRKOVÁ INTEGRATION OF PEOPLE WITH DISABILITIES	257
35. BARBORA KOLKOVÁ HOW DOES SOCIAL ISOLATION AFFECT FAMILIES WITH CHILDREN WITH PAS AS A RESULT OF A COVID PANDEMIC	264
36. ALEKSANDR LEPIN SINGLE FATHERS AS «UNNOTICED GROUP» IN SOCIAL WORK	270
37. EKATERINA MAMYAN ANDREEVNA, ANDREY RUBAKOV VLADIMIROVICH, ELIZAVETA YAREMA VASILIEVNA, DARYA RUSAKOVA DMITRIEVNA INFORMATION TECHNOLOGIES AND GLOBAL WEB IN INTERNATIONAL CULTURE COMMUNICATION	275
38. LUBICA NICOLUSSI EARLY IDENTIFICATION OF A NEGLECTED CHILD	281
39. MARIJUS PLAKYS, EDGARAS KLONIŪNAS RESEARCH OF THE STOCK MARKET TRADING VOLUMES IN THE BALTICS AND THEIR SENSITIVITY TO HIGH LEVELS OF VOLATILITY DURING THE FIRST HALF OF 2020	291
40. DIĀNA VAGELE, IRINA SAMARINA, OĻESJA ĀBOLIŅA THE TECHNIQUE OF FACIAL PAINTING IN ICONOGRAPHY (PRACTICAL STUDY OF ICON OF ST ANTHONIUS THE GREAT)	301

SOCIALINIŲ MOKSLŲ STUDIJŲ SRITIES STUDENTŲ PATIRTYS IR PERSPEKTYVOS ŠIUOLAIKINĖJE VISUOMENĖJE EXPERIENCES AND PERSPECTIVES OF STUDENTS IN THE FIELD OF SOCIAL SCIENCES IN CONTEMPORARY SOCIETY

SLAUGYTOJŲ PASITENKINIMO DARBU IR PRAKTINĖS DARBO APLINKOS VERTINIMAS

TOMA DAUNYTĖ

Lietuvos sveikatos mokslų universitetas, Slaugos ir rūpybos katedra
Dr. Daiva Kriukelytė

ANOTACIJA

Šiuo metu slauga yra ypač aktuali ne tik dėl tendencingai spartėjančio pacientų sergamumo ir ligotumo bei visuomenės senėjimo, bet ir dėl didėjančio slaugos specialistų trūkumo. Vienas iš sveikatos priežiūros įstaigų uždavinių yra užtikrinti tinkamą slaugos praktikos aplinką bei sudaryti sąlygas slaugytojų pasitenkinimui darbu. Tyrimo tikslas – nustatyti slaugytojų pasitenkinimo darbu ir jų praktinės darbo aplinkos sąsajas. Atliktas kiekybinis tyrimas, taikant anoniminį apklausos metodą. Nustatytos statistiškai reikšmingos ($p < 0,05$) tiriamų slaugytojų pasitenkinimo darbu ir praktinės darbo aplinkos komponentų sąsajos.

IVADAS

Šiuolaikinė sveikatos priežiūra yra neišsivaizduojama be reikšmingo slaugytojų indėlio. Profesinė slaugytojo elgsena yra neatsiejama nuo sveikatos priežiūros organizacijos veiklos kokybės, nuo teigiamos darbuotojų būsenos profesinėje veikloje. Vienas iš sveikatos priežiūros paslaugų kokybės rodiklių yra slaugytojų pasitenkinimas darbu, sąlygojantis ne tik teigiamą požiūrį į savo darbą, darbo kokybę, bet ir pasitenkinimą asmeniniu gyvenimu (1, 2).

Dešimtmečiais slaugos praktikos aplinkos kokybė buvo siejama su slaugytojų įdarbinimu ir išsilaikymu darbo vietoje bei kokybiška pacientų priežiūra. Šiuo metu slaugos specialistų trūkumas visame pasaulyje kelia didelį susirūpinimą, todėl sveikatos priežiūros įstaigoms svarbu atkreipti dėmesį į palankios slaugos praktikos aplinkos sudarymą (3).

Slaugytojams priskiriama vis daugiau funkcijų, pareigų, atsakomybių, tačiau tokios įvairiapusės slaugytojų veiklos galima tikėtis tik sudarius palankias sąlygas jų darbui, pasitenkinimui darbui (4).

Slaugytojų pasitenkinimas darbu yra plačiai nagrinėta sritis Lietuvoje. Moksliniuose darbuose tirtas slaugytojų pasitenkinimas darbu (5, 6), pasitenkinimo darbu ir vidinės motyvacijos (4, 7), profesinio perdegimo (8), streso ir ketinimo keisti darbą (9) sąsajos. Slaugos praktikos aplinka yra svarbus veiksnys, kuris daro įtaką profesinei veiklai, psichologinei darbuotojų savijautai. Lietuvoje atlikta tyrimų, kuriuose tirta slaugytojų psichosocialinė darbo aplinka (10, 11), darbo aplinkos rizikos veiksniai (psichologiniai, organizaciniai, fiziniai) (12), požiūris į darbo aplinkos veiksnius (biologinius, cheminius, ergonominius, fizinius) (13). Šiame darbe slaugytojų praktinei darbo aplinkai ištirti naudota skalė, kurią tyrėja ir darbo vadovė išvertė iš anglų kalbos (*Ang. The practice environment scale of the nursing work index*). Lietuvoje atliktų tyrimų, naudojant šios skalės lietuvišką versiją, rasta nebuvo.

Tyrimo objektas – slaugytojų pasitenkinimo darbu bei jų praktinės darbo aplinkos sąsajos. Tikslas – nustatyti slaugytojų pasitenkinimo darbu ir praktinės darbo aplinkos sąsajas.

Tyrimo metodai. Taikyta kiekybinio tyrimo kryptis, naudojant anoniminį apklausos metodą. Tyrimui naudota:

Spector „Pasitenkinimo darbu klausimynas“ iš 36 teiginių, kurie sudaro devynias subskales. Klausimų atsakymai vertinti pagal Likerto skalę, kai 1 – „visiškai nesutinku“, 2 – „vidutiniškai nesutinku“, 3 – „iš dalies nesutinku“, 4 – „iš dalies sutinku“, 5 – „vidutiniškai sutinku“, 6 – „visiškai sutinku“. Klausimyno rezultatai gaunami susumuojant subskalei priklausančių teiginių atsakymų variantus – skaitines reikšmes, taip pat pateikiamas ir bendras pasitenkinimo darbu rezultatas (gaunamas susumuojant visų klausimyno teiginių atsakymų variantus). Suminis kiekvienos subskalės teiginių atsakymų rezultatas gali variuoti nuo 4 iki 24, suminis bendras rezultatas – nuo 36 iki 216. Didesnis suminis subskalės rezultatas rodo didesnę pasitenkinimą tuo darbo aspektu, o didesnis bendras rezultatas rodo didesnę bendrąją pasitenkinimą darbu. Kai suminių rezultatų balai svyruoja nuo 36 iki 108, laikoma, kad apklaustieji nepatenkinti darbu, nuo 109 iki 143 balų – nei patenkinti, nei nepatenkinti darbu, nuo 144 iki 216 balų – patenkinti darbu.

Slaugytojų praktinės darbo aplinkos skalė darbo autorės ir vadovės buvo išversta iš anglų į lietuvių kalbą. Skalės vertimas vyko remiantis Brislin vertimo modeliu. Slaugytojų praktinės darbo aplinkos skalė sudaryta iš 31 teiginio, kurie sudaro penkias subskales. Visų klausimų atsakymai vertinti pagal Likerto skalę, kai 1 – „visiškai nesutinku“, 2 – „nesutinku“, 3 – „sutinku“, 4 – „visiškai sutinku“. Klausimyno rezultatai gaunami apskaičiuojant subskalei priklausančių teiginių atsakymų skaitinių reikšmių vidurkius. Didesnis subskalės vidurkio rezultatas rodo palankesnę slaugytojų praktinę darbo aplinką. Praktinė slaugytojų darbo aplinka laikoma nepalankia, kai ≤ 1 subskalės įvertio vidurkis buvo $\geq 2,5$ balo, vidutiniškai palanki aplinka – kai 2-3 subskalių įvertio vidurkis buvo $\geq 2,5$ balo, ir palanki aplinka – kai 4-5 subskalių įvertio vidurkis buvo $\geq 2,5$ balo.

Anketos patikimumui nustatyti vertintas bendras klausimyno skalės vidinis nuoseklumas. Skaičiuotas Cronbach alfa koeficientas. Nustatytas aukštas pasitenkinimo darbu klausimyno (0,79) ir slaugytojų praktinės darbo aplinkos skalės (0,89) Cronbach alfa koeficientas.

Statistinė duomenų analizė atlikta naudojant kompiuterinės programos statistikos paketą „SPSS/w 22.0“ ir MS Excel 2016 kompiuterinę programą. Nagrinėjamų požymių pasiskirstymui pasirinktoje imtyje įvertinti taikyta aprašomoji duomenų statistika – absoliutūs (n) ir procentiniai dažniai (proc.). Aprašant intervalų skalės kintamuosius taikytas vidurkis (m). Požymių ryšiams vertinti sudarytos susijusių požymių lentelės, požymių priklausomybei nustatyti skaičiuotas chi-kvadrat (χ^2) kriterijus. Ryšio tarp neparametrinių požymių stiprumas analizuotas apskaičiuojant Spearman koreliacijos koeficientą (r). Jei $0 < |r| \leq 0,3$, dydžiai silpnai priklausomi, jei $0,3 < |r| \leq 0,8$, vidutiniškai priklausomi, jei $0,8 < |r| \leq 1$, stipriai priklausomi. Koreliacijos koeficientas bus teigiamas, kai vienam dydžiui didėjant, didės ir kitas, neigiamas – kai vienam dydžiui didėjant, kitas mažės. Pasirinktas statistinio reikšmingumo lygmuo $p < 0,05$.

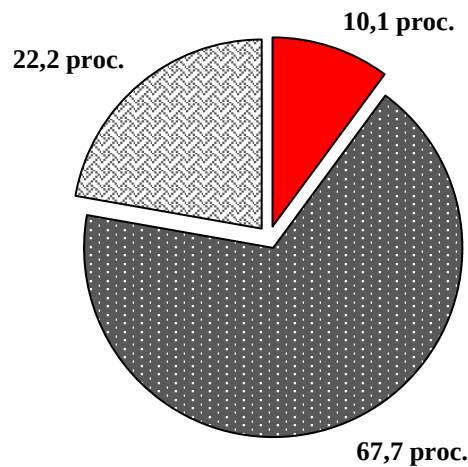
Tyrimo etika. Tyrimui atlikti gautas Lietuvos sveikatos mokslų universiteto Bioetikos centro leidimas Nr. BEC-12(M)-234, išduotas 2019 metais gegužės 29 d.

Tyrimo imtis. Tyrimas buvo vykdomas nuo 2020 m. sausio 22 d. iki vasario 12 d. Apklausti VšĮ Respublikinėje Kauno ligoninėje (nuo 2020 m. rugsėjo 8d. – Lietuvos sveikatos mokslų universiteto Kauno ligoninė) dirbantys slaugytojai. 2020 m. sausio mėnesio duomenimis, iš viso ligoninėje dirbo 222 slaugytojai. Buvo išdalinta 210 anketų, sugrąžinta – 203, iš kurių 5 – netinkamos analizei. Tinkamomis buvo laikytos tokios anketos, kurių visi atsakymai užpildyti. Tinkamai užpildyta ir išanalizuota 198 anketos. Atsako dažnis – 94,3 proc. Visi tyrime dalyvavę respondentai – moterys (100 proc.).

REZULTATAI

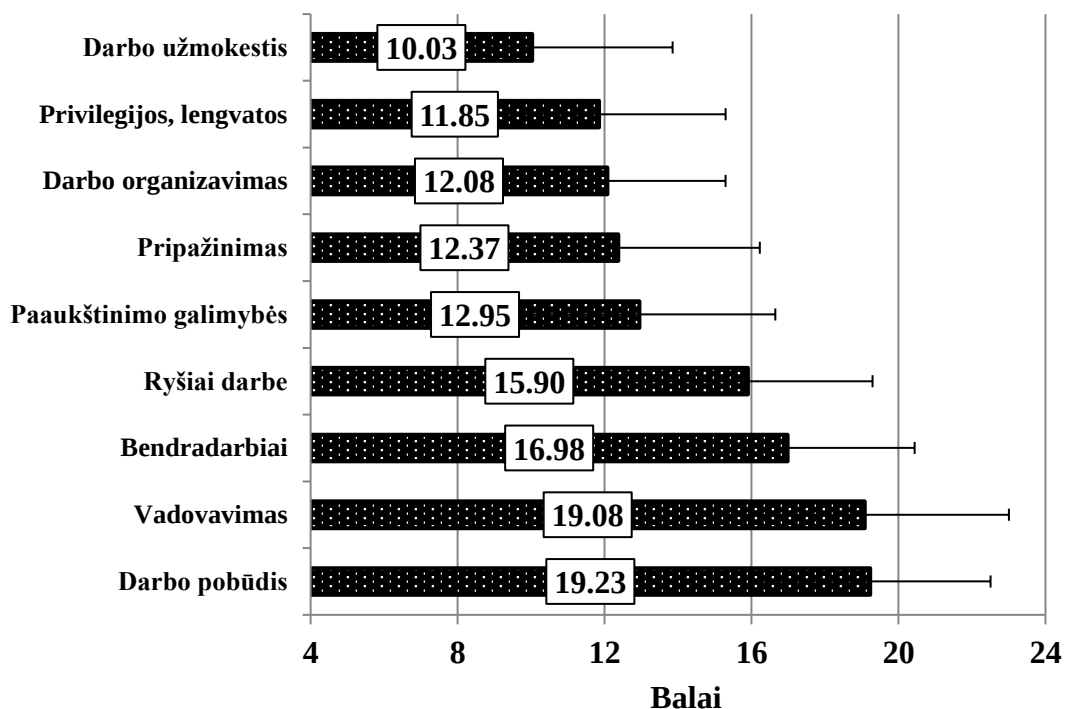
Tyrimo metu buvo nustatyta, kad daugiau kaip pusė respondenčių (67,7 proc., $n=134$) buvo nei patenkintos, nei nepatenkintos darbu. Maždaug dešimtadalis tyrimo dalyvių buvo nepatenkintos darbu (10,1 proc., $n=20$), maždaug penktadalis (22,2 proc., $n=44$) – patenkintos savo darbu (1 pav.).

■ Nepatenkintos darbu ■ Nei patenkintos, nei nepatenkintos darbu ■ Patenkintos darbu



1 pav. Bendro pasitenkinimo darbu vertinimas (N=198)

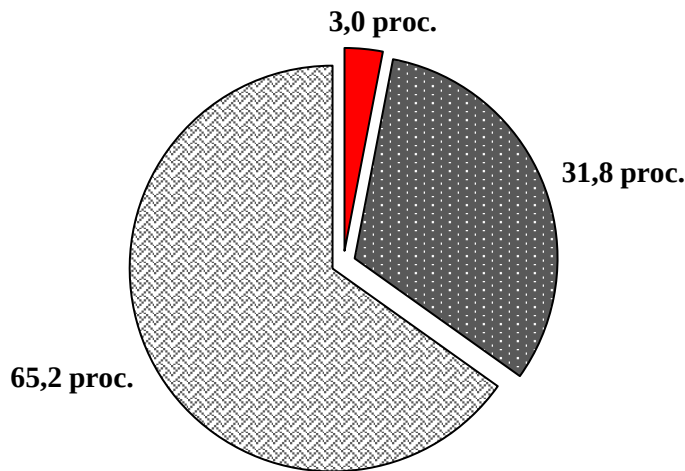
Taip pat analizuotos devynios atskiros pasitenkinimo darbu subskalės. Nustatyta, kad didžiausią pasitenkinimą darbu slaugytojoms sukelia jų darbo pobūdis ($19,23 \pm 3,3$ balo), vadovavimas ($19,08 \pm 3,9$ balo) bei santykiai su bendradarbiais ($16,98 \pm 3,5$ balo). Mažiausiai patenkintos respondentės buvo atlyginimu už darbą – skirti vidutiniškai $10,03 \pm 3,8$ balo. Pasitenkinimo darbu pakankamai neteikė ir privilegijos, lengvatos ($11,85 \pm 3,4$ balo), darbo organizavimas ($12,08 \pm 3,2$ balo) bei pripažinimas ($12,37 \pm 3,9$ balo) (2 pav.).



2 pav. Atskirų pasitenkinimo darbu subkalių vertinimas (balai, m ± SN)

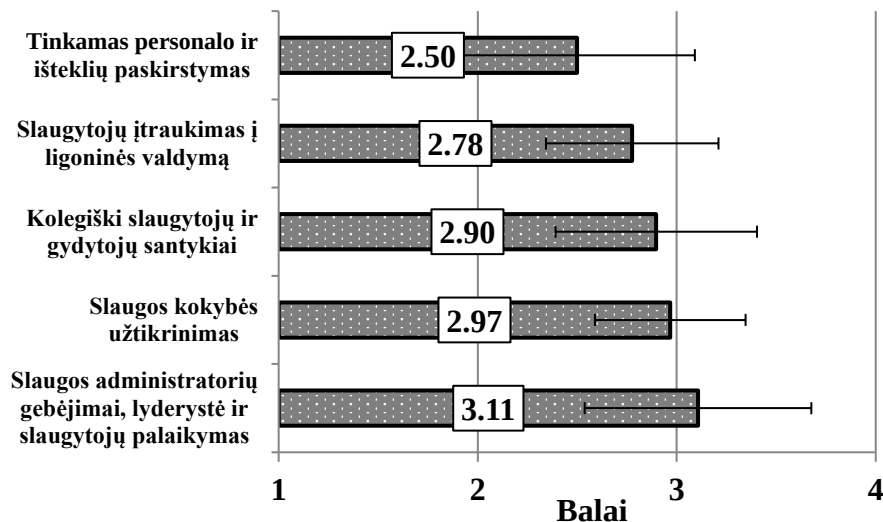
Analizuojant slaugytojų praktinės darbo aplinkos rezultatus, nustatyta, kad daugiau kaip pusė respondenčių savo darbo aplinką laiko palankia (65,2 proc., n=129), maždaug trečdalis – iš dalies palankia (31,8 proc., n=63), 3 proc. (n=6) teigė, kad jų darbo aplinka nepalanki (3 pav.).

■ Nepalanki aplinka ■ Iš dalies palanki aplinka ■ Palanki aplinka



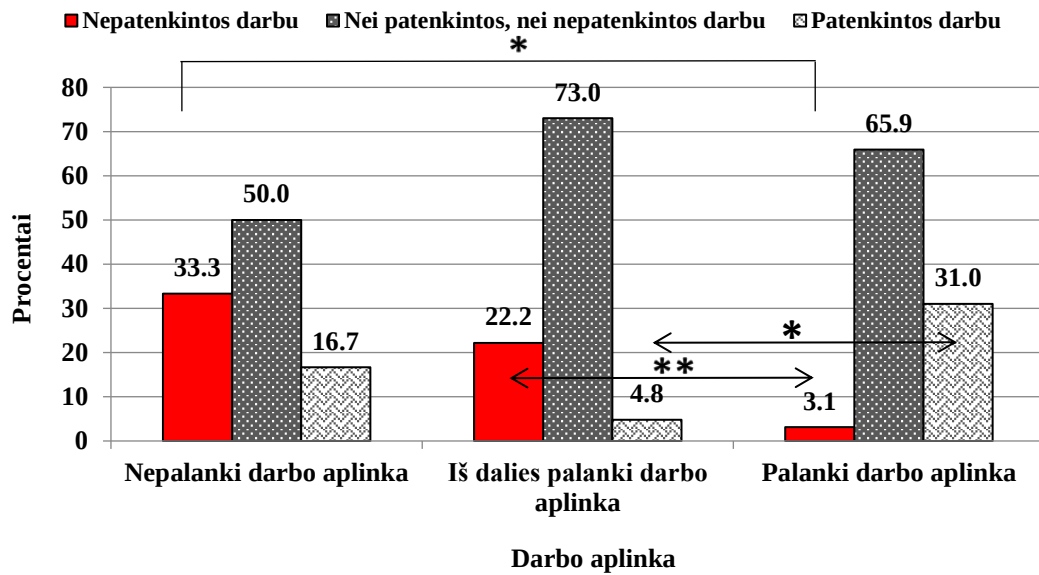
3 pav. Slaugytojų praktinės darbo aplinkos palankumo vertinimas (N=198)

Tyrimo metu įvertinus praktinę darbo aplinką atspindinčias subskales nustatyta, kad slaugytojai praktinėje darbo aplinkoje geriausiai vertina slaugos administratorių gebėjimus, lyderystę ir slaugytojų palaikymą ($3,11 \pm 0,6$ balai) bei slaugos kokybės užtikrinimą ($2,97 \pm 0,4$ balai). Slaugytojų darbo aplinkoje blogiausiai vertina tinkamą darbuotojų ir išteklių paskirstymą ($2,50 \pm 0,6$ balai) (4 pav.)



4 pav. Atskirų slaugytojų praktinės darbo aplinkos subskalių vertinimas (balai, $m \pm SN$)

Tyrimo siekėme nustatyti, kaip skiriasi bendras respondenčių pasitenkinimas darbu priklausomai nuo praktinės darbo aplinkos vertinimo. Nustatyta, kad slaugytojos, kurios savo praktinę darbo aplinką laikė palankia, buvo reikšmingai dažniau patenkintos savo darbu (31,0 proc., $n=40$), lyginant su slaugytojomis, kurios dirbo iš dalies palankioje darbo aplinkoje (4,8 proc., $n=3$) ($p < 0,05$). Palankioje aplinkoje dirbančios slaugytojos buvo reikšmingai rečiau nepatenkintos savo darbu (3,1 proc., $n=4$), lyginant su dirbančiomis nepalankioje aplinkoje (33,3 proc., $n=2$) bei iš dalies palankioje aplinkoje (22,2 proc., $n=14$) kolegėmis ($p < 0,05$) (5 pav.).



χ^2 testas, **p=0,001**; *- p<0,05, lyginant dirbančias palankioje ir nepalankioje praktinėje darbo aplinkoje; ** - lyginant dirbančias iš dalies palankioje ir nepalankioje praktinėje darbo aplinkoje

5 pav. **Bendrojo pasitenkinimo darbu vertinimas priklausomai nuo tyrimo dalyvių praktinės darbo aplinkos (N=198)**

Analizuojant rezultatus buvo gauti reikšmingų teigiamų silpnų ir vidutinio stiprumo koreliacijos koeficientų tarp pasitenkinimo darbu subskalių ir praktinės darbo aplinkos aspektų (p<0,05). Rezultatai parodė, kad kuo stipriau pasireiškia slaugytojų įtraukimas į ligoninės valdymą, tuo didesnę pripažinimą slaugytojai jaučia (r=0,409, p<0,001). Slaugos kokybės užtikrinimas reikšmingai susijęs su stipresniais slaugytojų tarpusavio ryšiais (r=0,318, p<0,001). Didesni slaugos administratorių gebėjimai, lyderystė ir slaugytojų palaikymas reikšmingai didino ir slaugytojų pasitenkinimą vadovavimu (r=0,473, p<0,001). Slaugytojai labiau patenkinti savo darbo pobūdžiu, kuo tinkamesnis personalo ir išteklių paskirstymas (r=0,322, p<0,001), o gydytojų ir slaugytojų santykiai kolegiški (r=0,363, p<0,001) (1 lentelė).

1 lentelė

Pasitenkinimo darbu ir praktinės darbo aplinkos sąsajos (Spearman koreliacija, (r))

Pasitenkinimo darbu subskalės	Slaugytojų įtraukimas į ligoninės valdymą	Slaugos kokybės užtikrinimas	Slaugos administratorių gebėjimai, lyderystė ir slaugytojų palaikymas	Tinkamas personalo ir išteklių paskirstymas	Kolegiški slaugytojų ir gydytojų santykiai
Darbo užmokestis	0,317**	0,275**	0,309**	0,143*	0,246*
Paaugštinimo galimybės	0,417**	0,224*	0,240*	0,222*	0,075
Vadovavimas	0,354**	0,208*	0,473**	0,133	0,268*
Privilegijos, lengvatos	0,269*	0,120	0,162*	0,239*	0,133
Pripažinimas	0,409**	0,264*	0,418**	0,137	0,302**
Darbo organizavimas	0,157	0,037	0,161*	0,225*	0,123
Bendradarbiai	0,127	0,255*	0,270*	0,134	0,307**

Darbo pobūdis	0,274*	0,239*	0,344**	0,322**	0,363**
Ryšiai darbe	0,395**	0,318**	0,401**	0,243*	0,280**

*-p<0,05; **-p<0,001

REZULTATŲ APITARIMAS

Pasitenkinimo darbu svarba yra neatsiejiama tiek nuo dirbančiojo, tiek nuo organizacijos. Dėl numatomo dar didesnio slaugos profesionalų trūkumo, organizacijoms svarbu atsižvelgti į darbuotojų pasitenkinimą darbu, jų gerą savijautą darbe. Patenkinti savo darbu slaugytojai suteikia kokybiškesnes sveikatos priežiūros paslaugas, o įstaigoms tai padeda pasiekti didesnę organizacinę sėkmę (14, 15).

Šiame tyrime nustatyta, kad bendras slaugytojų pasitenkinimo darbu rezultatas sudarė vidutiniškai $130,47 \pm 17,9$ balo iš 216 galimų balų. Daugiau nei pusė (67,7 proc.) slaugytojų buvo nei patenkintos, nei nepatenkintos savo darbu. Lietuvoje atlikto Ožeraitienės su bendraautoriais tyrime gauti panašūs rezultatai. Slaugytojų, dirbančių terapiniuose ir chirurginiuose skyriuose, bendras pasitenkinimo darbu rodiklis parodė, kad slaugytojų pasitenkinimas darbu yra vidutinis (suminio balo vidurkis $123,69 \pm 14,89$) (7). Vidutinį pasitenkinimą darbu nustatė ir Masum su bendraautoriais Turkijoje - privačiame sektoriuje dirbančių slaugytojų bendras pasitenkinimas darbu buvo $3,46 \pm 0,42$ balai iš 6 (16), taip pat vidutinį pasitenkinimą nustatė Losa su bendraautoriais Ispanijoje tarp intensyvios terapijos slaugytojų – bendras pasitenkinimas $63,03 \pm 14,67$ (17).

Šiame darbe pasitenkinimas darbu buvo vertinamas pagal devynias subskales. Nustatyta, kad slaugytojų bendras pasitenkinimas darbu priklauso nuo darbo pobūdžio ($19,23 \pm 3,3$ balo), vadovavimo ($19,08 \pm 3,9$ balo) ir santykių su bendradarbiais ($16,98 \pm 3,5$ balo). Nepasitenkinimas darbu buvo jaučiamas dėl atlyginimo už atliktą darbą ($10,03 \pm 3,8$ balo), taip pat dėl privilegijų ir lengvatų ($11,85 \pm 3,4$ balo), darbo organizavimo ($12,08 \pm 3,2$ balo) bei pripažinimo ($12,37 \pm 3,9$ balo). Panašūs rezultatai gauti Abu Raddaha su bendraautoriais atliktame tyrime Jordanijoje. Čia slaugytojų pasitenkinimą darbu kaip ir mūsų atliktame tyrime labiausiai lėmė vadovavimas, bendradarbiai, darbo pobūdis, o mažiausiai – pripažinimas, darbo užmokestis, privilegijos ir lengvatos (18). Roney ir bendraautorių JAV atliktame tyrime atskleista, kad slaugytojų pasitenkinimą darbu lemiantys veiksniai yra darbo pobūdis ($20,93 \pm 2,87$), vadovavimas ($19,51 \pm 4,71$) bei santykiai su bendradarbiais ($19,46 \pm 3,04$) (15).

Pasaulio sveikatos organizacija ir Tarptautinė slaugytojų taryba pabrėžia, kad siekiant sustiprinti slaugos profesionalų gretas, viena iš būtinų sąlygų yra kurti tinkamą slaugytojų darbo aplinką (19). Šiame tyrime nustatyta, kad daugiau nei pusė slaugytojų savo darbo aplinką laikė palankia (65,2 proc., n=129), maždaug trečdalis – iš dalies palankia (31,8 proc., n=63), o 3 proc. (n=6) teigė, kad jų darbo aplinka nepalanki. Prasčiau savo darbo aplinką vertina Airijos slaugytojai. Kirwan ir bendraautorių tyrime nustatyta, kad 72 proc. slaugytojų darbo aplinką vertina kaip vidutiniškai palankią, 13 proc. kaip nepalankią ir 15 proc. kaip palankią (20).

Taip pat tyrimo metu nustatėme, kad slaugytojų nuomone, jų darbo aplinkoje stipriausiai pasireiškė slaugos administratorių gebėjimai, lyderystė ir slaugytojų palaikymas ($3,11 \pm 0,6$ balai) bei slaugos kokybės užtikrinimas ($2,97 \pm 0,4$ balai), o silpniausiai - tinkamas personalo ir išteklių paskirstymas ($2,50 \pm 0,6$ balai). Panašūs rezultatai gauti ir JAV atliktame Boev tyrime, kur suaugusiųjų intensyvios terapijos slaugytojų nuomone jų darbo aplinkoje labiausiai pasireiškė slaugos administratorių gebėjimai, slaugos kokybės užtikrinimas, o mažiausiai – personalo ir išteklių adekvatumas (atitinkamai $4,6 \pm 0,97$; $4,7 \pm 0,51$; $3,8 \pm 0,97$) (21). Dar vienas tyrimas, kuriame gauti panašūs rezultatai, buvo atliktas Šveicarijoje. Desmedt su bendraautoriais nurodė, kad didžiausi balai nustatyti slaugos kokybės užtikrinimo subskalei ($3,12 \pm 0,27$), slaugos administratorių gebėjimų subskalei ($3,06 \pm 0,31$), bei kitaip nei mūsų tyrime – subskalei kolegiski slaugytojų ir gydytojų santykiai ($2,92 \pm 0,20$). Mažiausi balai – personalo ir išteklių adekvatumo subskalei ($2,50 \pm 0,32$) (22). Remiantis mūsų atlikto tyrimo rezultatais, bei užsienio šalių mokslininkų darbais, galima teigti, kad sveikatos priežiūros įstaigos, siekdamos pagerinti slaugos proceso organizavimą, turėtų atkreipti dėmesį į adekvatų žmoniškųjų bei kitų išteklių paskirstymą.

Šiame tyrime buvo užsibrėžta išsiaiškinti slaugytojų pasitenkinimo darbu ir jų praktinės darbo aplinkos sąsajas. Nustatyta, kad slaugytojos, laikančios savo praktinę darbo aplinką palankia, buvo statistiškai reikšmingai labiau patenkintos savo darbu (31,0 proc. $n=40$), lyginant su dirbančiomis iš dalies palankioje darbo aplinkoje (4,8 proc., $n=3$). Panašius rezultatus atskleidė Nantsupawat su bendraautoriais Tailande. Autorių atliktame tyrime nustatyta, kad slaugytojų, dirbančių palankioje darbo aplinkoje nepasitenkinimas darbu statistiškai reikšmingai mažesnis, lyginant slaugytojų nepasitenkinimą darbu, kurie dirba vidutiniškai palankioje darbo aplinkoje ($p=0,00$) (23). Tokius rezultatus patvirtina ir Al-Hamdani su bendraautoriais atliktas tyrimas Jordanijoje, kuriame tyrėjai nustatė, kad didėjant kiekvienos slaugytojų praktinės darbo aplinkos subskalės vidurkiui vienu balu, slaugytojų pasitenkinimas darbu padidėja 1,3 balo (24). Analizuojant šio tyrimo rezultatus buvo gauti reikšmingi teigiami silpni ir vidutinio stiprumo koreliacijos koeficientai tarp skalės ir klausimyno subkalių. Wang su bendraautoriais Šanchajuje ištyrė slaugytojų praktinės darbo aplinkos ir pasitenkinimo darbu sąsajas ir nustatė reikšmingą teigiamą koreliaciją tarp šių kintamųjų. Autoriai teigia, kad išskyrus pasitenkinimo darbu užmokesčio subskalę, visi koreliacijos koeficientai su praktinės darbo aplinkos skalės aspektais statistiškai reikšmingai koreliavo (25).

Apibendrinant galima teigti, kad svarbu skirti daugiau dėmesio slaugytojų pasitenkinimo darbu ir jų praktinės darbo aplinkos tyrimams. Kadangi didžioji dalis tirtų slaugytojų yra nei patenkinti, nei nepatenkinti darbu. Todėl reikėtų nustatyti slaugytojų pasitenkinimą darbu lemiančius veiksnius. Siekiant pagerinti pasitenkinimą darbu, svarbu įvertinti ir praktinę darbo aplinką bei aspektus, kurie daro ją palankia slaugytojams, kadangi tyrimo metu nustatytas ryšys tarp šių kintamųjų. Pasitenkinimo darbu ir praktinės darbo aplinkos aspektų patobulinimas padėtų užtikrinti kokybiškas sveikatos priežiūros paslaugas, darbuotojų visapusišką gerovę bei organizacijos sėkmę.

IŠVADOS

1. Nustatyta, kad slaugytojai patenkinti darbo pobūdžiu, vadovavimu ir santykiais su bendradarbiais, o nepatenkinti darbo užmokesčiu. Praktinėje darbo aplinkoje, slaugytojai geriausiai įvertino slaugos administratorių gebėjimus, lyderystę ir slaugytojų palaikymą, blogiausiai vertino tinkamą personalo ir išteklių paskirstymą.

2. Didesnė dalis slaugytojų savo darbo aplinką laiko palankia. Slaugytojos, laikančios praktinę darbo aplinką palankia – labiau patenkintos savo darbu nei nepalankioje darbo aplinkoje dirbančios slaugytojos.

LITERATŪRA

1. Gerikienė, V. (2015). Slaugytojų požiūrio į darbą sąsajos su pasitenkinimu darbu ir profesinio perdegimo sindromu. *Profesinės studijos: teorija ir praktika*, 15:12.
2. Pukinskienė, D. (2011). *Slaugos filosofija ir teorija*. Klaipėda: mokomoji knyga; 140 p.
3. Warshawsky, N., E., Sullivan Havens, D. (2011). Global use of the practice environment scale of the nursing work index. *Nursing research*; 60(1):17 – 31.
4. Mikužienė, V. (2018). Slaugytojų, dirbančių stacionare, darbo motyvacija. *Sauga, mokslas ir praktika*; 2(254):4-8.
5. Gerikienė, V. (2007). Lietuvos bendruomenės slaugytojų pasitenkinimas darbu pirminės sveikatos priežiūros reformos sąlygomis [daktaro disertacija]. [Kaunas]: Kauno medicinos universitetas, Medicinos akademija; 15 p.
6. Pociūtė, L., Zagurskienė, D. (2013). Operacinės slaugytojų psitenkinimo darbu įvertinimas. *Sveikatos mokslai*; 23(4): 94-98.
7. Ožeraitienė, V., Gaigalaitė, V., Arnatkevič, J. (2014). Profesinės veiklos vidinės motyvacijos ir pasitenkinimo darbu charakteristikų tyrimas. *Medicinos teorija ir praktika*; 20(4): 292-298.
8. Gerikienė, V. (2015). Slaugytojų požiūrio į darbą sąsajos su pasitenkinimu darbu ir profesinio perdegimo sindromu. *Profesinės studijos: teorija ir praktika*; 15:12.

9. Krušinskaitė, D. (2013). Slaugytojų su darbu susijusio streso, pasitenkinimo darbu ir ketinimų keisti darbą vertinimas [magistro baigiamasis darbas]. [Kaunas]: Lietuvos sveikatos mokslų universitetas, Medicinos akademija.
10. Žiedelis, A. (2019). Slaugytojų psichosocialinių darbo aplinkos veiksnių sąsajos su įsitraukimu į darbą ir perdegimu. *Psichologija*; 59: 53-67.
11. Kaliauskaitė, J., Jasiukevičiūtė, T., Bulotaitė L., Pajarskienė, B., Jankauskas, R. (2011). Slaugytojų psichosocialinė darbo aplinka ir sveikata restruktūrizuojamose ligoninėse. *Visuomenės sveikata*; 2(53): 11-20.
12. Jonikaitė, R., Brasaitė, I. (2016). Slaugytojų darbo aplinkos rizikos veiksnių ir pasitenkinimo gyvenimo kokybe sąsajos. *Sveikatos mokslai*; 26(6):220-225.
13. Steponkus, T., Ustinavičienė, R., Urbonas, G. (2019). Sveikatos priežiūros specialistų, dirbančių bendrojo pobūdžio ligoninėse, požiūris į darbo aplinkos veiksnius. *Sveikatos mokslai*; 29(4): 73-78.
14. Valiūnas, D., Drejeris, R. (2019). Darbuotojų pasitenkinimą darbu formuojantys veiksniai. *Ekonomika ir vadyba*.
15. Roney, L., N., Acri, M., C. (2018). The cost of caring: an exploration of compassion fatigue, compassion satisfaction, and job satisfaction in pediatric nurses. *Journal of pediatric nursing*; 40:74-80.
16. Masum, A., K., M., Azad, A., K., Hoque, K., E. et al. (2016). Job satisfaction and intention to quit: an empirical analysis of nurses in Turkey. *PeerJ Life and environment*.
17. Losa, I., M., E., Becerro de Bengoa, R. (2013). Prevalence and relationship between burnout, job satisfaction, stress, and clinical manifestations in Spanish critical care nurses. *Dimensions of critical care nursing journal*; 32(3):130-137.
18. Abu Raddaha, A., H., Alasad, J., Albikawi, Z., F. et al. (2012). Jordanian nurses' job satisfaction and intention to quit. *Leadership in health services*; 25(3):1751-1879.
19. Albashayreh, A., Al Sabei, S., D., Al-Rawajfah, O., M., Al-Awaisi, H. (2019). Healthy work environment are critical for nurse job satisfaction: implications for Oman. *International nursing review*; 389-395.
20. Kirwan, M., Matthews, A., Scott, P., A. (2013). The impact of the work environment of nurses on patient safety outcomes: a multi-level modelling approach. *International journal of nursing studies*; 50:523-263.
21. Boev, C. (2012). The relationship between nurses' perception of work environment and patient satisfaction in adult critical care. *Journal of nursing scholarship*; 44(4):368-375.
22. Desmedt, M., De Geest, S., Schubert, M., Schwendimann, R., Ausserhofer, D. (2012). A multi-method study on the quality of the nurse work environment in acute-care hospitals: positioning Switzerland in the magnet hospital research. *The European journal of medical sciences*; 1-12.
23. Nantsupawat, A., Kunaviktikul, W., Nantsupawat, R., Wichaikhum, O., A., Thienthong, H., Poghosyan, L. (2017). Effects of nurse work environment on job dissatisfaction, burnout, intention to leave. *International nursing review*; 64(1): 91-98.
24. Al-Hamdani, Z., Manojlovich, M., Tanim, B. (2016). Jordanian nursing work environments, intent to stay, and job satisfaction. *Journal of nursing scholarship*; 0(0): 1-8.
25. Wang, Y., Dong, W., Mauk, K., Li, P., Wan, J., Yang, G. et al. (2015). Nurses' practice environment and their job satisfaction: a study on nurses caring for older adults in Shanghai. *Plos one*; 10(9): 1-13.

THE RELATIONSHIP BETWEEN NURSES JOB SATISFACTION AND PRACTICAL WORK ENVIRONMENT

TOMA DAUNYTĖ

The Lithuanian University of Health Sciences, Department of Nursing and Care
Dr. Daiva Kriukelytė

ANNOTATION

Currently, nursing is especially relevant not only due to the tendency of accelerating patient morbidity and the aging of the population, but also due to the growing shortage of nursing professionals. One of the tasks of health care institutions is to ensure a proper environment for nursing practice, and to create conditions for increasing the job satisfaction of nurses. The aim of the study was to determine the relationship between nurses' job satisfaction and their practical work environment. A quantitative study was performed using an anonymous survey method. Statistically significant ($p < 0.05$) correlations between the components of job satisfaction and the practical work environment were found.

SOCIALINIO DARBUOTOJO PATIRIAMO STRESO DARBE ĮVEIKOS YPATUMAI

AUŠRA JANKŪNIENĖ

Panevėžio kolegija

Darbo vadovė lektorė Danutė Klokmanienė

ANOTACIJA

Straipsnyje pristatomas stresas kaip viena didžiausių problemų su kuriomis susiduria socialinis darbuotojas. Apžvelgiama streso samprata, jo rūšys, atsiradimo priežastys. Socialiniai darbuotojai teikdami paslaugas skirtingoms klientų grupėms susiduria su įvairiomis reakcijomis, kurios sukelia stresą. Remiantis kokybinio tyrimo duomenimis pateikiamos socialinio darbuotojo patiriamo streso priežastys bei poveikis socialinio darbuotojo veiklai.

Raktiniai žodžiai: socialinis darbas, stresas, streso priežastys.

IVADAS

Socialinis darbas yra labai sudėtinga profesija, reikalaujanti žinių, įgūdžių, aukštos profesinės kompetencijos, bei stiprios valios. Šiandien socialiniai darbuotojai dirba labai sunkų, netgi pavojingą darbą, todėl labai dažnai jaučia stresą bei emocinę įtampą darbe. Į socialinius darbuotojus dedama labai daug vilčių, jiems tenka didžiulė atsakomybė, bet mažai kas atkreipia dėmesį į socialinių darbuotojų išgyvenimus, jausmus.

Socialinis darbas kaip veikla susideda iš trijų svarbių komponentų: socialinio darbuotojo, kliento ir aplinkybių. Kad sistema veiktų efektyviai ir būtų pasiektas norimas rezultatas, visi trys komponentai turi tinkamai funkcionuoti. Socialinis darbuotojas sąveikaudamas su klientu bei jo aplinka, bendradarbiaudamas su kitomis institucijomis gali patirti emocinę bei fizinę įtampą, taip pat neretai ji gali lemti ir darbuotojo psichologinės būklės pokyčius. Dažnas nerimas, baimė, įtampa darbe sukelia stresą, kuris gali neigiamai paveikti santykį su klientu bei darbo kokybę.

Darbe patiriamam stresui įtakos gali turėti organizacijos mikroklimatas, darbuotojų tarpusavio santykiai, santykiai su vadovu, darbo sąlygos, darbo priemonių ar vietos stoka bei menkas atlygis. Darbo metu patiriamos stresinės situacijos dažnai lemia kokybišką ir produktyvų darbą, blokuoja darbuotojo kūrybiškumą, mažina konkurencingumą, o ilgai patiriamas stresas gali sukelti rimtų psichologinių ir fizinių problemų, kurios vėliau atsilieps darbuotojo profesionalumui bei kompetencijoms.

Stresas yra viena iš socialinio darbo sudedamųjų dalių. Kadangi dirbama su įvairiomis socialinėmis grupėmis, socialiniam darbuotojui tenka spręsti sudėtingas situacijas bei konfliktus, kartais patiriamas pavojus sveikatai ar net gyvybei. Dėl šių priežasčių dažnas darbuotojas vykdydamas savo pareigas patiria įtampą bei stresą, tačiau jį sukeliantys faktoriai dažnai būna skirtingi, todėl siekiant užtikrinti kokybišką darbo atlikimą, kliento bei darbuotojo gerovę, svarbu išsiaiškinti jį lemiančius veiksnius socialiniame darbe.

Stresą, jo priežastis ir pasekmes nagrinėjo nemažai lietuvių ir užsienio autorių, tokių kaip Dirgėlienė, Večkienė (2009); Carnegie (2013); Lazutka, Skučienė, Žalimienė, Vareikytė, Kazakevičiūtė (2008) metais atliko tyrimą apie socialinių darbuotojų darbe stresą sukeliančius profesinės rizikos veiksnius.

Stresą sukeliančius veiksnius (stresorius) Lietuvoje nagrinėjo J. Pikūnas ir A. Palujanskienė, jie teigia, kad stresinės situacijos atsiranda, kai žmogui iškeliama per dideli reikalavimai (2005). Didesnis dėmesys streso sukėlėjams, pasak Ž. Grakausko (2004), pradėtas skirti T. Holmes ir R. Rahe darbuose – jie atliko gilesnę stresorių analizę. Dauguma autorių teigė, jog stresorius darbe galima skirstyti į keturias pagrindines kategorijas: darbo turinys ir darbo krūvis, aplinkos sąlygos, darbo sąlygos, socialiniai santykiai darbe (Baršauskienė, kt., 2010).

Straipsnio tikslas – išanalizuoti socialinio darbuotojo patiriamo streso darbe įveikos ypatumus.

Uždaviniai:

1. Apžvelgti mokslinę literatūrą apie stresą.
2. Ištirti streso priežastis socialinio darbuotojo veikloje.
3. Nustatyti streso poveikį darbo rezultatams.

Metodai: mokslinės literatūros analizė; kokybinis tyrimas – pusiau struktūrinis interviu; turinio analizė.

STRESO, KAIP REIŠKINIO, TEORINIAI ASPEKTAI

Austras Selye (1950) pirmą kartą panaudojo stresą, kaip sąvoką. Tarptautinių žodžių žodyne (2000) rašoma, kad stresas tai žmogaus organizmo funkcijų bei veiklos sutrikimai, kuriuos lemia susiklosčiusios neigiamos aplinkybės. Dabartiniame lietuvių kalbos žodyne (2012) stresas apibūdinamas kaip įtampa, įsitempimas, kuomet susikaupiama ir susitelkiama ties atliekamu darbu. Tai dėmesio koncentracija į tam tikrą veiklą, kuri dėl tam tikrų priežasčių kelia įtampą žmogaus organizme.

Socialinio darbo profesijos terminų žodyne (2016) stresas apibūdinamas kaip didesni nei įprasta reikalavimai asmeniui ir dėl to kylanti grėsmė jo gerovei bei mėginimai įveikti tą grėsmę, o stresoriai, tai išoriniai ar vidiniai organizmą veikiantys veiksniai, į kuriuos reaguojama ir kurie suvokiami kaip keliantys grėsmę. Streso įveika suprantama kaip pastanga sumažinti streso reakcijas ir neigiamą streso poveikį.

Anot Luskini ir Pelletier (2007), stresas apibūdinamas kaip natūralus ginklas, kurio mes griebiamės susidurdami su gyvenimo reikalavimais. Autoriai išskiria keturis streso požymius, kaip emociniai, kurie iššaukia nerimą, baimę, depresiją, pyktį, vidinę įtampą, irzlumą, perdėtą susirūpinimą, drovumą, apatiją. Taip pat kognityviniai požymiai, kurie susiję su dėmesio koncentracijos praradimu, išsiblaškymu, per dideliu savikritiškumu, sulėtėjusia galvosena, neigiamomis mintimis. Psichofiziologiniai požymiai pasireiškia prakaitavimu, kvėpavimo pagreitinimu, krūtinkaulio skausmu, nuovargiu, pykinimu, apetito praradimu, miego sutrikimu, galūnių tirpimu, virškinimo ir kvėpavimo sistemų pokyčiais, alerginėmis reakcijomis. Elgesio požymiai pasireiškia neproduktyviu darbu, alkoholizmu, priklausomybe kofeinui, nikotinui, medikamentams, pasikeičia valgymo įpročiai, žmogus ima vengti žmonių, pasikeičia emocijų bei minčių raiška, pasikeičia judesiai, gali atsirasti koordinacijos sutrikimai, kalbėjimo tono pasikeitimai.

Vokiečių psichoterapeutas Prunte (2007) išskiria keturias streso rūšis: kūnišką, kuris apibrėžiamas – kai žmogus mažai juda, prastai maitinasi. Intelektinį – kai stresas patiriamas profesinio tobulėjimo, nuolatinio mokymosi, kvalifikacijos kėlimo proceso metu. Emocinis stresas siejamas su jausmais, o socialinis ir bendravimo stresas anot autorių apibūdinamas anglišką žodžiu *mobbing*, kuris reiškia būriavimąsi ir grūstį. Pasak Lapkauskienės (2004), stresinės situacijos metu į kraują išskiriami hormonai, suaktyvėja smegenų veikla, padažnėja širdies ritmas, kyla kraujo spaudimas, visas organizmas aktyviau aprūpinamas krauju. Taip pat kyla cukraus kiekis kraujyje, lėtėja virškinimo procesai, sumažėja seilių išsiskyrimas, išbąla oda, padidėja prakaitavimas, išsiplėčia vyzdžiai, pasišiaušia plaukai. Svarbiausia tai jog patiriamo streso metu blokuojamas žmogaus mąstymas, silpsta jo atmintis, veiksmai mažai priklauso nuo sąmonės. Tuo pačiu metu vienas organizmo funkcijas aktyvindamas, kitas – slopindamas, organizmas reaguoja į stresą ir rengia jį gynybai.

Streso priežasčių yra daugybė ir kiekvienam žmogui ta pati situacija gali sukelti skirtingo stiprumo stresą, į tą pačią situaciją kiekvienas iš mūsų reaguojame skirtingai. Carnegie (2013) rašo jog stresui tapus per daug intensyviu, žmogui gali tapti per sunku sutelkti dėmesį arba atvirkščiai – dėmesys gali būti sutelkiamas per smarkiai, tuomet darbas tampa neproduktyvus, o žmogaus

gebėjimai nusilpsta. Nuolatinis stresas bei įtampa lemia sumenkusią koordinaciją, susikaustymą, gali pasikeisti emocinė būklė. Dažnas stresas gali sukelti fizinius bei protinius negalavimus, kurie ilgainiui gali lemti sunkių, lėtinių ligų atsiradimą, ilgalaikį sveikatos sutrikdymą, o kai kuriuos žmones toks ilgalaikis neigiamas poveikis gali privesti prie greitos mirties.

Pasak Luskin ir Pelletier (2007) didžiausią stresą kelia tie įvykiai, kurie žmonėms atrodo nekontroliuojami ir nenusipėjami. Tai pojūtis jog viskas tapo nevaldoma, kad žmogus nebesugeba susidoroti su tuo kas vyksta ir jo gyvenimas tampa nekontroliuojamas.

Viena iš darbe patiriamo streso priežasčių gali būti agresyviai besielgiantis klientas. Bičkutė ir Liobikienė (2011) agresyvų kliento elgesį nagrinėja iš keleto teorinių perspektyvų, kaip biologinės teorijos, psichologinės teorijos ir socialinės teorijos.

Autorės, remdamosis Gilligan, teigia jog agresyvų elgesį skatina jausmų skurdumas bei žinių stoka.

Socialiniai darbuotojai dirbdami su skirtingomis klientų grupėmis prisiima atsakomybę už savo veiksmus ir sprendimus, kurie klientams gali atrodyti netinkami, jiems nepriimtini, tačiau reikalingi teigiamam rezultatui. Todėl socialinis darbuotojas siekdamas kliento gerovės turi kūrybiškai taikyti socialinio darbo metodus, laikytis etikos principų bei vertinti savo veiksmų efektyvumą.

Galima teigti, kad socialinis darbas yra įvairių įgūdžių ir kompetencijų reikalaujanti profesinė veikla, apjungianti tiek socialinį darbuotoją, tie klientą bei bei jo aplinką. Identifikuojant kliento problemą, labai svarbu įvertinti kokiai klientų grupei jis priklauso, ar problema nėra susijusi su daugiau žmonių ir kokios yra galimos problemos atsiradimo priežastys. Dirbant su klientu, priklausomai nuo jo situacijos, socialinis darbuotojas gali atlikti skirtingus vaidmenis bei pasirinkti skirtingas darbo metodikas, tai svarbu norint efektyviau ir greičiau nustatyti ir išspręsti klientui kylančias problemas.

Streso priežastys dažnai priklauso nuo paties darbuotojo požiūrio bei sugebėjimo susitvarkyti iškilus krizinei situacijai, taip pat požiūrio į klientą, bei paties kliento noro bendradarbiauti. Ilgai trunkanti, nuolatinė įtampa, neigiamai veikia visą darbuotojo organizmą, atsiranda įvairūs fiziniai bei psichiniai sutrikimai, prastėja socialinio darbuotojo asmeninio gyvenimo kokybė, tikslų įgyvendinimas. Stresas paveikia ne tik santykius su artimaisiais, bet ir su kolegomis bei klientais, nukenčia darbo ir darbinių santykių kokybę. Socialinis darbuotojas nebegeba spręsti kliento problemų, nes pats atsiduria problemiškoje situacijoje. Galiausiai, nesulaukęs pagalbos, atsiduria ties perdegimo riba ir rimtomis sveikatos problemomis.

SOCIALINIO DARBUOTOJO PATIRIAMO STRESO DARBE ĮVEIKOS TYRIMAS

Siekiant ištirti socialinių darbuotojų patiriamo streso darbe priežastis bei pasekmes, buvo atliktas tyrimas. Tyrimui atlikti pasirinkti kokybinis tyrimo metodas – pusiau struktūrinis interviu ir turinio analizė (content).

Tyrimo dalyvavo šešios socialinės darbuotojos – Inga, Ina, Aina, Rita, Violeta, Rasa (vardai pakeisti, remiantis konfidencialumo principu), dirbančios skirtingose socialines paslaugas teikiančiose įstaigose. (žr. 1 lentelę).

1 lentelė

Socialinių darbuotojų socialiniai – demografiniai duomenys

Eil. Nr.	Vardas	Amžius	Išsilavinimas	Klientų grupė	Darbo stažas
1.	Inga	46 m.	Socialinio darbo bakalauras	Šeimos patiriančios sunkumus	15 m.
2.	Ina	36 m.	Socialinio darbo bakalauras	Senyvo amžiaus neįgalūs žmonės	12 m.
3.	Aina	37 m.	Socialinio darbo magistras	Senyvo amžiaus neįgalūs žmonės	8 m.
4.	Rita	30 m.	Socialinio darbo magistras	Vaikai augantys globos įstaigoje	10 m.

5.	Violeta	26 m.	Socialinio darbo magistras	Psichikos negalią turintys asmenys	3 m.
6.	Rasa	31 m.	Socialinio darbo bakalauras	Psichikos negalią turintys asmenys	11 m.

Apibendrinant galima teigti, kad visos socialinės darbuotojos turi socialinio darbo išsilavinimą ir nemažą darbo patirtį, dirbant su skirtingomis klientų grupėmis.

Atliekant tyrimą, buvo pateiktas klausimas, kokie veiksniai sukelia stresą darbo vietoje. Analizuojant tyrimo rezultatus išskirta kategorija „Streso veiksniai dėl darbo sąlygų“ ir keturios subkategorijos: darbo krūvis, mažas atlyginimas, baimė netekti darbo, darbo sąlygos (žr. 2 lentelė).

2 lentelė

Streso veiksniai dėl darbo sąlygų		
Kategorija	Subkategorija	Teiginiai
Streso veiksniai dėl darbo sąlygų	Didelis darbo krūvis	„Sunkiausia būna, kai reikia dirbti po darbo valandų, nes už jas niekas neapmoka...” (Inga). „Dėl labai didelio krūvio...” (Aina). „Ne visada suspėju atlikti darbą, todėl tenka padirbėti ir po darbo...” (Ina). „Darbo daug, laisvadieniai tik raudonos dienos kalendoriuje...” (Rita). „Būna taip, kad ir po dvi savaites dirbu be išėjinių...” (Rasa).
	Blogos darbo sąlygos	„Labai trūksta higieninių priemonių, darbo pirštinių, priemonių darbui...” (Ina). „Priemonės kartais tenka pirkti už savo pinigus...” (Aina). „Prastos darbo sąlygos, neturime net elementariausių priemonių...” (Rita). „Nesu užtikrinta savo saugumu, nes neturiu jokių apsaugos priemonių...” (Inga). „Nelabai pasirūpinta mūsų saugumu, pačios turim sugalvoti kaip apsisaugoti...” (Rasa).
	Pavojingos darbo sąlygos	„Dažnai jaučiuosi nesaugiai darbe, ypač dirbant su agresyviais klientais...” (Violeta). „Mūsų darbe nėra užtikrintas saugumas, nes klientų namuose laikomi šunys...” (Inga). „Dažnai būna tokių atvejų, kai tenka į namus parsinešti parazitų...” (Aina). „Darbe nėra saugu, pas savo klientus galime apsikrėsti įvairiais parazitais, būna ir agresyvių...” (Rasa).
	Mažas atlyginimas	„Labai mažas atlyginimas...” (Inga). „Darbas tikrai sunkus, atsakingas, o atlyginimas juokingas...” (Rita). „Darbas sunkus, krūvis didelis, o atlyginimas kaip pašalpa...” (Aina). „Stresuoju dėl tokio mažo atlyginimo...” (Rasa). „Toks mažas atlyginimas, o krūvis didelis, kartais „varo į nevirtį...” (Inga). „Pagal tokį didelį darbo krūvį, atlyginimas tikrai per mažas...” (Violeta).
	Baimė netekti darbo	„Nesu užtikrinta dėl darbo vietos...” (Inga). „Dėl įvairių atleidimų, pakeitimų darbe, nesu užtikrinta dėl darbo vietos...” (Rita). „Labai jaučiamas darbe spaudimas, todėl nebesu garantuota dėl darbo vietos...” (Rasa). „Nesu tvirtai užtikrinta dėl darbo vietos, galiu atsidurti bedarbių gretose...” (Aina). „Stengiuosi išlaikyti darbo vietą, nes sunku susirasti kitą darbą...” (Violeta).

Analizuojant tyrimo metru gautus duomenis taip pat pastebėta, kad socialiniai darbuotojai patiria stresą dėl netinkamo mikroklimato. Pagal gautus atsakymus tyrimo metu ši kategorija buvo suskirstyta į tris subkategorijas: netinkami santykiai, pagalbos nebuvimas ir netinkamas vadovybės elgesys (žr. 3 lentelė).

Stresas kylantis dėl mikroklimato darbe

Kategorija	Subkategorija	Teiginiai
Stresas kylantis dėl mikroklimato darbe	Netinkami santykiai	„Būna nesutarimų tarp kolegų, ypač pavydi, kai gauni geresnį klientą...“ (Ina). „Kai nėra geros komandos, sunku dirbti, vienam spręsti problemas...“ (Rasa). „Labai darbe vyrauja pavydas, apkalbos...“ (Inga). „Yra kolegų, kurios mėgsta ir direktorei papasakoti įvairių dalykų...“ (Aina). „Kai kurie kolegos prie globotinių mėgsta apkalbėti kitus kolegas...“ (Rita). „Pasitaiko intrigų, pykčių, nekokia atmosfera...“ (Violeta).
	Pagalbos nebuvimas	„Nėra komandinio darbo, dirbam kaip suprantam...“ (Rita). „Niekas nenori padėti, išklaudyti, patarti...“ (Inga). „Kai pasiimi nedarbingumo lapelį, tik tada į tave atkreipia dėmesį...“ (Violeta). „Nėra bendravimo, bendradarbiavimo, pagalbos jokios...“ (Rasa). „Trūksta psichologo pagalbos...“ (Ina). „Dažnai spręsti problemas lieki viena...“ (Aina).
	Netinkamas vadovybės elgesys	„Man didžiausią stresą kelia vadovo nuolatinis kišimasis, kontroliavimas, nepasitenkinimas...“ (Rita). „Kai kada jaučiuosi nuvertinta, atiduoti visas jėgas, o lieki nesuprasta...“ (Inga). „Nėra pas mus darbe jokių paskatinimų...“ (Ina). „Mūsų vadovas nelabai mato kas darosi aplinkui...“ (Aina). „Įvairūs tikrinimai, nepasitikėjimas, priekaištai, kelia stresą...“ (Rasa). „Dėl vadovybės elgesio jaučiu stresą...“ (Violeta).

Išanalizavus tyrimo duomenis galima teigti, kad netinkami santykiai su kolegomis sukelia stresą. Respondentės interviu metu ne kartą minėjo, kad labai trūksta komandinio darbo ir dalinimosi patirtimi. Labai priklausi kokia darbe vyrauja mikroaplinka. Kaip teigia Rita, pasitaiko atvejų, kad kai kurie kolegos su vaikais svarsto kito darbuotojo veiklą, charakterį. Violetos nuomone, jų įstaigoje kiti socialiniai darbuotojai nenoriai padeda vieni kitiems. Visos respondentės paminėjo, kad didžiausią stresą patiria iš vadovų nuolatinio kontroliavimo, priekaištų, kad nėra jokių paskatinimų.

Tyrimas atskleidė, kad dauguma socialinių darbuotojų patiria stresą dėl, per didelio darbo krūvio, nevisai tinkamų darbo sąlygų, savo saugumo lankant klientus namuose. Socialinės darbuotojos mano, kad stresą kelia mažas darbo atlygis bei baimė netekti darbo.

Analizuojant socialinių darbuotojų nuomonę dėl darbo turinio, nustatyta, kad stresą sukelia konfliktai su klientais, dideli reikalavimai, atsakomybė už klientą, bei žinių ir įgūdžių trūkumas (žr. 4 lentelė).

Stresas kylantis dėl darbo turinio

Kategorija	Subkategorija	Teiginiai
Stresas kylantis dėl darbo turinio	Konfliktai su klientais	„Labiausiai stresą patiriu dėl klientų grasinimų ir nepaklusnumo...“ (Rita). „Sunkiausiai sekasi susitarti ir susikalbėti su sunervinusiiais ir agresyviai nusiteikusiiais klientais...“ (Violeta). „Klientai būna labai pikti, kai lankausi jų namuose neperspėjusi, rėkia, keikiasi...tenka vyksti ar išsikviesti policijos pareigūnus...“ (Inga). „Dėl sunkaus darbo ir agresyviai nusiteikusių klientų...“ (Rasa). „Dėl piktų ir agresyvių klientų...“ (Ina).
	Atsakomybė už klientą	„Sunkiausia kai tenka paimiti vaiką iš šeimos ir išvežti į globos namus...“ (Inga). „Atsakomybė už globojamus vaikus, jų sveikatą, mokymosi problemas, laisvalaikio organizavimą...“ (Rita). „Per daug empatiškai reaguojų į klientų problemas, tai apsunkina mano asmeninį gyvenimą...“ (Aina). „Kartais tenka aukoti savo laisvalaikį dėl savo klientų...“ (Ina).

	Dideli reikalavimai	„Užduotys sunkėja ir neįmanoma įgyvendinti...“ (Inga). „Didelė atsakomybė už finansų tvarkymą, finansų ribotumas, o pasitaiko ir nenumatytų išlaidų...“ (Ina). „Labai dideli klientų reikalavimai, daug darbo...“ (Aina).
	Žinių ir įgūdžių trūkumas	„Nemalonu, kai kažkokios iškilusios problemos negali savo jėgomis išspręsti...“ (Violeta). „Trūksta įvairių kvalifikacijos tobulinimo kursų...“ (Rasa). „Labai trūksta mokymosi kursų, seminarų...“ (Rita). „Kartais atrodo, kad dar ne viską moku, kad trūksta žinių...“ (Ina). „Sąveikauju, kad negaliu išspręsti problemos, nes trūksta įgūdžių...“ (Inga).

Pagal pateiktus respondencijų atsakymus galima teigti, kad Inga, Ina, konstatuoja, kad patiria stresą dėl kylančių konfliktų su klientais, jų šeimos nariais ir netgi agresyvumo. Rita mano, kad didelė atsakomybė taip pat vienas iš stresą sukeliančių veiksnių. Socialinėms darbuotojoms norėtusi nuolat kelti savo kompetenciją, įgyjant naujų žinių ir įgūdžių.

Respondentės į pateiktą klausimą, koks streso poveikis darbo rezultatams, nustatyta, kad daro neigiamą įtaką darbo efektyvumui, taip teigė Aina, Rasa, Ina. Violeta ir Rita mano, kad mažėja socialinio darbuotojo motyvacija veiklai. (žr. 5 lentelė).

5 lentelė

Streso poveikis darbo rezultatams

Kategorija	Subkategorija	Teiginiai
Streso poveikis darbo rezultatams	Mažesnis darbo efektyvumas	„Kai ateinu į darbą nepailsėjusi ir neišsimiegojusi, tai vos atlaikau darbo dieną...“ (Rita). „Kai negaliu išspręsti iškilusios problemos, počiu į ašaras, diena būna nedarbinga, oi kaip būtų reikalinga psichologo pagalba...“ (Inga). „Kai esu pervargusi, lėtėja darbo tempas, nieko nebespėju...“ (Aina). „Būna dienų, kai kankina visokios mintys, negaliu susikaupti, kad galėčiau tinkamai atlikti užduotį. Labai reikėtų draugo, psichologo pagalbos...“ (Violeta). „Būna dienų, kai nieko nesinori, nėra nuotaikos, tada labai sunku atlikti darbą gerai...“ (Rasa). „Kai esu pervargusi, būnu pikta, viskas nervina, darbas nesiseka...“ (Ina).
	Motyvacijos mažėjimas	„Kai kada jau tenka pagaltoti, gal reikėtų pailsėti, gal net pasieškoti lengvesnio darbo...“ (Rita). „Labai nenoriai einu į darbą, bet kitos išeities šiuo metu neturiu...“ (Inga). „Būna dienų, kai nebeinori eiti į darbą, net pagaltvoju, kad gal reikia ieškotis kito darbo...“ (Ina). „Nebėra noro stengtis gerai dirbti, nebėra motyvacijos...“ (Violeta). „Kartais jau pagaltvoju, kad reikia viską mesti ir pasieškoti kito darbo...“ (Rasa). „Labai sunkus darbas, nes patiriu daug streso, nelieka jokios motyvacijos...“ (Aina).

Gauti rezultatai leidžia teigti, kad patiriamas stresas darbe trukdo tinkamai atlikti pareigas, tačiau, dauguma socialinių darbuotojų, stengiasi tinkamai atlikti savo pareigas, kad nenukentėtų klientų poreikiai ir jie gautų kokybišką pagalbą.

Socialinio darbuotojo profesija, respondencijų nuomone, pasirenkama su tikslu, padėti žmonėms, todėl veikloje privaloma užmiršti sunkumus ir nenuvilti savo klientų.

Socialiniai darbuotojai išsakė savo nuomonę, apie streso įveikimo būdus. Analizuojant šį klausimą buvo išskirta kategorija, „Streso įveikos „išorinė“ pagalba“, kurią sudaro trys subkategorijos: psichologo pagalba, supervizija, žinių ir įgūdžių tobulinimas (žr. 6 lentelė).

Streso įveikos būdai		
Kategorija	Subkategorija	Teiginiai
Išorinė pagalba streso įveikai	Psichologo pagalba	„Lankausi pas psichologą, nes man tai padeda...” (Inga). „Kai jau būna labai blogai ieškau psichologo pagalbos...” (Aina). „Kartais lankausi pas psichologą, bet labai sunku pas jį pakliūti...” (Violeta). „Kai jau tikrai matau, kad reikia pagalbos, tada lekiu...” (Rita). „Pradėjau kartą į savaitę pas psichologą psichoterapinę grupę, kur kalbame apie mums iškilusias problemas...” (Ina). „Labai kartais reikalinga psichologo pagalba...” (Rasa).
	Supervizija	„Nėra geresnio būdo išsikalbėti, kaip supervizija...” (Inga). „Kai tik sužinau, kad vyks supervizija, būtinai sudalyvauju...” (Ina). „Man labai padeda supervizijos...” (Aina). „Viena iš veiksmingiausių priemonių yra „supervizija...” (Rita). „Geriausio būdai kovojant su stresu darbe yra supervizijos...” (Violeta). „Labai noriu, kad kuo dažniau įstaigoje vyktų supervizijos...” (Rasa).
	Žinių ir įgūdžių tobulinimas	„Mano nuomone labai padėtų įvairūs seminarai ir mokymai...” (Rasa). „Labai padėtų įvairūs mokymai – darbinių santykių reguliavimas, rūpinimasis sveikatos apsauga...” (Violeta). „Stengiuosi pagal galimybes lankyti kursus susijusius su darbu...” (Rita). „Labai padeda įvairūs seminarai, mokymai...” (Aina). „Lankau įvairius kursus...” (Ina). „Pagal galimybes lankau seminarus, mokymus...”

Apibendrinant tyrimo rezultatus, galima teigti, kad socialiniai darbuotojai patiria įvairų stresą, o jam įveikti socialiniai darbuotojai vieną iš efektyviausių būdų įvardina supervizijas, psichologo pagalbą bei žinių ir įgūdžių tobulinimą, įvairių mokymų pagalbą.

Tyrimo rezultatai leidžia teigti, kad įvairus patiriamas stresas daro neigiamą įtaką, teikiamų paslaugų kokybei bei socialinio darbuotojo sveikatai.

IŠVADOS

1. Mokslinėje literatūroje stresas apibūdinamas kaip organizmo įtampos būseną, kurią sukelia įvairūs vidiniai ir išoriniai veiksniai, kurie lemia darbingumo sumažėjimą, socialinio darbuotojo fizinės bei psichinės sveikatos pablogėjimą.

2. Tyrimas atskleidė, kad pagrindinės streso priežastys socialinio darbuotojo veikloje – nepakankamai saugios darbo sąlygos, baimė netekti darbo, per didelis darbo krūvis, mažas atlygis, per didelė atsakomybė už klientą, neadekvatus kliento ir jo aplinkos elgesys, kliento nenoras priimti pagalbos ir keistis, nepakankamas aprūpinimas darbo priemonėmis. Socialinių darbuotojų nuomonę organizacijose trūksta tarpusavio bendravimo ir bendradarbiavimo, per maža vadovų parama, motyvavimo stoka, per mažos galimybės tobulinti kompetencijas, socialinio darbuotojo profesijos nuvertinimas.

3. Socialinių darbuotojų nuomonę, stresas daro neigiamą įtaką paslaugų teikimo kokybei bei socialinio darbuotojo fizinei bei psichinei veiklai. Dėl patiriamo streso mažėja darbo efektyvumas, bei motyvacija. Streso mažinimui teigiamos įtakos turėtų nuolatinis kvalifikacijos tobulinimas, geri santykiai kolektyve, komandinio darbo efektyvinimas, bei savalaikė psichologinė pagalba.

LITERATŪRA

1. Bankauskienė, N., Leliūgienė, I., Baršauskienė, V. (2003). Socialinių darbuotojų profesionalizacijos ir nuovargio problemos, Specialusis ugdymas, nr. 1 (8), p. 155-169.
2. Bičkutė, A., Liobikienė, T., N. (2011). Socialinio darbuotojo ir agresyviai besielgenčio kliento sąveika socialiniame darbe, Socialinis darbas. Patirtis ir metodai, nr. 7 (8), p. 89-111.
3. Carnegie, D. (2013). Kaip išvengti nerimo ir streso, Kaunas, 282 p.

4. Dirgėlienė, I., Večkienė, N., P. (2009). Streso rizika ir paramos lūkesčiai: Socialinių darbuotojų profesinės patirties analizė. Tiltai. Mokslo darbai. Klaipėdos universiteto leidykla, p. 143-159.
5. Grakauskas, Ž. (2004). Stresas ir elgesio savireguliacija: teoriniai veikos aspektai. Paimta iš tinklapio [žiūrėta 2020 10 20] Prieiga per internetą: http://www.leidykla.eu/fileadmin/Psichologija/29/Zygimantas_Grakauskas.pdf
6. Lapkauskienė, N. (2004). Psichikos sveikatos sutrikimai ir slaugos pagrindai, Vilnius, 196 p.
7. Lazutka, R. ir kt. Socialinių darbuotojų profesinės rizikos veiksniai, Socialinis darbas, nr. 7 (3), p. 74-86.
8. Luskin, F., Pelletier, R., K. (2007). Atsikratyk streso visiems laikams, Kaunas, 208 p.
9. Pikūnas, J., Palujanskienė, A. (2005). Stresas. Atpažinimas ir įveikimas, Kaunas, 192 p.
10. Prunte, T. (2007). Su stresu galima sutarti. Kaip atgauti ramybę ir gyvenimo džiaugsmą, Vilnius, 328 p.
11. Socialinio darbo profesijos terminų žodynas (2016). Kauno kolegija. [žiūrėta 2020 m. spalio 25 d.] Prieiga per internetą: <https://core.ac.uk/download/pdf/75821365.pdf>

PECULIARITIES OF STRESS EXPERIENCED BY A SOCIAL WORKER AT WORK

AUŠRA JANKŪNIENĖ

Panevėžys University of Applied Sciences
Lecturer Danutė Klokmanienė

ANNOTATION

Biggest problems facing a social worker. The concept of stress, its basement, the reasons for its occurrence are reviewed. Social workers face a variety of stressful reactions when providing services to different groups of clients. Based on the data of the qualitative research, the causes of the stress experienced by the social worker and the impact on the activity of the social worker are presented.

Keywords: social work, stress, causes of stress.

SOCIALINIS DARBO ORGANIZAVIMAS SU MAŽIAU GALIMYBIŲ TURINČIAIS JAUNUOLIAIS ATVIRAME JAUNIMO CENTRE

ERNESTA LIUŽINIENĖ

Panevėžio kolegija

Dėstytoja lektorė Loreta Klokmanienė

ANOTACIJA

Straipsnyje analizuojama mokslinė, pedagoginė ir teisinė literatūra apie socialinio darbo organizavimą atviraime jaunimo centre su mažiau galimybių turinčiais jaunuoliais kurie stokoja motyvacijos mokytis, nepritampa prie bendraamžių dėl savo išvaizdos, elgesio ar yra linkę nusikalsti. Taip pat pateikiama socialinio darbuotojo veikla, darbo organizavimo galimybės, kylantys sunkumai bei iššūkiai dėl COVID-19 pandemijos. Tyrimas atskleidė, kad jaunimo socialiniai darbuotojai suteikia jauniems asmenims įvairiapusę socialinę pagalbą: informuoja ir konsultuoja ne tik juos dominančia veikla, bet siūlo ir įvairų užimtumą, sprendžia iškilusias problemas, tarpininkauja ir atstovauja jaunuolio interesams.

Raktiniai žodžiai: jaunas asmuo, jaunimo darbuotojas, atviras jaunimo centras.

IVADAS

Darbas su mažiau galimybių turinčiais jaunuoliais yra aktualus daugelyje pasaulio valstybių, taip pat ir Lietuvoje. Remiantis atvirųjų jaunimo centrų ir erdvių koncepcija, labai svarbu nuolat analizuoti darbo organizavimo būdus ir galimybes, kuris sparčiai keičiantis gyvenimo tempui, susiklosčiusioms nepalankioms aplinkybėms (dėl COVID-19), nuotolinių mokslų bei veiklų, tampa vienas iš aktualiausių jaunimo darbuotojų iššūkių. Todėl reikia nuolatos didinti ne tik kompetencijų kėlimo galimybes, bet ir kasmet peržvelgti, atnaujinti mokslų studijų kokybę. Socialinės politikos kūrimas Europiniu lygmeniu, bendra socialinių problemų globalizacija sudarė sąlygas vystyti Lietuviškam socialinio darbo modeliui. Kuriantis mūsų šaliai socialinio darbo sistemai ir strategijai, iškilo poreikiai ne tiek perimti, kiek pritaikyti įvairius užsienio metodus ir teorijas, integruojant juos į Lietuviško socialinio darbo patirtį.

Iki 2006 m. vykdytas atviras darbas su jaunimu turėjo darbo formos apraiškų, tačiau jaunimo politikos sistema ir su jaunimu susijęs finansavimo mechanizmas bei jo teikiamos galimybės nebuvo orientuotos į lanksčias darbo formas – iš esmės ši veikla rėmėsi projektiniu veiklų finansavimu, orientavosi į aktyvesnį jaunimą (Jaunimo reikalų departamento prie Socialinės apsaugos ir darbo ministerijos direktoriaus 2010 m. balandžio 7 d. įsakymu Nr. 2V-38-(1.4) atvirųjų jaunimo centrų ir erdvių koncepcija).

Stiprinant jaunimo politiką Lietuvos savivaldybėse, buvo įkurti atviri jaunimo centrai, kurių pagrindinė paskirtis - vykdyti atvirą darbą su mažiau galimybių turinčiu jaunimu. Tačiau jaunimo centro veiklose gali dalyvauti visi jauni žmonės, nepriklausomai nuo jų socialinės padėties, rasės ar lyties. Atviraime jaunimo centre suteikiamos galimybės saugiai leisti laisvalaikį ir užsiimti dominančia veikla. Tam, kad profesionaliai būtų galima pagelbėti jaunam asmeniui spręsti iškilusias problemas, jaunimo darbuotojas turi turėti žinių bei įgūdžių bagažą, taip pat turi turėti pedagoginį, psichologinį ar socialinių mokslų sričių išsilavinimą arba būtų kitaip įgijęs socialinio darbo su jaunimu kompetencijas. Tačiau, Lietuvoje jaučiamas su jaunimu dirbančių specialistų trūkumas ar darbuotojų kompetencijų stoka, taip pat nepakanka neformalaus ugdymo ir veiklų įvairovės. Todėl Jaunimo reikalų departamentas didelį dėmesį skiria darbo su jaunimu sistemos plėtrai, apimančiai ir profesionalių jaunimo darbuotojų rengimą.

2019–2027 m. Europos Sąjungos jaunimo strategijoje (2018) pripažįstama, kad mažiau galimybių turintis jaunuoliai yra savo gyvenimo kūrėjai, prisideda kuriant teigiamus pokyčius visuomenėje, kad vykdoma jaunimo politika įgalina kurti erdves, kuriose jauni mažiau galimybių turintis asmenys gali neverčiami pasinaudoti jiems suteiktomis galimybėmis ir ugdyti vertybes. Europos Sąjunga remia jaunuolių asmeninę raidą ir neformalų jaunimo ugdymą, savarankiškumo

ugdymąsi, stiprina jauno asmens psichologinį atsparumą ir suteikia jiems išteklių, reikalingų norint dalyvauti visuomeniniame gyvenime. Šios priemonės ir veiklos padeda naikinti jaunimo skurdą ir visų formų diskriminaciją, taip pat padeda mažinti socialinę atskirtį ir kovoti su nedarbu.

Objektas - socialinis darbo organizavimas su mažiau galimybių turinčiais jaunuoliais atviraime jaunimo centre.

Tikslas – išanalizuoti socialinio darbo organizavimą su mažiau galimybių turinčiais jaunuoliais atviraime jaunimo centre.

Uždaviniai:

1. Aprašyti socialinio darbo raidą Lietuvoje.
2. Apibūdinti darbą su jaunimu atviraime jaunimo centre.
3. Ištirti socialinio darbuotojo pagalbos procesą dirbant su mažiau galimybių turinčiais jaunuoliais.

Metodai:

Mokslinė literatūros analizė. Kokybinis tyrimas - pusiau struktūrinis interviu. Temų analizė.

Tyrimo metodika. Tyrimui vykdyti buvo pasirinktas kokybinis metodas (pusiau struktūrinis interviu), apklausa atlikta spalio mėnesį, joje dalyvavo keturi respondentai tiesiogiai dirbantys su mažiau galimybių turinčiais jaunuoliais skirtinguose Lietuvos atviraime jaunimo centruose.

SOCIALINIO DARBO IR JAUNIMO DARBUOTOJO RAIDA LIETUVOJE

Vakarų kultūros šalyse socialinio darbo profesijos šaknys glūdi labdarinių, pelno nesiekiančių organizacijų narių veikloje. Kadangi labdaringa veikla yra ir buvo įgyvendinama stengiantis savo asmenines vertybes perduoti kitiems ir veikti pagal jas, todėl ir patys pirmieji socialinio darbo metodai buvo klientų moralizavimas, auklėjimas, kontroliavimas ir materialinių gėrybių dalijimas.

Lietuvoje socialinio darbo profesionalizacija prasidėjo 1991-1992 m., kai Vilniaus ir Vytauto Didžiojo universitetai bei Utenos kolegija pradėjo rengti socialinius darbuotojus. Pirmą kartą socialinis darbas kaip profesinė veikla teisiškai apibrėžtas Socialinių paslaugų įstatyme (1996), įteisinant socialinio darbuotojo profesiją. Socialinis darbas apibrėžiamas kaip profesinė veikla, skirta išsiaiškinti, įvertinti ir padėti spręsti socialines problemas asmens, šeimos ar bendruomenės lygmenyje. O socialinis darbuotojas - specialistas, kurio darbo paskirtis yra sustiprinti žmogaus prisitaikymo prie aplinkos sugebėjimus, atkurti ryšius su bendruomene, padedant jam integruotis į visuomenę ir skatinant visavertį žmogaus socialinį funkcionavimą. Vėliau, 2002 m. buvo parengta apie 4000 socialinių darbuotojų – maždaug 50 proc. visų dirbančių socialinį darbą (teikiančių socialines paslaugas) (Bagdonas, Lazutka, 2007). Taip socialinis darbas įgavo profesionalumo, po truputį neliko socialinės praktikos srityje asmenų, kurie nebūtų susipažinę su socialinio darbo, socialinės politikos ir profesinės etikos pagrindais.

Socialinis darbas pastaruoju metu Lietuvoje sparčiai tobulėja. Nors atsiranda naujos socialinių darbuotojų veiklos sritys, didėja socialinių darbuotojų skaičius, tobulėja jų profesionalumas, tačiau Lietuvoje vis dar didelė socialinių darbuotojų kaita. Profesinėje veikloje socialiniai darbuotojai siekia socialinio teisingumo ir yra atsakingi už žmogaus ir jo aplinkos ryšį. Socialinių problemų gausa, jų įvairovė iš socialinių darbuotojų reikalauja specialių žinių ir vis naujų įgūdžių, naudų darbo organizavimo metodų. Todėl juos rengiančiose mokymo įstaigose nuolat peržiūrimos ir atnaujinamos socialinių darbuotojų rengimo programos.

Darbai su klientais, kaip ir su mažiau galimybių turinčiais jaunuoliais, neužtenka vien pašaukimo. Socialinis darbas reikalauja profesionalaus pasiruošimo, socialinių gebėjimų, iniciatyvumo ir kūrybiškumo, dalykinių ir metodinių kompetencijų. Todėl, kad suteikti tinkamą pagalbą jaunam žmogui spręsti iškilusias problemas, reikia tam tikrų specialių žinių. Žinios, gebėjimai ir kompetencijos turi būti nuolat lavinami. Todėl Lietuvoje kaip ir kitose Europos šalyse atsiranda su jaunimu dirbantys asmenys, kurie įvardijami, kaip jaunimo darbuotojai. Kol kas

Lietuvoje jaunimo darbuotojų sąvoka nėra apibrėžta. Jaunimo reikalų departamentas prie Socialinės apsaugos ir darbo ministerijos (2010), pateikia tokį apibrėžimą, kad: „jaunimo darbuotojas – tai 21 metų sulaukęs suaugęs asmuo, veikiantis už formaliojo švietimo ir ugdymo sistemos, šeimos ir darbinės veiklos ribų, siekiantis asmeninio ir socialinio jaunų žmonių tobulėjimo tiek per individualų darbą su atskirais asmenimis, tiek dirbdamas su grupėmis ar bendruomenėmis bei turintis šiam darbui reikalingų profesinių kompetencijų“. Taip pat jaunimo darbuotojo profesija nėra įteisinta, neištraukta į profesijų katalogą. Matomas poreikis jaunimo centrų ir erdvių asociacijos steigimui

Dauguma jaunimo darbuotojų dirba savivaldybių švietimo, kultūros, sporto, socialinėse institucijose ir pagal svarbiausią veiklos profilį vadinami pedagogais (vadovauja būreliui mokykloje), socialiniais pedagogais, kultūros darbuotojais, sporto treneriais, socialiniais darbuotojais. Su mažiau galimybių turinčiu jaunimu dirbantys asmenys siekia kokybiško darbo, vadovaujasi darbo principais ir stengiasi atitikti jaunų žmonių poreikius (Jaunimo reikalų departamentas, 2019). Jaunimo reikalų departamentas, siekdamas metodiškai palaikyti darbuotojus, dirbančius su jaunimu, kasmet organizuoja mokymus, konsultacijas bei darbuotojų susitikimus, forumus, kad jaunimo darbuotojai nuolat tobulintų darbą su jaunais asmenimis, keltų savo asmenines kompetencijas. Siekiama, kad jaunimo darbuotojas turėtų pedagoginį, psichologinį arba socialinių mokslų sričių išsilavinimą arba būtų kitaip įgijęs socialinio darbo su jaunimu kompetencijų. Jaunimo darbuotojai atveria atvirų jaunimo centrų ir erdvių duris jaunuoliams, kur sukuriamos saugios erdvės skirtos susirinkti jauniems žmonėms, dalintis idėjomis ir jas įgyvendinti, tobulėti, bendrauti ir bendradarbiauti, taip pat atrasti ir realizuoti save įvairiose veiklose bei prasmingai leisti laiką. Jaunimo darbuotojai sudaro mažiau galimybių turinčiam jaunimui sąlygas įgyti naujų socialinių įgūdžių, užtikrina ilgalaikį užimtumą, atsižvelgia į jauno žmogaus poreikius bei interesus. Bendradarbiaudami su policijos pareigūnais, seniūnijų socialiniais darbuotojais atlieka nusikalstamumo, žalingų įpročių ir kitų psichosocialinių problemų prevencijas bei konsultuoja jaunimą jiems rūpimais klausimais. Lankytojų amžius jaunimo centruose ir erdvėse nuo 14 iki 29 metų. Atviro jaunimo centro veikla organizuojama taip, kad jame gali lankytis tiek motyvuotas, tiek mažiau galimybių turintis (mažiau motyvuotas) ar nemotyvuotas jaunimas (neaktyvus jaunas žmogus). Atsižvelgiama į jaunuolių poreikius iš socialinę riziką patiriančių šeimų. Su šia grupe dirbama daugiau valandų per savaitę. Pagalba ir konsultavimas (pagal poreikį) nuolat teikiamas ne tik jaunimui, bet ir jų tėvams bei globėjams. Susidariusioms nepalankioms sąlygoms dėl COVID-19 pandemijos, jaunimo centrai priversti užverti centrų bei erdvių duris. Tačiau, jaunimo darbuotojai persikėlė į virtualias erdves, organizuoja nuotolinį darbą su jaunuoliais, jaunimo socialiniai darbuotojai ir toliau suteikia jauniems asmenims įvairiapusę socialinę pagalbą per išmaniąsias technologijas: informuoja ir konsultuoja ne tik juos dominančia veikla, bet siūlo ir įvairų užimtumą, sprendžia išskilusias problemas, tarpininkauja ir atstovauja jaunuolio interesams.

SOCIALINIO DARBO ORGANIZAVIMO, SU MAŽIAU GALIMYBIŲ TURINČIAIS JAUNUOLIAIS ATVIRAME JAUNIMO CENTRE, TYRIMAS

Empiriniams duomenims rinkti pasirinktas kokybinis tyrimo metodas (pusiau struktūrinis interviu). Tyrimas atliktas 2020 m. spalio-lapkričio mėnesiais, tyrime dalyvavo keturi socialiniai darbuotojai – Tadas, Sigutė, Gerda, Laima (vardai pakeisti, remiantis konfidencialumo principu), dirbantys skirtinguose Lietuvos atvirose jaunimo centruose. (žr. 1 lentelę).

1 lentelė

Socialinių darbuotojų demografiniai duomenys

Eil. Nr.	Vardas	Amžius	Išsilavinimas	Pareigos	Darbo stažas	Savivaldybė
1.	Tadas	38	Aukštasis magistrinis išsilavinimas	Socialinis darbuotojas, edukologas	20 metų	Vilnius

2.	Sigutė	45	Aukštasis universitetinis išsilavinimas	Pedagogė, parodų ir edukacijų kuratorė, buvusi jaunimo darbuotoja	2 metai	Panevėžio r.
3.	Gerda	30	Nebaigtas aukštasis socialinių mokslų išsilavinimas	Jaunimo darbuotoja	3 metai	Panevėžio r.
4.	Kotrina	29	Aukštasis universitetinis išsilavinimas	Jaunimo darbuotoja	4 metai	Vilnius

Iš apklaustųjų respondentų 3 turi aukštąjį universitetinį išsilavinimą ir 1 respondentas tik psichologinių-pedagoginių žinių kurso pažymėjimą. Atsižvelgdami į Jaunimo reikalų departamento reikalavimus, didžioji dalis darbuotojų turi tinkamą išsilavinimą ir gali suteikti kvalifikuotą pagalbą jauniems asmenims. Taip pat interviu metu paaiškėjo, kad Kotryna jaunimo darbuotojo pašaukimą atrado per jaunimo mainus, o Gerda, nors ir buvo sėkmingai įstojusi į socialinį mokslą – jų nebaigė.

Atviro jaunimo centro veikla organizuojama taip, kad jame gali lankytis tiek motyvuotas, tiek mažiau galimybių turintis (mažiau motyvuotas) ar nemotyvuotas įvairaus amžiaus jaunimas. Jaunimo centro darbuotojų buvo pasiteirauta, kokio amžiaus ir kokių šeimų jaunuoliai dažniausiai lanko atvirą jaunimo centrą.

„...Dažniausiai tai mokyklinio amžiaus jaunuoliai 14-18 m. Dirbu su šia klientų grupe grupėmis bei konsultuoju individualiai, tai apibendrinant nuo 12 iki 29 m.“ [Tadas]

„...Daugiausiai 14 - 22 m., vyresni (26-29 m.) ateidavo retai, kaip unikalūs lankytojai. Jaunimas iš labai įvairių šeimų, dažniausiai bendravau ir dirbau su socialinių sunkumų patiriančiais vaikais“. [Sigutė]

„...Pagrindė 14-16 m. jaunuoliai, dažniausiai tai pažeidžiamiausia mūsų socialinė grupė, sunkumus patiriantys vaikai, motyvuoti rečiau ateina“. [Gerda]

„...20-25 m. jauni asmenys, iš labai įvairių šeimų, tiek iš finansiškai pažeidžiamų šeimų, kiek dažniau iš socialiniai remtinų šeimų sunkumus patiriantys vaikai, na ir žinoma motyvuotas, aktyvus jaunimas“. [Kotrina]

Atskleista, kad kiekvieno atviro jaunimo centro lankytojų amžius skirtingas, tad Tadas, Sigutė ir Gerda įvardino, kad didžioji dalis jaunuolių, kurie lankosi jaunimo centre, yra nuo 14 metų ir dažniausiai iš socialiai pažeidžiamų šeimų.

Socialinis darbas su jaunimu reikalauja profesionalaus pasiruošimo, socialinių gebėjimų, iniciatyvumo ir kūrybiškumo nes būtina užsiimti įvairia veikla, kuri įdomi jaunimui ir skatina tobulėti bei moko siekti tikslų. Tyrimo metu pasiteirauta, kokias veiklas vykdo ir siūlo darbuotojai atviraime jaunimo centre, bei ar jaunuoliai savo iniciatyva siūlo jiems įdomias veiklas.

„...Pagrindinės veiklos su jaunimu tai darbas su klasėmis ir klasių sutelktumo projektais, taip pat dalyvaujam stovyklose, vykdom specialias programas ugdyti bendrąsias kompetencijas. Konsultuoju individualiai karjeros pasirinkimo klausimais, kai kuriuose užsiėmimuose jaunuoliai gali siūlyti savo veiklas, tai mūsų pareiga padėti jaunuoliui atpažinti tam tikrą veiklą kurią jie gali daryti.“. [Tadas]

„...Kadangi aš esu keramikė, tai dažnai pasiūlau įvairius keramikos užsiėmimus bei meninius užsiėmimus, edukacijas. Dažniausiai prieš Šv. Kalėdas gaminame dekoracijas, vainikus, kartais tapome. Jaunimas ir patys siūlo veiklas, esame šaudę iš lanko, jiems tai labai patiko, taip pat siūlo fizinės veiklas tokias kaip futbolo varžybas (tik labai gaila, mes negalime to suorganizuoti, dėl kompetencijų stokos), taip pat siūlė sužaisti azartinius žaidimus (pokerį), kadangi tai nelegalu, tai mes atsisakėme“. [Sigutė]

„...Vykdom visokias veiklas, jei projektus parašome ir laimime tai keliaujame, fotografuojame, žygiuojame, stovyklaujame. Paprastą dieną tiesiog būname su jais kartu, užsiimame individualia ir grupine konsultacija, leidžiame laiką drauge, arba tiesiog leidžiame pabūti jiems vieniems, nes jiems dažnai reikia tiesiog ateiti ir pabūti, kad niekas prie jų nelįstų.

Retai, labai retai siūlo veiklas, labai daug nori, bet kai paklausi, ko nori, jie dažniausiai nežino ar negali įvardinti“. [Gerda]

„...Labai populiariėja savęs pažinimo veikla, labai pritraukėme jaunimą, kurie nori labiau suprasti kas jie yra, kokia jų vieta po saule. Temos labai plačios nuo CV rašymo iki pirmojo darbo pokalbio. Taip pat labai jaunimui aktuali veikla emocinis intelektas ir jo lavinimo galimybės. Visa tai, ko nėra mokykloje: kaip kurti darnius santykius, kaip valdyti savo jausmus, kaip išmokti savireguliacijos, kaip lavinti emociją, stebėti ir ją ištransliuoti. Taip pat kaip priimti sunkesnes emocijas (pyktį, kaltę, gėdą, nerimą). Dar viena veikla kuri yra aktuali merginoms tai lytiškumo ugdymas. Turime merginų ratą (Deivių ratas), tai mokėmė lytinio švietimo. Be abejo jaunimas ir patys siūlo veiklas, tačiau tai užtrunka nes turi įvykti labai didelis šuolis jaunuolio gyvenime, kad išdrįstų ir suprastų kad jie gali. Tai galimybė jaunuoliui lavinti socialinius įgūdžius, lyderystės, pasitikėjimo savimi ir atsakomybės jausmą už save ir kitus. [Kotrina]

Galima teigti, kad jaunimo centruose dažniausiai vykdomos individualios konsultacijos, taip pat Tadas ir Kotrina paminėjo bendrąsias kompetencijas, taip pat akcentavo kad daug dirba su emocijomis, emocijų valdymu bei savireguliacija. Respondentės Sigutė ir Gerda vykdo menines veiklas, kurios metu jaunuoliai ne tik geba įsitraukti į meninę veiklą, bet ir atsiskleisti joje, pažinti save. Beveik visi tiriamieji vieningai atsakė, kad jaunimas rodo iniciatyvą ir patys siūlo veiklas tačiau pabrėžė, tad turi praeiti tam tikras laikas, kad jaunuoliai įgytų pasitikėjimo ne tik kitais, bet ir savimi, o kai įgyja drąsos pradeda ne tik siūlyti veiklas bet jas ir organizuoti.

Esant dabartinei vyriausybės nustatytai pandemijos situacijai keitėsi daugelio organizacijų darbo pobūdis ir veiklos, ne išimtis ir atviri jaunimo centrai, tad darbuotojų buvo pasidomėta ar pastebėjo jaunuolių elgesio pasikeitimus, kai dėl COVID-19 negalėjo ateiti į jaunimo centrą ir teko dirbti nuotoliniu būdu, taip pat kaip į naujoves reagavo jaunuoliai.

„...Nelabai galėčiau atsakyti, nes tuo metu aktyviai nedirbau. Karantino metu individualiai konsultavau online. Į pirmą bangą reagavo ramiai, tačiau dabar jie labiau norėtų susitikti gyvai. Jaunimas greičiau prisitaiko ir paprasčiau į tai žiūri.“. [Tadas]

„...Gal būt labiau pasiilgo jaunimo centro darbuotojų, buvo labiau išsiilgę. Daugiau dirbau su jaunesniais nuotoliniu būdu, bet mano tarpe yra ir nuo 14 metų jaunuolių. Nelabai jaunuoliams patinka nuotolinis bendravimas, jie labiau mėgsta gyvą kontaktą nei virtualų, o tie kurie dalyvavo virtualiuose užsiėmimuose, tai išsijungdavo kameras, kad jų ir jų aplinkos nematytų, veiklose dalyvavo kuo trumpiau, bet užduotis tai visas padarydavo ir man atsiųsdavo. [Sigutė]

„...Pasikeitimas tas, kad jie daugiau pradėjo būti namuose, ir grįžimas į jaunimo centrą tapo sudėtingas. Jie pasidarė namisėdos ir uždaresni, linkę būti savyje. Taip, kartu su kolege rašėme ir projektus ir bendravome su jaunimu online. Daug bendravimo buvo, susirašinėjome, nes jiems labai reikia kontakto. Jiems nepatinka nuotolinis bendravimas. Mano nuomone, jiems jau buvo per daug tų ekranų ir per daug naujovių. Vangiai norėjo kažką daryti“. [Gerda]

„...Be abejo, buvo atstūmimas nuotolinių veiklų, pokalbių, jie sakė geriau lauks gyvų pokalbių. Pastebėjome ne tik tarp jaunuolių bet ir savanorių nepasitenkinimą, nes ne visos veiklos gali pereiti į virtualias erdves. Tačiau kai kurie džiaugėsi, kad mes ir toliau išlaikome veiklas, jaučia stabilumą, gali išlaikyti ryšį su mumis. Jaunuoliai į mus žiūri ne kaip į jaunimo darbuotojas, bet kaip į sesę, tėvą, motiną ar draugą, kuris yra visada čia, mūsų centre“. [Kotrina]

Apibendrinant socialinių darbuotojų pasisakymus, galima teikti, kad visi jaunuoliai labiau linkę bendrauti su darbuotojais tiesiogiai kontakte, o ne nuotoliniu būdu. Respondentė Gerda pabrėžė, kad jų atviro jaunimo centro lankytojai pradėjo mažiau bendrauti, labiau užsidarė namuose. Po pirmosios COVID-19 bangos vangiai grįžo į jaunimo centrą, sunkiai įsiliejo į veiklas. Tačiau darbuotoja Sigutė pastebėjo, kad jaunuoliai po karantino buvo labiau išsiilgę vieni kitų, išsiilgę gyvo bendravimo.

Virtualus bendravimas apriboja veiklų pasirinkimą ir tai gali paveikti jaunimo norą įsitraukti į įvairias veiklas. Pasiteiravus tiriamųjų kokias veiklas vykdė nuotoliniu būdu ir ar jaunuoliai rodė iniciatyvą atskleista:

„...Meninės užduotis, piešėm marškinėlius, piešėm sraigių kiautus. Tai buvo labai įvairios veiklos, labai patiko atvirukai, kuriuos norėjosi nukopijuoti ir padaryti panašiai, taip pat buvo fotografijos užsiėmimai“. [Sigutė]

„...Pagrindė buvo bendravimas per zoom, kolegė vykdė NVŠ užsiėmimus, o aš daugiau bendravau, konsultavau. Jaunuoliai sunkiai rodė iniciatyvą, aktyvesni buvo tie, kurie iki tol rodydavo iniciatyvą. Jaunuoliui yra sudėtinga megzti kontaktą, o nuotoliniu būdu nematant žmogaus dar sunkiau“. [Gerda]

„...Pokalbiai per zoom. Kai kurie jaunuoliai buvo drąsesni, virtualiai pirmą kartą susipažinome ir su tais kurie iki tol nesilankė jaunimo centre. Jiems buvo saugiau ir drąsiau pradėti bendrauti virtualiai“. [Kotrina]

Atskleista, kad šiuolaikinių technologijų pagalba galima puikiai dirbti ir nuotoliniu būdu nes jaunuoliai greitai įsisavino naujoves. Kaip teigė respondentė Kotrina, jai teko net susipažinti su tais jaunuoliais, kurie anksčiau neišdrįso ateiti į jaunimo centrą, tačiau pažadėjo karantinui pasibaigus ateiti ir pabendrauti gyvai. Respondentas Tadas negalėjo atsakyti į šį klausimą, kadangi jis dirbo kontakte ir veiklų nuotoliniu būdu jam neteko vykdyti.

Tyrimu siekta atskleisti, ar darbuotojai pastebėjo bendravimo pasikeitimus susitikus po karantino.

„...Jaunuoliams smagiau bendrauti gyvai ir tai jie labai jaučia“. [Tadas]

„...Pasiilgę buvo labai (šypsosi), susitikę apsikabino, džiaugėsi, minėjo kad nuotolinis „nesąmonė“, daugiau patinka realūs susitikimai, mūsų romų tautybės vaikai, kurie neturėjo virtualių susitikimų, lygiai taip pat buvo labai pasiilgę, labai mielai apsikabino ir sakė „užniso tas karantinas““. [Sigutė]

„... (tyla) mmmmm... bendravimo tai ne. Tik jie tikrai rečiau ateidavo tie kurie dažniau ateidavo tapo pasyvesni. Tie kurie labai aktyvūs būdavo tapo pasyvesni. Tai pasikeitimas būtų pasyvumas“. [Gerda]

„...Jaunuoliams patinka bendrauti gyvai. Pasiilgę buvo labai visų“. [Kotrina]

Galima teigti, kad visi tiriamieji beveik vieningai pasisakė, kad atlaisvinus karantiną ir pradėjus kontaktinį bendravimą pastebimas pasikeitimas buvo tik tai, kad jaunuoliai labiau parodė savo emocijas susitikus, apsikabino, džiaugėsi, kad gali bendrauti gyvai. Respondentė Gerda su liūdesiu paminėjo atsiradusį jaunimo pasyvumą ir užsisklendimą.

Atsižvelgiant į šiandienos pandemijos situaciją ir atšaukiant kontaktinį bendravimą vyriausybės nurodymu grįžti į nuotolinį ryšį įdomu buvo sužinoti jaunuolių reakciją dėl antrosios COVID-19 bangos.

„...Pergyvenimo tikrai yra, kai kurie jaunuoliai nori eiti į mokyklą ir nervinasi, kad vėl mokslai vyks nuotoliniu būdu, kad vėl turės būti namuose“. [Tadas]

„...Nelabai spėjau pabendrauti, labai greitai mus čia uždarė, bet visi sakė „nesąmonė jei vėl bus karantinas“, aišku, tie kurie nemotyvuoti mokytis, kurie nemėgsta mokyklos, tai sakė „nu ir gerai, nes aš ar taip ar taip nesimokau“, tai tiems patinka, kad nereikia eiti į mokyklą, bet tie papildomi užsiėmimai jaunimo centre, tai jiems labai patinka ir jie nori ateiti“. [Sigutė]

„...Dauguma dėl to piktas nes jiems nėra normalus gyvenimas, nėra normalus režimas ir kartais mokykla kai kuriems yra išsigelbėjimas išeiti iš namų. Todėl jie labai nori išeiti ir daugumai labai sudėtingas nuotolinis mokymasis“. [Gerda]

„...Labai specifinės aplinkybės, turėjome turėti labai didelius renginius kur jaunuoliai labai ruošėsi, tačiau dėl covid-19 nebegali įvykdyti, tai labai stiprus nusivylimas“. [Kotrina]

Kaip atskleidė tyrimas, jaunuoliai jaučia pyktį ir nusivylimą dėl naujai organizuojamo nuotolinio darbo. Darbuotoja Sigutė išskyrė jaunimą į dvi grupes, kurie nori eiti į mokyklą ir lankyti

popamokinius užsiėmimus ir tie, kurie džiaugėsi galėdami būti namuose. Tačiau jaunimo darbuotoja Gerda pergyvena, kad daliai jaunuolių mokykla yra tarsi saugi erdvė, kurioje jaunuoliai gali būti didžiąją dienos dalį, kadangi namuose šie vaikai jaučiasi nesaugiai ir ne komfortabili. Tad atsižėlgdami į esamą situaciją darbuotojai minėjo, kad nenustos bendrauti su jaunuoliais, ieškos naujų būdų, kaip įdomiai, inovatyviai praveisti veiklas per išmaniąsias technologijas.

Paskutiniuoju tyrimo klausimu pasiterauta, kokius sunkumus gali numatyti darbuotojai dirbant su jaunuoliais nuotoliniu būdu.

„...Labai sunkus jaunuolių pasirinkimas, arba jie išvis nieko nedaro, arba mato, kad pasirinko per daug veiklų ir sunku jiems apsispręsti. Tai sakyčiau tokie du kraštutiniai. Ypač dideliuose miestuose yra daug pasiūlos bet jie nedrįsta, nenori, nepatyrę ir bijo“. [Tadas]

„...Gyvo kontakto reikia, jiems nuobodu bendrauti nuotoliniu būdu, sunkiai išlaiko dėmesį, dėl to, kad labai sudėtinga ką nors pasiūlyti, labai sudėtinga užklausti, nes ta aplinka ir tai kad skiria ekranas juos tarsi daugiau uždaro. Jaunuolis atsako, kad viskas gerai, tampa daugiau uždaresni, atsiranda didesnės pauzės“. [Sigutė]

„...Viskas sunku, atsiranda motyvacijos trūkumas turbūt visiems. Tai va čia turbūt yra sudėtingiausia“. [Gerda]

„...Visuomet yra sunkumas dėl ryšio neturėjimo su tais jaunuoliais, su kuriais dar nedirbome, nevisi nori įsitraukti į ZOOM platformą, sunkiau per virtualią erdvę žengti pirmus žingsnius. Gerbiam jaunuolių erdvę ir neprašom jei jis nenori įsijungti kameros. Labai sunku bendrauti ypač jei pokalbiai nukrypsta į rimtesnę temą, negalim suteikti pilnavertiško palaikymo. Taip pat karantino metu jaunuoliams labai sunku, nes dažniausiai jie namuose būna su tėvais ir ne visi turi savo asmeninę erdvę, jiems labai sunku atsiverti, kalbėti, nesijaučia saugiai diskutuojant kai kuriomis temomis, ypatingai jei tai liečia santykį su tėvais ar intymesnius santykius, nes nenori kalbėti kitų akivaizdoje“. [Kotrina]

Galima teigti, kad ne tik darbuotojai bet ir jaunimas nuolatos jaučia įtampą bendraudami ir dirbdami nuotoliniu būdu. Darbuotojas Tadas paminėjo, kad pagrindinis sunkumas kyla dėl per didelio veiklų pasirinkimo didmiestyje bei jaunuolių drąsos stokos, Kotrina - dėl negalėjimo suteikti tinkamos pagalbos jaunuoliui jaučia bejėgiškumą ir nerimą nes nemato jaunuolio kūno kalbos, emocijų. Dažnai daug laiko praleidžiant namuose, su tėvais kyla daugiau nesutarimų o galimybės atvirai pasikalbėti apie savo išgyvenimus turi ne visi jaunuoliai jau vien dėl to, kad savo kambario dažnai jie neturi ir jų pokalbius girdi namuose esantys artimieji.

Apibendrinant tyrimą galima teigti, kad kiekvieno atviro jaunimo centro lankytojų amžius skirtingas tačiau didžioji dalis jaunuolių, kurie lankosi jaunimo centre, yra nuo 14 metų ir dažniausiai iš socialiai pažeidžiamų šeimų. Dirbant su šiais vaikais dažniausiai vykdomos individualios konsultacijos, daug dirbama su emocijomis bei organizuojamos ekskursijos, įvairios meninės veiklos. Jaunimas imasi iniciatyvos ir siūlo išbandyti jiems įdomias veiklas, tačiau daugumai vis dar pritrūksta drąsos išbandyti tai kas nauja ir nepažinta. Visi darbuotojai vienbalsiai teigia, kad jaunuoliai labiau linkę bendrauti su darbuotojais tiesiogiai kontakte, o ne nuotoliniu būdu ir pastebėjo, kad sugrįžę po pirmojo karantino buvo labai išsiilgę vieni kitų ir gyvo bendravimo.

IŠVADOS

1. Lietuvoje socialinio darbo profesionalizacija prasidėjo 1991-1992 m., kai Vilniaus ir Vytauto Didžiojo universitetai bei Utenos kolegija pradėjo rengti socialinius darbuotojus. Pirmą kartą Lietuvoje socialinis darbas kaip profesinė veikla teisiškai apibrėžta Socialinių paslaugų įstatyme (1996). Tai veikla, kuri nuolat ir sparčiai tobulėja nes atsiranda naujos socialinių darbuotojų veiklos sritys, didėja socialinių darbuotojų skaičius ir tobulėja jų profesionalumas.

2. Darbas su jaunimu atviraime jaunimo centre tai lokaliaje vietoje vykdomas nenutrūkstamas socialinio ugdymo procesas, kadangi pagrindinės problemos dirbant su jaunais žmonėmis išlieka tos

pačios: žalingų įpročių vartojimas, materialinis nepriteklus, nedarbas, problemos susijusios su mokslais ir studijomis, nesutarimai su tėvais, motyvacijos stoka. Socialinis darbuotojas, dirbdamas su mažiau galimybių turinčiu jaunimu, privalo žinoti problemas, su kuriomis jis susiduria, gebėti užmegzti ryšį ir padėti jaunam žmogui tinkamai socializuotis visuomenėje.

3. Tyrimas atskleidė, kad dirbant su mažiau galimybių turinčiu jaunimu socialinis darbuotojas atviraime jaunimo centre daro didelę įtaką jaunuolio emocinei būsenai, ugdo ne tik socialines, asmenines bet ir bendrąsias jaunuolio kompetencijas. Jaunimo socialiniai darbuotojai suteikia jauniems asmenims įvairiapusę socialinę pagalbą: informuoja ir konsultuoja ne tik juos dominančia veikla, bet siūlo ir naują užimtumą, sprendžia išskylančias problemas, tarpininkauja ir atstovauja jaunuolio interesams.

LITERATŪRA

1. Jaunimo reikalų departamentas prie Socialinės apsaugos ir darbo ministerijos, LRD. (2010). Jaunimo politika Lietuvoje. Vilnius: UAB „Baltijos kopija“.
2. Jaunimo reikalų departamentas prie Socialinės apsaugos ir darbo ministerijos, JRD. (2019). Atvirasis darbas su jaunimu. Paimta iš tinklapio [žiūrėta 2020-10-28]. Prieiga per internetą: <https://jrd.lt/informacija-dirbantiems-su-jaunimu/darbas-su-jaunimu/atviras-darbas-su-jaunimu>
3. Jaunimo reikalų departamentas prie Socialinės apsaugos ir darbo ministerijos, JRD. (2019). Darbo su jaunimu įgyvendinimo Lietuvoje situacijos analizė. Paimta iš tinklapio [žiūrėta 2020-10-15]. Prieiga per internetą: https://socmin.lrv.lt/uploads/socmin/documents/files/pdf/12115_jrd-darbo-su-jaunimu-igyvendinimo-lietuvoje-situacijos-analize2015.pdf
4. Lietuvos jaunimo darbuotojų asociacija, LiJDA. (2019). Jaunimo darbuotojas. Paimta iš tinklapio [žiūrėta 2020-10-29]. Prieiga per internetą: <http://lijda.lt/jaunimo-darbuotojas/>
5. Lietuvos jaunimo darbuotojų asociacija, LiJDA. (2014). Regioninė jaunimo politika – įsitrauk, mokykis, keisk! Paimta iš tinklapio [žiūrėta 2020-10-29]. Prieiga per internetą: <http://www.lijot.lt/lt/leidiniai/po-skėčiu/finish/27-po-skėciu-archyvas/507-nr-86-regionine-jaunimo-politika-isitrauk-mokykis-keisk>
6. Lietuvos Respublikos jaunimo politikos pagrindų įstatymas. Nr. IX-1871 (2018). Paimta iš tinklapio [žiūrėta 2020-10-20]. Prieiga per internetą: <https://eseimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/96665ec26a1c11e8b7d2b2d2ca-774092>
7. Lietuvos Respublikos socialinės apsaugos ir darbo ministro įstatymas. Nr. A1-208 (2013). Paimta iš tinklapio [žiūrėta 2020-10-29]. Prieiga per internetą: <https://eseimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/TAIS.448855>
8. Lisauskienė, D. (2016). Socialinio tinklo intervencijos modelio taikymas dirbant su jaunimu. Socialinis darbas. Patirtis ir metodai, 17 (1), 79-97. Paimta iš tinklapio [žiūrėta 2020-10-25]. Prieiga per internetą: https://www.vdu.lt/cris/bitstream/20.500.12259/31486/3/ISSN2029-5820_2016_N_17_1.PG_79-99.pdf

SOCIAL WORK ORGANIZATION WITH YOUNG PEOPLE HAVING FEWER OPPORTUNITIES IN A OPEN-YOUTH CENTRE

ERNESTA LIUŽINIENĖ

Panevėžys University of Applied Sciences
Lecturer Loreta Klokmanienė

ANNOTATION

The article analyzes scientific, pedagogical and legal literature about social work organizing in the open youth center with young people that have fewer opportunities that do not have the motivation to learn, can not adapt to their peers for their appearance, behaviour or are prone to crime. Social worker activities, work organization opportunities, rising difficulties and challenges due to the COVID-19 pandemic are also depicted. The study revealed, that social workers help younger individuals with various forms of social

assistance, such as: inform and consult not just about the main activities, but offers all kinds of ways to keep busy, solve encountered problems but also mediates and represents the youth's interests.

Keywords: young person, open Youth center, youth center worker.

SOCIALINIŲ DARBUOTOJŲ PROFESINĖS MOTYVACIJOS VEIKSNIŲ ANALIZĖ

IRMA MAIŽIENĖ, RAMUNĖ UBEIKIENĖ

Utenos kolegija

ANOTACIJA

Socialinių darbuotojų profesinės motyvacijos tema yra aktuali. Trūksta naujesnių tyrimų, atskleidžiančių, kokie yra socialinių darbuotojų profesinės motyvacijos veiksniai konkrečios Savivaldybės atveju. Tyrime siekiama plačiau nagrinėti situaciją X centre, keliami probleminiai klausimai: kokie yra pagrindiniai socialinių darbuotojų veiklą motyvuojantys veiksniai? Ką reikėtų gerinti socialines paslaugas teikiančių įstaigų personalo valdymo procese (socialinių darbuotojų profesinės motyvacijos aspektu), siekiant didesnio darbuotojų pasitenkinimo darbu?

IVADAS

Socialinių darbuotojų profesinės motyvacijos tema yra aktuali. Viešojoje erdvėje (dėl rengiamų protestų, solidarumo akcijų) vis dažniau tenka išgirsti apie socialinių darbuotojų nepasitenkinimą dėl gaunamo atlyginimo ir didelio darbo krūvio, kurie neskatina ir nemotyvuoja jų dirbti. Dėl per mažo atlygio už darbą ir didelių darbo krūvių nukenčia socialinių darbuotojų darbas, o tuo pačiu ir įstaigų, kuriose jie dirba, teikiamų socialinių paslaugų kokybė.

Kad nuo socialinių darbuotojų pasitenkinimo darbu gali priklausyti visos socialines paslaugas teikiančios įstaigos paslaugų kokybė, parodo atlikti tyrimai (Judge ir kt., 2010; MacFarlane, 2017). Juose akcentuojamas socialinio darbuotojo profesijos sudėtingumas ir būtinybė tinkamai motyvuoti šiuos darbuotojus veiklai, sudaryti sąlygas ir įkvėpti juos tobulėti, sukurti tinkamą darbo aplinką, paskatinti savarankiškai priimti sprendimus, remiantis darbo patirtimi ir individualiais klientų poreikiais. Taip pat ypatingai atkreipiamas dėmesys į tinkamo darbo apmokėjimo svarbą.

Straipsnio tikslas – išanalizuoti socialinių darbuotojų profesinės motyvacijos veiksnius.

SOCIALINIŲ DARBUOTOJŲ PROFESINĖ MOTYVACIJA IR JOS VEIKSNIAI

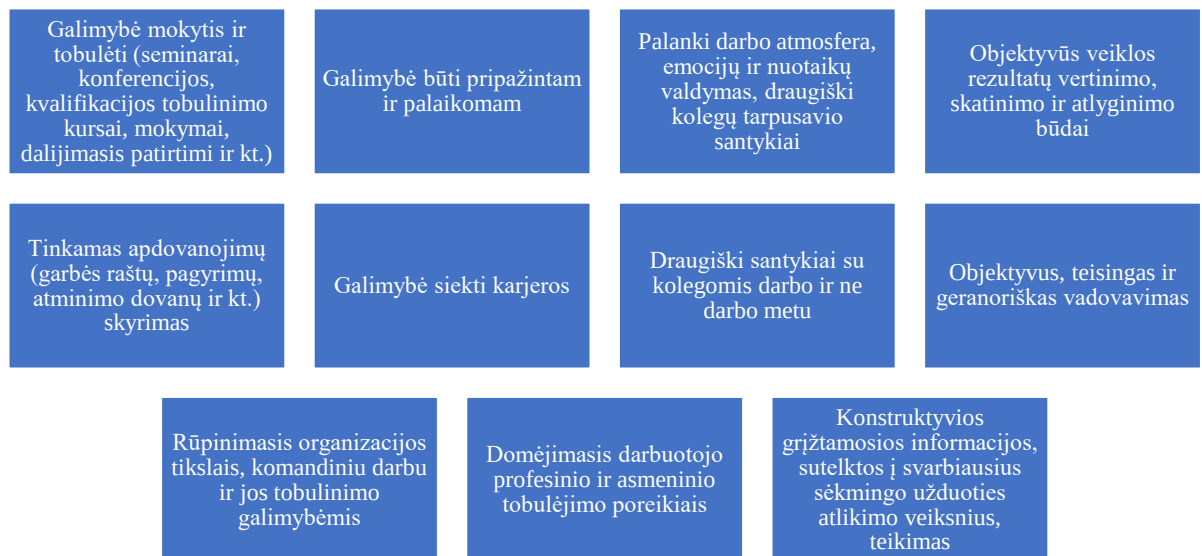
Socialinio darbuotojo veiklos ypatumus, pastangas, jo aktyvumą atskleidžia motyvacija, leidžianti traktuoti profesijos subjektą kaip asmenybę, kuriančią ir kaupiančią savo asmeninę, unikalią patirtį. Kai klausiame, kodėl socialinis darbuotojas skuba padėti žmogui arba delsia, elgiasi vienaip ar kitaip, turime pažvelgti į motyvus (Kavaliauskienė, Nikolajenko, 2017, p. 41).

Socialinių darbuotojų *profesinė motyvacija* yra apibūdinama kaip įvairių veiksnių, vidinių varomųjų jėgų, skatinančių, tobulėti, augti profesinėje srityje, siekti profesionaliai atlikti pavestas funkcijas, visuma (Calitz ir kt., 2014; Xanthopoulou, 2012). Socialinių darbuotojų profesinei motyvacijai turi įtakos įvairūs veiksniai, susiję su organizacijos sudaromomis sąlygomis dirbti, susitapatinimas su organizacija, jos tikslais, vertybėmis, sudaromos sąlygos tobulėti, kurti ir palaikyti santykius su kolegomis, dirbti komandoje (žr. 1 pav.).



1 pav. Socialinių darbuotojų profesinės motyvacijos veiksniai
(sudaryta autorės pagal šaltinį: Kundratova, 2009, p. 101-102)

Kavaliauskienė ir Nikolajenko (2017) mano, kad socialinio darbuotojo nuostatos dėl savo gebėjimų glaudžiai sąveikauja su nuostatomis dėl savo darbinės aplinkos ir sudaro vientisą profesinės motyvacijos charakteristiką. Savo tyrime šios autorės išskyrė panašius profesinės aplinkos elementus, kurie yra reikšmingi motyvuojant socialinius darbuotojus (žr. 2 pav.):



2 pav. Profesinės aplinkos elementai
(sudaryta autorės pagal: Kavaliauskienė, Nikolajenko, 2017, p. 47)

Taigi akivaizdu, kad reikšmingi profesinės aplinkos elementai, turintys įtakos profesinei motyvacijai, yra susiję ir su darbo atmosfera, emocijų ir nuotaikų valdymu, vadovavimu, pripažinimu, palaikymu, apdovanojimais, domėjimusi darbuotojo poreikiais, draugiškais santykiais su kolegomis, objektyviais darbo rezultatų vertinimais, galimybe siekti karjeros.

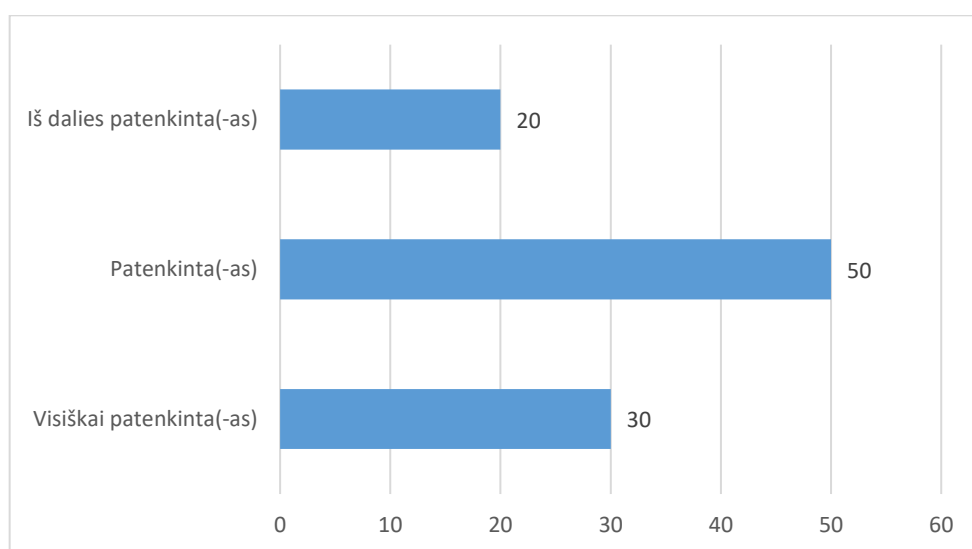
SOCIALINIŲ DARBUOTOJŲ PROFESINĖS MOTYVACIJOS VEIKSNIŲ TYRIMAS

Siekiant išanalizuoti socialinių darbuotojų profesinės motyvacijos veiksnius buvo naudotas kiekybinis tyrimas ir taikyta anketinė apklausa.

Tiriamųjų imtis. Siekta apklausti visus X centre dirbančius socialinius darbuotojus, kurių yra 22. Tyrimo generalinė imtis – 22 socialiniai darbuotojai, imties tūris – 21 respondentas.

Tyrimo vietos charakteristika – tyrimas atliktas 2020 m. balandžio mėn.. X centre.

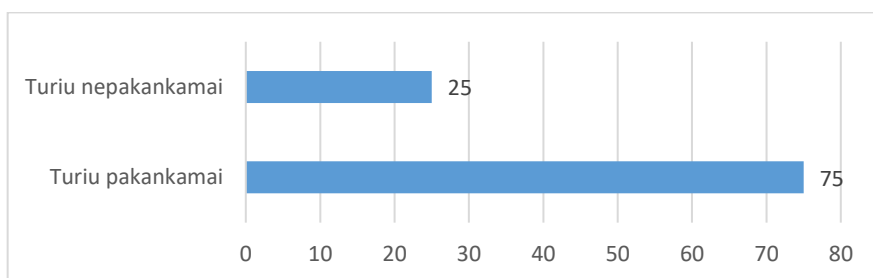
Siekiant išanalizuoti socialinių darbuotojų profesinės motyvacijos veiksnius, vienu iš anketos klausimu respondentų teirautasi, ar jie yra patenkinti savo darbu (žr. 3 pav.). Visa tai nustatyti buvo svarbu, nes socialinių darbuotojų profesinė motyvacija susijusi su jų pasitenkinimu darbu. Pasitenkinimas darbu parodo, kaip žmonės jaučiasi dirbdami savo darbą dėl skirtingų jo aspektų. Šis pasitenkinimas veikia personalo kaitą bei bendrą konkrečios organizacijos veiklos kokybę, produktyvumą.



3 pav. Respondentų atsakymų apie tai, ar patenkinti savo darbu, pasiskirstymas (proc.)

Pusė respondentų (50 proc.) yra tik patenkinti savo darbu, trečdalis (30 proc.) visiškai patenkinti. Nors nebuvo nei vieno respondento, kuris nurodytų, kad yra nepatenkintas ar visiškai nepatenkintas darbu, penktadalis (20 proc.) akcentavo, kad iš dalies yra patenkinti savo darbu. Šie rezultatai leidžia daryti prielaidą, kad ne visi X centro socialiniai darbuotojai yra visiškai patenkinti savo darbu.

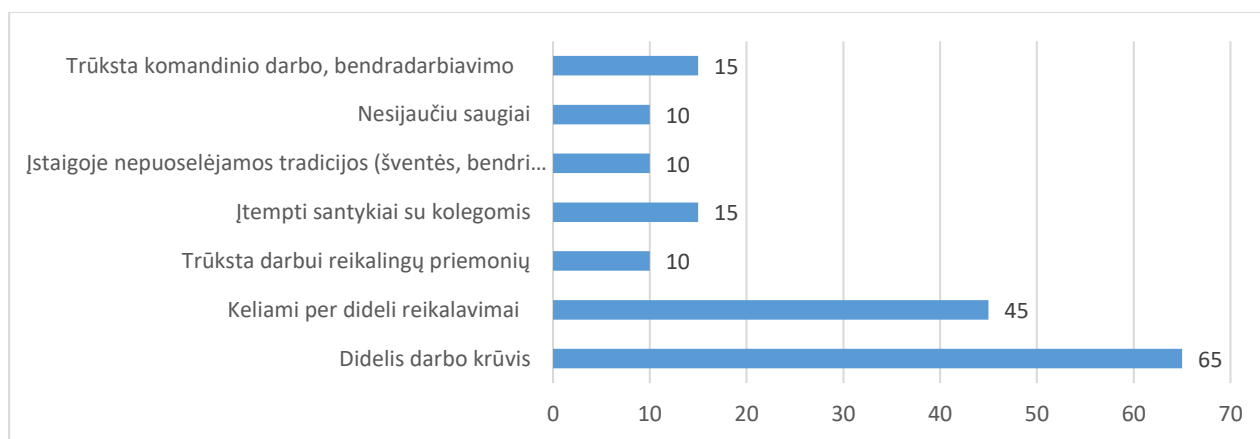
Nagrinėjant (tyrinėjant) socialinių darbuotojų profesinės motyvacijos veiksnius ir ieškant šių darbuotojų efektyvaus profesinio funkcionavimo šaltinių, vertinga aiškintis, kaip žmogus vertina savo gebėjimus vykdyti profesinę veiklą. Todėl respondentų tyrimo metu klausta nuomonės, ar jie turi pakankamai gebėjimų ir žinių vykdyti profesinę veiklą (žr. 4 pav.).



4 pav. Respondentų atsakymų apie tai, ar turi pakankamai gebėjimų ir žinių vykdyti profesinę veiklą, pasiskirstymas (proc.)

Daugelis respondentų (75 proc.) nurodė, kad turi pakankamai gebėjimų ir žinių vykdyti profesinę veiklą. Likusieji 25 proc. anketose pažymėjo, kad turi nepakankamai. Nebuvo nė vieno respondento, kuris nurodytų, kad neturi gebėjimų ir žinių vykdyti profesinę veiklą. Paminėtina, kad X centras kelia aukštus reikalavimus į darbą priimamiems socialiniams darbuotojams, siekia, kad įstaigoje dirbtų kvalifikuoti, socialinio darbo studijų programą baigusieji specialistai. Iš gautų respondentų pasisakymų matyti, kad ne visi respondentai turi pakankamai žinių ir gebėjimų, taigi galima daryti prielaidą, kad įstaiga per mažai dėmesio skiria socialinių darbuotojų kompetencijų tobulinimui arba patys respondentai yra nemotyvuoti tobulintis profesinėje veikloje, siekti žinių tiek savarankiškai, tiek X centro iniciatyva.

Vienu iš anketos klausimų nustatyta, su kokiomis problemomis (sunkumais) respondentai susiduria darbe, vykdydami profesinę veiklą. Anketoje respondentai dažnai žymėjo po kelis tinkamus atsakymus (žr. 5 pav.).



5 pav. Respondentų atsakymų apie tai, su kokiomis problemomis (sunkumais) susiduria darbe, vykdydami profesinę veiklą, pasiskirstymas (proc.)

Daugiau kaip pusė respondentų (65 proc.) nurodė didelį darbo krūvį, beveik pusė (45 proc.) – keliamus per didelius reikalavimus. Po 15 proc. likusiųjų nurodė, kad vykdydami profesinę veiklą pasigenda komandinio darbo, bendradarbiavimo bei jaučia įtemptus santykius su kolegomis. Likusieji patiria sunkumų, nes trūksta darbui reikalingų priemonių (10 proc.), nesijaučia saugiai (10 proc.), įstaigoje nepuoselėjamos tradicijos (šventės, bendri renginiai darbuotojams) (10 proc.).

Socialinių darbuotojų profesinei motyvacijai turi įtakos įvairūs veiksniai, susiję tiek su organizacijos sudaromomis sąlygomis dirbti, susitapatimu su organizacija, jos tikslais, vertybėmis, sudaromomis sąlygos tobulėti, kurti ir palaikyti santykius su kolegomis, dirbti komandoje. Todėl, siekiant tyrimo tikslo, buvo svarbu nustatyti, kokie yra socialinių darbuotojų profesinės motyvacijos veiksniai, respondentų požiūriu (žr. 1 lentelę).

**Respondentų požiūris į svarbiausius socialinių darbuotojų profesinės
motyvacijos veiksnius (proc.)**

Profesinės motyvacijos veiksniai	Visai nesvarbu	Nesvarbu	Iš dalies svarbu	Svarbu	Labai svarbu
Karjeros galimybės	5	5	20	30	40
Profesinis augimas	0	5	20	35	40
Savarankiškumo, atsakomybės galimybės	0	0	10	50	40
Veiklos, funkcijų aiškumas	0	0	5	35	60
Susitapatinimas su organizacija	10	10	5	45	30
Komandinis darbas	0	0	0	30	70
Geri santykiai su kitais darbuotojais	0	0	5	50	45
Organizacijos vizijos, tikslų aiškumas	0	0	10	30	70
Tinkamas atlyginimas	0	0	5	15	80
Darbo aprūpinimas	0	0	0	30	70
Pripažinimas	0	0	5	50	45
Patikimumas, saugumas	0	0	5	30	65

Daugelis respondentų nurodė, kad socialinių darbuotojų profesinei motyvacijai labai svarbu tinkamas atlyginimas (80 proc.), darbo aprūpinimas (70 proc.), organizacijos tikslų ir vizijos aiškumas (70 proc.), komandinis darbas (70 proc.), patikimumas, saugumas (65 proc.), veiklos, funkcijų aiškumas (60 proc.). Pusei respondentų yra svarbūs geri santykiai su kitais darbuotojais (50 proc.), pripažinimas (50 proc.), savarankiškumo, atsakomybės galimybės (50 proc.), susitapatinimas su organizacija (45 proc.). Respondentų nuomonės išsiskyrė dėl karjeros ir profesinio augimo, tačiau daugumai šie veiksniai svarbūs arba labai svarbūs. Vadinasi, svarbiausi socialinių darbuotojų (bei jų padėjėjų) profesinės motyvacijos veiksniai, respondentų požiūriu, yra susiję su atlygiu, darbo aprūpinimu, aiškiu veiklos ir funkcijų žinojimu, komandiniu darbu, organizacijos tikslų, vizijos aiškumu, patikimumu, saugumu.

Tyrimo metu taip pat išaiškėjo, kaip respondentai vertina minėtų profesinės motyvacijos veiksnių užtikrinimą jų darbo vietoje (žr. 2 lentelę).

Profesinės motyvacijos veiksnių užtikrinimo darbo vietoje vertinimas (proc.)

Profesinės motyvacijos veiksniai	Labai blogai	Blogai	Vidutiniškai	Gera	Labai gerai
Karjeros galimybės	0	20	50	15	15
Profesinis augimas	0	10	45	20	25
Savarankiškumo, atsakomybės galimybės	0	0	5	65	30
Veiklos, funkcijų aiškumas	0	0	30	60	10
Susitapatinimas su organizacija	0	5	45	35	15
Komandinis darbas	0	5	65	10	20
Geri santykiai su kitais darbuotojais	0	0	20	55	25
Organizacijos vizijos, tikslų aiškumas	0	0	30	40	30
Tinkamas atlyginimas	0	0	50	35	15
Darbo aprūpinimas	0	0	35	40	25
Pripažinimas	0	0	30	55	15
Patikimumas, saugumas	0	0	35	55	10

Gauti rezultatai parodė, kad daugiau kaip pusė respondentų gerai vertina savarankiškumo ir atsakomybės galimybes (65 proc.), pripažinimą (55 proc.), patikimumą, saugumą (55 proc.), santykius su kitais darbuotojais (55 proc.). Pusė respondentų vidutiniškai įvertino šiuos veiksnius: tinkamą atlyginimą (50 proc.), karjeros galimybes (50 proc.), daugiau kaip pusė (65 proc.) – komandinį darbą. Respondentų nuomonės labiausiai išsiskyrė dėl darbo aprūpinimo, susitapatinimo

su organizacija, dėl profesinio augimo. Penktadalis respondentų (20 proc.) blogai įvertino karjeros galimybes, dešimtadalis (10 proc.) – profesinį augimą.

Galima daryti išvadą, kad ne visus respondentus tenkina profesinės motyvacijos veiksmų užtikrinimas, prasčiausiai jie vertina X centre sudaromas karjeros galimybes (dauguma – vidutiniškai arba blogai), darbo užmokestį, komandinį darbą.

Kavaliauskienės ir Nikolajenko (2017) yra išskirti įvairūs profesinės aplinkos elementai, kurie yra reikšmingi motyvuojant socialinius darbuotojus. Jie yra susiję ir su darbo atmosfera, emocijų ir nuotaikų valdymu, vadovavimu, pripažinimu, palaikymu, apdovanojimais, domėjimusi darbuotojo poreikiais, draugiškais santykiais su kolegomis, objektyviais darbo rezultatų vertinimais, galimybe siekti karjeros, kt. Todėl tyrimo metu respondentų prašyta įvertinti, kokius profesinės aplinkos elementus X centre reikėtų gerinti, kad jie būtų labiau motyvuoti dirbti (žr. 3 lentelę).

3 lentelė

Respondentų požiūris į profesinės aplinkos elementus, kuriuos reikėtų gerinti, siekiant didesnės motyvacijos dirbti (proc.)

Profesinės aplinkos elementai	Visai nereikia	Nereikia	Iš dalies reikia	Reikia	Labai reikia
Galimybė mokytis ir tobulėti (seminarai, konferencijos, kvalifikacijos tobulinimo kursai, mokymai, dalijimasis patirtimi ir kt.)	5	0	20	25	50
Galimybė būti pripažintam ir palaikomam	0	5	25	35	35
Palanki darbo atmosfera, emocijų ir nuotaikų valdymas, draugiški kolegų tarpusavio santykiai	5	5	5	45	40
Objektyvūs veiklos rezultatų vertinimo, skatinimo ir atlyginimo būdai	0	5	10	45	40
Tinkamas apdovanojimų (garbės raštų, pagyrimų, atminimo dovanų ir kt.) skyrimas	0	10	55	25	10
Galimybė siekti karjeros	5	5	20	20	50
Draugiški santykiai su kolegomis darbo ir ne darbo metu	5	10	15	20	50
Objektyvus, teisingas ir geranoriškas vadovavimas	5	10	5	45	35
Rūpinimasis organizacijos tikslais, komandiniu darbu ir jos tobulinimo galimybėmis	0	10	20	20	50
Domėjimasis darbuotojo profesinio ir asmeninio tobulėjimo poreikiais	0	5	20	20	55
Konstruktivios grįžtamosios informacijos, sutelktos į svarbiausius sėkmingo užduoties atlikimo veiksmus, teikimas	0	5	50	35	10

Pusė respondentų (50 proc.) mano, kad labai reikia gerinti galimybių mokytis ir tobulėti, siekti karjeros, sudarymą. Kvalifikacijos tobulinimo galimybės – reikšmingas profesinės motyvacijos veiksnys. Jei nesudaromos galimybės tobulėti ir nekompensuojamas kvalifikacijos tobulinimas, socialiniai darbuotojai gali jaustis nevertinami, tarsi izoliuoti. Daugiau kaip pusė (55 proc.) respondentų nurodė, kad labai reikia tobulinti domėjimąsi darbuotojo profesinio ir asmeninio tobulėjimo poreikiais, nes yra svarbu, jog vadovai palaikytų socialinius darbuotojus, skatintų siekti žinių, patys domėtusi darbuotojų poreikiais ir dalintusi turimomis žiniomis, patirtimi. Taip pat, pusė respondentų (50 proc.) mano, kad labai reikia gerinti rūpinimąsi organizacijos tikslais, komandiniu darbu, dar tiek pat (50 proc.) mano, kad labai reikia gerinti draugiškų santykių su kolegomis darbo ir ne darbo metu kūrimą. Geri santykiai su kolegomis (tiek darbe, tiek ir bendraujant neformaliai) padeda kurti teigiamus santykius, pasitikėjimą vieni kitais, padeda geriau pažinti kolegas įvairiose aplinkose. Teigiami santykiai prisideda prie bendros darbo atmosferos, klimato kūrimo, padeda greičiau rasti bendrus sprendimus įvairiose situacijose.

Siekiant didesnės motyvacijos dirbti, maždaug pusės respondentų požiūriu, reikia siekti palankesnės darbo atmosferos, emocijų ir nuotaikų valdymo, kurti draugiškus kolegų tarpusavio

santykius (45 proc.). Taip pat reikia siekti objektyvesnių veiklos rezultatų vertinimo, skatinimo ir atlyginimo būdų (45 proc.), objektyvesnio, teisingesnio ir geranoriškesnio vadovavimo (45 proc.). Daugelio respondentų požiūriu, iš dalies reikia gerinti apdovanojimų (garbės raštų, pagyrimų, atminimo dovanų ir kt.) skyrimą (55 proc.), konstruktyvios grįžtamosios informacijos, sutelktos į svarbiausius sėkmingo užduoties atlikimo veiksnius, teikimą (50 proc.). Visi šie siūlymai susiję su vadovo veikla, puoselėjamos tradicijomis, dedamomis pastangomis vertinant personalo darbą, apdovanojant ir skatinant. Palanki darbo atmosfera, vyraujančios emocijos ir nuotaika – didelis įstaigos vadovo nuopelnas. Vadovas taip pat gali prisidėti prie draugiškų santykių su kolegomis kūrimo, organizuojamas bendras šventes, kitus renginius. Bendras susitelkimas, gebėjimas suburti personalą, paskatinti, pagirti, įvertinus kiekvieno iš jų pastangas, motyvuotų dar geriau dirbti.

Respondentų nuomonės išsiskyrė dėl galimybės būti pripažintiems ir palaikomiems: 35 proc. nurodė, kad ši profesinės aplinkos elementą labai reikia gerinti, siekiant didesnės motyvacijos dirbti, dar tiek pat (35 proc.) nurodė, kad reikia, 20 proc. – kad reikia iš dalies, o 5 proc., kad visai nereikia. Paminėtina, kad kiekvienam darbuotojui yra svarbu būti pripažintam, įvertintam. Tai suteikia daugiau pasitikėjimo savo jėgomis, skatina dar labiau stengtis, suprasti, kad tai, ką daro, dirbdami socialinę darbą, yra reikšminga, vertinama ir teikia naudą.

Vadinasi, galima teigti, kad siekiant didesnės socialinių darbuotojų motyvacijos dirbti, reikėtų daugiau dėmesio skirti šių profesinės aplinkos elementų gerinimui: galimybių mokytis ir tobulėti, siekti karjeros sudarymui, domėjimuisi darbuotojų profesinio ir asmeninio tobulėjimo poreikiais, rūpinimuisi organizacijos tikslais, komandiniu darbu, draugiškų santykių su kolegomis darbo ir ne darbo metu kūrimui.

IŠVADOS

Ištyrus pagrindinius socialinių darbuotojų veiklą motyvuojančius veiksnius, nustatyta, jog:

1. Daugelis respondentų X centre dirba pakankamai trumpai - nuo 2 iki 5 metų. Daroma prielaida, kad socialiniai darbuotojai linkę keisti darbo vietą, o ši kaita gali būti susijusi su nepasitenkinimu darbu.

2. Ne visi X centro socialiniai darbuotojai yra pilnai patenkinti savo darbu, be to, ne visi mano turintys pakankamai žinių ir gebėjimų vykdyti profesinę veiklą.

3. Dažniausiai pasitaikančios problemos (sunkumai), su kuriomis susiduriama darbe, vykdant profesinę veiklą: didelis darbo krūvis; keliami per dideli reikalavimai. Išaiškėjo, kad pastarosios problemos turi neigiamos įtakos daugelio respondentų motyvacijai dirbti.

4. Svarbiausi socialinių darbuotojų profesinės motyvacijos veiksniai, respondentų požiūriu, yra susiję su atlygiu, darbo aprūpinimu, aiškiu veiklos ir funkcijų žinojimu, komandiniu darbu, organizacijos tikslų, vizijos aiškumu, patikimumu, saugumu.

LITERATŪRA

1. Almašiova, A., Kohutova, K., Gejdošova, Z. (2018). The motivation for the performance of social work in the context of personal skills and abilities of social workers active in public administration. *Social work*, No. 16(2), pp. 150–164.

2. Bozek, B., Raeymaeckers, P., Spooren, P. (2017). Motivations to become a master in social work: a typology of students. *European Journal of Social Work*, Vol. 20, No 3, pp. 409-421.

3. Calitz, T., Roux, A., Strydomir, H. (2014). Factors that affect social workers' job satisfaction, stress and burnout. *Social work*, Vol. 50 No 2, pp. 153-169.

4. Judge, T., A., Piccolo, R., F., Podsakof, N., P. et al. (2010). The relationship between pay and job satisfaction: A meta-analysis of the literature, *Journal of Vocational Behaviour*, No. 77, pp.157-167.

5. Kavaliauskienė, V., Nikolajenko, E. (2017). Nuostatos kaip socialinio darbuotojo profesinės veiklos motyvaciją skatinantis veiksnys. *Tiltai*, Nr. 2, p. 41–52.

6. LR socialinės apsaugos ir darbo ministerijos pranešimas apie užmokestį (2019). Peržiūrėta 2020-01-12: <http://www.lsadps.lt/images/komisijumedziaga/20190104-SADM-pristatymas.pdf>
7. Lazutka, R., Skučienė, D., Žalimienė, L. ir kt. (2008). Socialinių darbuotojų profesinės rizikos veiksniai. Socialinis darbas, Nr. 7(3), p. 74-86.
8. MacFarlane, D. (2017). We need to engage and motivate social workers – let’s get creative. Peržiūrėta 2020-02-10: <https://www.theguardian.com/social-care-network/social-lifeblog/2017/jan/25/we-need-to-engage-and-motivate-social-workers-lets-get-creative>
9. Scholar, H. (2016). A social worker first and foremost : the motivation and experiences of recently qualified social workers in posts not requiring social work registration in England. Critical and Radical Social Work, No 4 (2), pp. 249-266.
10. Stevens, M., Sharpe, E., Moriarty, J., et al. (2010). Helping others or a rewarding career? Investigating student motivations to train as social workers in England. Journal of Social Work, No 12(1), pp. 16–36.
11. Šinkūnienė, J. R., Katkonienė, A. (2010). Socialinių darbuotojų profesinės veiklos motyvacijos veiksniai. Socialinis darbas, Nr. 9(1), p. 64-73.
12. Xanthopoulou, D., Bakker, A.B., Ilies, R. (2012). Everyday working life: Explaining within-person fluctuations in employee well-being. Human relations, No 65(9), pp. 1051–1069.

ANALYSIS OF FACTORS OF SOCIAL WORKERS PROFESSIONAL MOTIVATION

IRMA MAIŽIENĖ, RAMUNĖ UBEIKIENĖ

Utena College of Medicine Faculty of Social Welfare Department

ANNOTATION

The topic of professional motivation of social workers is relevant. There is a lack of recent research that shows what are the factors of professional motivation of social workers in the case of a particular Municipality. The study aims to examine the situation in Center X and raises problematic questions: what are the main factors motivating the activities of social workers? What should be improved in the personnel management process of social service institutions (in terms of professional motivation of social workers) in order to increase employee job satisfaction?

Keywords: social workers, professional motivation, motivating factors, personnel management.

SOCIALINIO DARBUOTOJO ĮVAIZDIS LIETUVOS ŽINIASKLAIDOJE

IVETA ŽEMAITYTĖ

Kolpingo kolegija
Vadovė lekt. E. Darulienė

ANOTACIJA

Vystantis informacinei visuomenei naujienos žmonės pasiekia vis greičiau, žiniasklaidai norint suformuoti nuomonę apie įvairius reiškinius kartais užtenka paskleisti tam tikrą komunikacinę žinutę: sugalvoti skandalinę antraštę, paantraštėje paminėti dėmesį pritraukiančius raktinius žodžius, įdėti stereotipus atitinkančių nuotrauką.

Socialinio darbo profesija šiandien susiduria su padidėjusiu visuomenės spaudimu, kylančiu iš žiniasklaidos pranešimų apie įvykius, kurie tiesiogiai susiję su socialinius darbuotojus supančia aplinka, taip pat sistema, kurios dalimi jie yra. Šios priežastys paskatino analizuoti, koks yra socialinio darbuotojo įvaizdis Lietuvos žiniasklaidoje.

IVADAS

Temos aktualumas. Socialinis darbas Lietuvoje palyginti dar jauna, siekianti įsitvirtinti visuomenėje ir įgyti autoritetą kitų profesijų tarpe, specialybė. Sparčiai besiplėtojantis visuomeninis gyvenimas sukelia žmonėms vis naujų ir sunkiau išsprendžiamų socialinių problemų su kuriomis jie patys nesugeba susitvarkyti. Būtent šiems žmonėms socialiniai darbuotojai, turintys reikiamų gebėjimų, įgūdžių, žinių, suteikia pagalbą sprendžiant įvairias socialines problemas. Žmogus, individas, šeima ar žmonių grupė visi jie yra socialinio darbuotojo profesijos objektai. Dirbdamas su žmonėmis socialinis darbuotojas siekia pagerinti klientų ir jų aplinkos ryšius, sustiprinti asmenų bendruomenėje prisitaikymą, integruotis visuomenėje. Kavaliauskienė (2010) pažymi socialinio darbo socialinę ir praktinę reikšmę, jos nuomone „žmogiškasis aspektas – pats socialinis darbuotojas kaip profesinės veiklos subjektas tampa labai svarbus veiksnys šioje profesinėje veikloje“.

Duomenų apie socialinio darbuotojo fenomeną Lietuvoje nėra daug. Jo skleidimosi ir atpažinimo šaltinis yra žiniasklaida – priemonė, kuri padeda visuomenę informuoti apie socialinius darbuotojus ir ne tik. Vienas iš informacijos skleidėjų yra žurnalistai, jie geba įtakoti žmonių nuomonę įvairiais klausimais ir sugeba sukurti norimą įvaizdį apie informuojamą objektą. Tarp žurnalistų ima vyrauti perdėtas siekis atrasti ne naujienas, o naujumą, bet ką paverčiant naujiena. Žurnalistinio darbo tikslas yra informacija – jos gavimas, apdorojimas ir teikimas visuomenei. Nuo to priklauso ir įvairių objektų įvaizdis visuomenėje. Socialiniam darbuotojui, kaip bet kurios srities profesionalui, dirbančiam su žmonėmis aktualu šiandieninėje visuomenėje turėti teigiamą įvaizdį. Teigiamas įvaizdis aktualus ir jauniems žmonėms, dar tik planuojantiems rinktis savo ateities profesiją.

Tyrimo problema. Socialinio darbuotojo įvaizdžio vaizdavimo žiniasklaidoje tyrimų mūsų šalyje buvo atlikta vos keletą. Reiktų paminėti, jog Pivorienė ir Večerskytė (2005) tyrė socialinio darbo įvaizdį interneto svetainėse. Varžinskienė (2008) bandė atskleisti pačių socialinių darbuotojų požiūrį į jų profesiją bei statusą. Todėl yra ypač svarbu domėtis, kokį socialinio darbuotojo įvaizdį atskleidžia žiniasklaida. O tai padės atsakyti į esminį probleminį klausimą – kokio pobūdžio socialinio darbuotojo įvaizdis vyrauja Lietuvos žiniasklaidoje?

Straipsnio tikslas- išanalizuoti socialinio darbuotojo įvaizdį Lietuvos žiniasklaidoje.

Straipsnio uždaviniai:

1. Aptarti žiniasklaidos įtaką ir poveikį visuomenėje.
2. Aptarti socialinio darbuotojo profesinės karjeros galimybių ypatumus.
3. Atskleisti socialinio darbuotojo įvaizdžio vaizdavimą Lietuvos žiniasklaidoje.

Darbo rengimo metodai:

1. Mokslinių straipsnių analizė.
2. Statistikos šaltinių analizė.

ŽINIASKLAIDOS ĮTAKA IR POVEIKIS VISUOMENĖJE

Šiandieninėje visuomenėje komunikacijų galia, formuojanti žmonių santykius bei įtakoianti socialinį ir politinį gyvenimą, yra padidėjusi. Gudauskaitės (2007) teigimu, siekis ugdyti žinių visuomenę, sukurti pasaulietinę žiniomis pagrįstą ekonomiką – vienas svarbiausių informacinės ir žinių visuomenės politikos tikslų. Žiniasklaida gali būti apibrėžiama kaip komunikacijos formos, kurių paskirtis – pasiekti masinės auditorijas tuo pat metu. Padidėjus žiniasklaidos įtakai, ji gali tapti ne tik vieta, kurioje susiformuoja ir įsitvirtina kultūrinės ir socialinės visuomenės vertybės, bet ir vienvalde visuomenės nuomonės formuotoja. Taigi, ji atlieka svarbų vaidmenį ugdant informuotą pilietį, galintį rinktis, kokia visuomenės ir valdymo forma geriausiai atitinka jo poreikius. Tačiau reikia nepamiršti, kad žiniasklaida gali tapti viena iš visuomenės manipuliavimo priemonių, pateikdama tam tikrą dalį netikrų faktų arba nutylėdama svarbias detales. Visuomenės informavimo priemonės reketuodamos, pasidavinėdamos ar kitais būdais veikdamos, žiniasklaidą pakreipia ta linkme, kuria tik užsigeidžia. Todėl galima drąsiai teigti, jog „žiniasklaida nevisada galima pasitikėti“.

Česnavičius (2009) remdamasis Thompsono informavimo priemonių teorija, pateikia tokias skirtingų trijų sąveikų formas:

1. Tiesioginė sąveika – žmonių bendravimas vienas su kitu, t.y., tiesiogiai.
2. Netiesioginė sąveika – žmonės palaiko tarpusavio ryšį naudodamiesi įvairiomis priemonėmis – kompiuteriais, telefonu ir t.t.
3. Netiesioginė tariamoji sąveika yra orientuota į socialinius santykius, kuriuos sukuria žiniasklaida. Tokia sąveika taip pat ištįsta laike ir erdvėje, bet individų tiesiogiai neįungia.

Jei pirmųjų dviejų rūšių sąveikoje vyrauja dialogas, tai trečioje- vieno asmens pokalbis. Dažniausiai mūsų aplinkoje vyrauja trečioji rūšis, nes pirmoji ir antroji rūšys nėra tokios populiarios. Daroma prielaida, kad žiniasklaida keičia viešumo ir privatumo pusiausvyrą (Česnavičius, 2009).

Kalbant apie socialinių darbuotojų įvaizdį galima teigti, kad teikiama informacija nėra visiškai aiški ir išsami. Tuo pačiu ir pačioje visuomenėje ne visada profesionaliai formuojama ir suvokiama ši samprata. Priklausomai kurioje erdvėje tas objektas ar reiškinys yra vaizduojamas, galima sukurti visiškai klaidingą įvaizdį. Todėl žiniasklaidos kuriami įvaizdžiai dažnai nėra realūs. Nuo žiniasklaidos kuriamo įvaizdžio priklauso ir socialinių darbuotojų profesijos statusas. Kadangi neigiamai formuojamas įvaizdis kenkia pačiai profesijai bei jos prestižui. Todėl svarbu tinkamai suvokti kaip formuojamas socialinio darbuotojo įvaizdis ir būtina įsisąmoninti visus žiniasklaidos mechanizmus, kurie prisideda prie įvaizdžio formavimo.

Žiniasklaidoje dažniausiai pateikiama dviprasmiška informacija, išryškinanti socialinių darbuotojų darbo nesklandumus ir trūkumus. Socialinio darbo istorija neturi gilių šaknų, jog galėtų pateikti gražų ir geresnį vaizdą žiniasklaidoje. Dažniausiai visuomenėje vyrauja nuomonė, kad „visi socialiniai darbuotojai turi neigiamą įvaizdį“. Tačiau yra ir daug gražių aspektų, ir prasmingų socialinio darbuotojo darbų, kurie suteikia teigiamos informacijos apie socialinius darbuotojus. Žiniasklaidoje pateikiama informacija leidžia daryti prielaidą, kad visuomenė socialiniams darbuotojams suteikia didelę galią ir lūkesčius, kurių nepanaudojus ar jiems pasireiškus, socialiniai darbuotojai yra smerkiami (Varžinskienė, 2008). Dėl šios priežasties visuomenės nuomonė apie socialinio darbo profesiją formuojasi dešimtmečiais.

Apibendrinant galima teigti, kad žiniasklaida arba kitaip vadinama visuomenės informavimo priemonėmis, pasiekia kiekvieną visuomenės narį ir užima svarbią vietą mūsų gyvenime. Kasdien žiniasklaida visuomenei pateikia daugybę žinių, naujienų, kurios yra aktualios ir būtinos. Skiriamas

didesnis teigiamas dėmesys socialinių darbuotojų vaizdavimui žiniasklaidoje padėtų mums pažinti socialinio darbuotojo veiklą iš arčiau. Pati žiniasklaida priskiriama vienam iš įvaizdžio kūrimo elementų. Kuo tiksliau ir suprantamiau įvaizdis yra pateikiamas, tuo teigiamiau yra vertinamas visuomenės.

SOCIALINIO DARBUOTOJO PROFESINĖS KARJEROS GALIMYBĖS

Sėkminga profesinė karjera daug lemianti sąlyga asmenybės raidai, socialinei adaptacijai. Profesinei veiklai žmogus paskiria didžiąją dalį savo laiko. Socialinio darbuotojo profesija yra ta profesija, kurios atstovams svarbus jų asmeninis tinkamumas pasirinktai veiklai. Turintys tinkamą profesinių žinių ir įgūdžių bagažą, gebantys pažinti patys save bei savo gebėjimus, asmenys sugeba įsitvirtinti darbo rinkoje ir sukurti gerą įvaizdį.

Gumuliauskienė (2002) išskiria pagrindinius principus, į kuriuos verta atkreipti dėmesį planuojant karjerą:

- nuolatinė kaita skatina ypatingą lankstumą, kas atspindi priimant sprendimus, kurie turėtų pasireikšti kaip tęstinis reiškinys, o ne vienas galutinis sprendimas;
- pokyčiai darbo rinkoje reikalauja naujų žinių, atsinaujinimo, gebėjimo keistis ir prisitaikyti, todėl mokymasis tampa tęstiniu ir svarbiu reiškiniumi žmogaus ateities planams;
- svarbūs du veiksniai: pašaukimas, lemiantis darbinio gyvenimo kokybę ir prasmę, pasireiškiantis per veiklą skatinančias, asmens potencialias, charakterio savybes bei tinkamumo pojūtis tam tikram darbui;
- siekiant tikslo, svarbu dėmesį skirti procesui – siekti ne galutinio tikslo, o nusistatyti visa apimančią ateities viziją, vietoj konkretaus tikslo nusibrėžti pagrindinę veiksmų kryptį;
- siekiant apsispręsti, skatinama pasinaudoti žmonių, kuriais pasitikima, pagalba, jų parama.

Taip pat siekiant karjeros yra svarbu ir socialinė gerovė. Ji svarbi visose veiklose, taip pat ir socialinio darbuotojo profesinėje veikloje. Svarbi dėl to, kad nuo socialinės gerovės yra priklausoma profesinė ateitis. Apibendrintai profesinę gerovę galima įvardinti kaip darbo aplinką ir veiksnius, darančius įtaką darbo pasitenkinimui, karjerai, gerai savijautai ir laimės pojūčiui darbe.

Darbo rinka formuoja tam tikrų profesijų poreikį, todėl socialinis darbuotojas turėtų žinoti artimiausias darbo rinkos plėtros tendencijas, būti susipažinęs su profesijų poreikio prognozėmis. Vienas patogiausių informacijos apie darbo rinkoje paklausias profesijas paieškos būdų – Lietuvos Užimtumo tarnybos publikuojamo „Isidarbinimo galimybių barometro“. Paminėtina, jog šios prognozės nėra ilgalaikės, todėl renkantis profesiją reikėtų jas vertinti kritiškai.

2020 metų duomenimis, socialinio darbuotojo profesija pateko į kategoriją, kurioje yra įrašomos labiausiai reikiamos specialybės. Taigi, socialinio darbuotojo profesija yra vis reikalingesnė ir turinti geras karjeros galimybes.

Siekti profesinės karjeros socialinis darbuotojas gali kompetentingai atlikdamas savo veiklą. Dažniausiai dirba: socialinės globos, rūpybos, reabilitacijos institucijose, mokyklose, bendruomenės ar dienos centruose, taip pat socialinių paslaugų šeimai, vaikams, seniems ir pagyvenusiems žmonėms, neįgaliems bei kitiems teikimo ar sveikatos apsaugos sistemoje. Tačiau vis dažniau pastebimas ir valstybės valdymo sektoriuje, t.y. savivaldybės socialinės paramos skyriuje, savivaldybės vaiko teisių apsaugos tarnyboje, seniūnijoje. Darbovietės vietą renka pagal turimą kompetenciją, kuri yra esminis požymis galintis atskleisti socialinio darbuotojo profesinės veiklos sėkmę.

Apibendrinant galima teigti, kad socialinių darbuotojų įsidarbinimo galimybės Lietuvoje, yra gana didelės. Socialiniai darbuotojai yra vis daugiau reikalingi šiandieninei darbo rinkai. Tačiau profesinės karjeros galimybės priklauso ir nuo specialisto motyvacijos dirbti, savo karjeros principų nusistatymo. Taip pat kiekvienai profesijai reikalinga socialinė gerovė, kuri yra pagrindinis aspektas, norint realizuoti save darbo rinkoje. Kaip ir socialinė gerovė taip ir įvaizdis yra svarbus.

Socialiniai darbuotojai taip pat turi susikurti savo socialinę gerovę ir gerą įvaizdį, kad galėtų realizuoti save ir turėti teigiamą įvaizdį visuomenėje.

SOCIALINIO DARBUOTOJO ĮVAIZDIS LIETUVOS ŽINIASKLAIDOJE

Žiniasklaida būdama pagrindinė visuomenės informavimo priemone pateikia daugybę dar ne visiems žinomų ir svarbių faktų, atskleidžiančių socialinio darbuotojo formuojamą profesijos įvaizdį. Pasirinkdama įvairias temas žiniasklaida supažindina visuomenę su aktualijomis, kurios svarbios visuomeniniame gyvenime.

Bridaitytė (2020) savo bakalauriniame darbe nagrinėjo socialinio darbuotojo įvaizdį žiniasklaidoje. Tyrimui atlikti ir iškeltiems probleminiams klausimams išspręsti pasirinkta kokybinė metodologija, naudojama kokybinė turinio analizė. Šis analizės būdas pasitelktas todėl, nes norint suprasti kaip yra formuojamas socialinio darbo įvaizdis, svarbu yra kiekvienas pasakytas arba aprašytas žodis, citata, pateikiama komunikacinė žinutė.

Delfi socialinė darbuotoja ir socialinis darbuotojas. 2016 metų pranešimų analizė

Pagal A. Bridaitytės tyrimą, 2016 metais Delfi dažniausios naujienų kategorijos, kuriose minimi socialinė darbuotoja ir socialinis darbuotojas, buvo dienos naujienos. Dienos naujienų dažnis- 9. Dažniausiai minima socialinio darbo sritis- socialinis darbas su šeima. Iš viso 15 straipsnių.

2016 metais Delfi straipsniuose taip pat minimos ir šios socialinio darbo sritys- socialinis darbas su priklausomybių turinčiais asmenimis, socialinis darbas sveikatos priežiūros sistemoje, socialinis darbas su krizę patiriančiais asmenimis, socialinis darbas bendruomenėje, socialinis darbas su tautinėmis mažumomis, socialinis darbas su benamystę patiriančiais asmenimis.

Ištyrus 2016 metų Delfi socialinio darbuotojo įvaizdį, dažniausias vertinimas buvo teigiamas, kai kur buvo minimi pridėtinio vertinimo žodžiai: padedantis, ekspertas. Taip pat atliekant tyrimą, viename straipsnyje iš 2016 metų išryškėjo socialinio darbuotojo ir lankomosios priežiūros darbuotojo profesijos painiojimas. Galima įžvalga, kad straipsnio autorius tekste norėjo įvairovės ir profesijų pavadinimus taikė kaip sinonimus. Straipsnio pavadinimas: „**Kauno gatvėmis praėjo su socialiniu darbuotoju: papildomos rankos, kojos ir širdis**“:

„Savaitraščio Kaunui“ žurnalistai nutarė pusdienį praleisti su Kauno miesto socialinių paslaugų centro darbuotoju Ernestu Urniežiumi“. „Aukštuosius socialinius mokslus baigęs Ernestas – vienintelis lankomosios priežiūros darbuotojas vyras, kolektyve – vien moterys“. „Socialinis darbuotojas paprašo moters pasimatuoti temperatūrą“.

2016 metų Delfi analizėje taip pat išryškėjo vienas tekstas, kuriame socialinis darbuotojas portretizuojamas ne tik labiau neigiamai, tačiau ir minima tai, kaip jis neturi jokios profesinės galios, todėl prie jo buvo parašytas pridėtinis vertinimas – silpnas.

„Nes dabar darbuotojai vadovaujasi labiau savo patirtimi. Kita problema – iki šiol nėra paėmimo vaiko iš šeimos tvarkos. Skubus paėmimas leidžiamas, kai vaiko sveikatai ir gyvybei gresia pavojus, tačiau tai vertiname iš akies“ „Jei socialinė darbuotoja nevairuoja, turi laukti, kad seniūnas ar kažkas kitas pavežtų...“ „...socialinis darbuotojas tampa kaip tarnas“.

Taigi, apibendrinant galima teigti, kad socialinio darbuotojo įvaizdis žiniasklaidoje 2016 metais, buvo labiau teigiamas, nei neigiamas. Tačiau buvo ir prieštarų straipsnių, kurie įvardijo socialinį darbuotoją kaip neturintį jokios profesinės galios. Tyrime buvo pastebėta, kad dažnai socialinis darbuotojas yra painiojamas su lankomosios priežiūros darbuotoju ir socialinio darbuotojo padėjėju.

15min.lt socialinė darbuotoja ir socialinis darbuotojas. 2018 metų pranešimų analizė

Bridaitytės atliktame tyrime pastebėta, kad 2018 metais, 15min.lt portale, naujienų sritis nepasikeitė. Socialinio darbo profesijos atstovai labiausiai minimi Lietuvos naujienų aktualijose. Iš 18 analizuotų straipsnių dažniausiai minima sritis buvo socialinis darbas su šeima, taip pat socialinis

darbas su vaikais. 2018 metais 15min.lt portale, straipsnių analizė išsiskiria tuo, kad minima daug ir įvairių socialinio darbo sričių (klientų grupių).

2018 metų analizuojamų pranešimų kontekstai dažniausiai pasitaikė neigiami. Ties šiuo konteksto vertinimu derėtų akcentuoti bent du straipsnius. Pirmasis iš jų – „**teigiamai įvertintas „Senelių darželis: žilaplaukiai „darželinukai“ čia randa vaistą nuo vienatvės**“.

Nors šis straipsnis neša pozityvią žinutę ir pasakoja apie tai, kaip senjorams yra naudingas dienos centras, tačiau jo tekstas gali suformuoti nuomonę, kad senjorai yra panašaus mąstymo kaip ir mažamečiai vaikai ir kad socialiniai darbuotojai juos laiko tokiais:

„Atėję į dienos centrą – darželį senoliams – pastarieji jaučiasi laimingi“

„Alytuje kas dieną susirenka daugiau kaip 20 garbaus amžiaus „darželinukų“.

Neigiamo konteksto vertinimo pavyzdys iš straipsnio „**Kručinskų šeima nusprendė neįsileisti specialistų į savo namus:**

„Norisi eiti į šviesą“ „Jie primena įvykių seką, fiksuoja, ką tu darai, kaip kalbi su vaikais. Tokie dalykai paaitrina žaizdas. Negali normaliai gyventi, funkcionuoti kaip šeima“ „Tai kenkia mūsų šeimai, sveikatai. Jei institucija yra vaiko teisių gynėja, turėtų atsižvelgti į mano, atsakingo asmens, kurio tėvystės teisės nėra apribotos, pareiškimą“ „Ilgą laiką kol jie (atvejo vadybininkas ir socialinė darbuotoja – aut. past.) lankėsi, vaikams jie sukeldavo nerimą, nepatogumą.“

Nors iš specialisto perspektyvos šie šeimos pasisakymai gali atrodyti ir kitaip, tačiau žiūrint iš neutralaus skaitytojo pozicijos atrodo, kad socialiniai darbuotojai šeimą su teikiama pagalba kankina, neatliepia jų poreikių, ir žiniasklaida formuoja labiau neigiamą socialinio darbuotojo įvaizdį.

Taigi, apibendrinant galima teigti, kad socialinis darbuotojas 2018 metais 15min.lt portale dažniau yra vertinamas neigiamai, nei teigiamai.

IŠVADOS

1. Išsiaiškinta, kad žiniasklaida atlieka svarbų vaidmenį visuomenės gyvenime. Būdama pagrindiniu informacijos šaltiniu ir atlikdama daugybę funkcijų ji turi įtakos visuomenės nuomonės formavimui, vertybėms bei socialiniam kontekstui. Žiniasklaidos kuriamas įvaizdis gali būti vienas iš svarbiausių veiksnių, lemiančių visuomenės požiūrį į konkretų objektą. Nuo žiniasklaidos kuriamo įvaizdžio priklauso ir socialinio darbuotojo profesijos įvaizdis.

2. Socialiniam darbuotojui, norint siekti profesinės karjeros, svarbu socialinė gerovė, kuriai įtaką daro ir įvaizdis visuomenėje. Užimtumo tarnybos duomenimis, socialinis darbas yra paklausi ir reikalinga profesija šiandieninėje visuomenėje.

3. Tyrime pastebėta, kad dažniausiai pasitaikanti naujienų medijos kanaluose minima socialinio darbo sritis yra socialinis darbas su šeima ir vaikais. Dažnas šios socialinio darbo srities minėjimas gali prisidėti prie veiksnių, kad socialiniai darbuotojai yra tapatinami tik su šia sritimi ir matomi, kaip šeimų pagalbininkai, taip užgožiant kitas socialinio darbo sritis. Taip pat buvo pastebėta, kad socialinis darbuotojas dažnai painiojamas su panašiomis profesijomis: socialinio darbuotojo padejėju, lankomosios priežiūros darbuotoju. Tai gali sudaryti neteisingą įvaizdį apie socialinio darbuotojo profesinę veiklą. Galima teigti, kad straipsniai, kuriuose minimi socialinio darbo profesijos atstovai, dažniausiai yra neigiamo įvaizdžio: minimi įvykiai, sistemos spragos. Straipsnių su neigiamo konteksto vertinimu pasitaikė žymiai daugiau, todėl galima daryti prielaidą, kad socialinio darbo įvaizdis Lietuvos žiniasklaidoje labiau yra neigiamas nei teigiamas.

LITERATŪRA

1. Bridaitytė, A. (2020). *Socialinio darbo reprezentacijos Lietuvos naujienų medijų diskurse: Delfi ir 15min atvejais*. Bakalauro baigiamasis darbas, Kaunas: VDU.
2. Česnavičius A. (2009). *Televizija kintančiame žiniasklaidos pasaulyje*. Vilnius: Lietuvos mokslų akademija.

3. Gudauskaitė, S. (2007). *Žinių visuomenės link: organizacijos darbuotojo kompetencijų poreikis*. Informacijos mokslai, Vilnius.
4. Gumuliauskienė, A. ir kt. (2002). *Karjera šiandien ir rytoj*. Šiauliai.
5. Įsidarbinimo galimybės Lietuvoje. (2020). Paimta iš Užimtumo tarnybos tinklapio [žiūrėta 2020-10-22]. Prieiga per internetą: <https://uzt.lt/wp-content/uploads/2020/01/baro6.pdf>.
6. Kavaliauskienė, V. (2010). *Socialinio darbo, kaip pagalbos žmogui profesijos, raidos aspektai*. Acta Paedagogica Vilnensia.
7. Pivorienė, J. ir Večerskytė, J. (2005). *Socialinio darbo įvaizdis interneto svetainėse*. Vilnius.
8. Pupliauskaitė, V. (2013). *Socialinio darbuotojo profesinės veiklos perspektyvos*. Magistro baigiamasis darbas, Vilnius: LEU.
9. Varžinskienė, L. (2008). *Socialinio darbo profesijos statuso ypatumai socialinių darbuotojų ir jų partnerių požiūriu*. Socialinis darbas.
10. Vaškūnaitė, R. (2012). *Socialinio darbuotojo įvaizdis žiniasklaidoje*. Magistro baigiamasis darbas, Vilnius: MRU.

THE IMAGE OF A SOCIAL WORKER IN THE LITHUANIAN MEDIA

IVETA ŽEMAITYTĖ

Kolping University of Applied Sciences

Tutor lect. E. Darulienė

ANNOTATION

With the development of the information society, news reaches people faster and faster, for the media to form an opinion about various phenomena it is enough sometimes to spread a certain communication message: come up with a scandalous headline, mention eye - catching keywords in the subheading, put a stereotypical photo.

The social work profession today is facing increased societal pressure stemming from media reports of events that are directly related to the environment surrounding social workers, as well as the system of which they are a part. These reasons led to the analysis of the image of a social worker in the Lithuanian media.

VERSLO BEI TURIZMO STUDIJŲ SRITIES STUDENTŲ PATIRTYS IR PERSPEKTYVOS ŠIUOLAIKINĖJE VISUOMENĖJE EXPERIENCES AND PERSPECTIVES OF STUDENTS IN THE FIELD OF BUSINESS AND TOURISM IN CONTEMPORARY SOCIETY

„ERGO“ IR „IF“ DRAUDIMO ĮMONIŲ BŪSTO IR KELIONIŲ DRAUDIMO PALYGINAMOJI ANALIZĖ

DOMINYKAS AUKSUTIS

Kauno technologijos universitetas
Vadovė doc. dr. Aušrinė Lakštutienė

ANOTACIJA

Didėjant finansiniam raštingumui Lietuvoje vis labiau vertinama draudimo teikiama nauda finansinei asmens gerovei, visgi renkantis draudimo paslaugas norima išvengti nereikalingų išlaidų, todėl svarbu išsirinkti tinkamą draudimo bendrovę. Atlikus tyrimą, buvo nustatyta, jog „ERGO“ draudimas būsto draudimų rinkoje siūlo pigesnę draudimą, kol „IF“ draudimo bendrovės privalumas yra draudimas siūlomas nauja atkuriamąja verte, be iš anksto nustatytos maksimalios draudimo sumos (išmokos). Kelionių draudime „IF“ draudimas pasirodė daug platesnis (paslaugomis) ir pigesnis įmokomis, tačiau įvertinus draudimo sumas, „ERGO“ draudimas tampa patrauklesnis, nes siūlo gerokai didesnes draudimo sumas už nežymiai didesnes įmokas.

Raktiniai žodžiai: finansai, draudimas, turto draudimas, kelionių draudimas.

IVADAS

Draudimas, kaip visų visuomenės gyvenimo socialinių ir ekonominių sričių apsauga, kaip investicinių išteklių pritraukimo į ekonomiką mechanizmas, yra svarbus bet kokios ekonominės sistemos neatskiriamas elementas. Jo aktualumas įgyja dar didesnę svarbą ekonominio nestabilumo, finansinių krizių laikotarpiu (Lezgovo, 2010m.). Lietuvoje egzistuoja daugiau nei 5 pagrindinės draudimo bendrovės siūlančios įvairias ne gyvybės draudimo paslaugas. „ERGO“ ir „IF“ draudimo bendrovės, kurios atitinkamai priklauso tarptautinei grupei „ERGO Group AG“ ir tarptautinei grupei „Sampo plc“ yra pasaulinio masto įmonės užimančios nemenką dalį Lietuvos draudimo rinkoje. Šios bendrovės siūlo daugybę draudimo paslaugų iš kurių dvi yra būsto ir kelionių draudimai. Šios dvi labai skirtingos paslaugos yra labai svarbios namų ūkiams padedant išsaugoti finansinę gerovę sudėtingais laikais, taip pat ir draudimo bendrovėms, kurioms šių paslaugų įmokos sudaro nemenką dalį įmonės pajamų.

Tyrimo tikslas: Atlikti „ERGO“ ir „IF“ draudimo bendrovių siūlomų būsto ir kelionių draudimo produktų analizę ir atskleisti sąlygų ir įkainių ypatumus.

Tyrimo uždaviniai:

1. Atlikti būsto draudimo palyginamąją analizę ir nustatyti kuri draudimo bendrovė siūlo patrauklesnes sąlygas.
2. Atlikti kelionių draudimo palyginamąją analizę ir nustatyti kuri draudimo bendrovė siūlo patrauklesnes sąlygas.

Tyrimo metodai – internetinių šaltinių ir statistinių duomenų analizė.

Tyrimo objektas – Būsto ir kelionių draudimas.

„ERGO“ IR „IF“ DRAUDIMO BENDROVIŲ BŪSTO DRAUDIMO Palyginamoji analizė

Nekilnojamasis turtas yra svarbi ekonominio potencialo dalis. Ji sudaro didžiąją kiekvienos šalies nacionalinio turto dalį. Teisingas nekilnojamojo turto vertės nustatymas yra aktualus turto pirkėjams ir pardavėjams, nekilnojamojo turto registrą tvarkančioms įstaigoms, kredito davėjams, hipotekos įstaigoms ir, be abejo, draudimo įmonėms. Draudžiamo nekilnojamojo turto vertės teisingas nustatymas ne mažiau aktualus ir draudėjui, apdraudžiamajam jam priklausanti nekilnojamoji turtą, ir įmonei – draudikui, kuri prisiima riziką ir gauna už tai draudimo įmoką. Pasaulinė praktika rodo, kad turto draudimo įmokos sudaro didžiąją dalį draudimo įmonės pajamų iš tiesioginio draudimo veiklos (Birutė Galinienė ir Irma Šopienė, 2003).

„ERGO“ ir „IF“ draudimo bendrovės vadovaujasi panašiais principais, tačiau turi ir gana daug skirtumų. Daugelis draudimo skirtumų yra smulkių, tačiau, galimai padarytų strategiškai, jog draudimai būtų sunkiai tarpusavyje palyginami ir klaidintų žmones, kurios draudimo kompanijos draudimas yra visgi geresnis, pavyzdžiui besąlyginė išskaita „IF“ draudime yra 90 Eur, o „ERGO“ draudime ji yra pasirenkama – 30, 60, 85 Eurai. Kitą vertus „ERGO“ draudime yra galimos 2 draudimo rūšys minimalus ir maksimalus, kol tuo tarpu „IF“ draudimas yra išskyręs 3 draudimo pasirinkimus, nors ir numatomi draudiminiai įvykiai yra beveik identiški. Visgi kiek įmanoma suvienodinus sąlygas ir apskaičiavus draudimų kainas metams gauti tokie rezultatai (žr. 1 lentelė):

1. lentelė

Draudimų palyginimas bazinėmis sąlygomis

	Būsto draudimas bazinėmis sąlygomis - 50 kv. m., 1960-1970m., mūras, išskaita 85-90 Eur								
	Butas			Namas			Kotedžas		
	Draudimo suma	Min. įmoka	Max. įmoka	Draudimo suma	Min. įmoka	Max. įmoka	Draudimo suma	Min. įmoka	Max. įmoka
ERGO	54 000 €	34 €	54 €	51 000 €	32 €	44 €	51 000 €	36 €	51 €
IF	nauja atkuriamoji vertė	47 €	74 €	nauja atkuriamoji vertė	39 €	56 €	nauja atkuriamoji vertė	52 €	86 €

Kaip galima matyti iš lentelės „ERGO“ būsto draudimas visais atvejais lenkia „IF“ draudimo įkainius mažesnėmis kainomis. Tačiau „IF“ draudimas nėra iš anksto numatęs maksimalios draudimo sumos, o tai kai kuriais atvejais gali būti pranašumas, ypač brangesnius būstus turintiems asmenims. Tarkim tokioje situacijoje, kai draudžiamas nedidelis, tačiau, renovuotas, naujas ar tiesiog brangus butas „ERGO“ draudime jūsų draudimo suma būtų apribota ir gali padengti ne visus patirtus nuostolius nelaimės atveju, tačiau „IF“ draudime šios situacijos galima išvengti, nes draudimas yra draudžiamas nauja atkuriamąją verte, kuri nustatoma pagal esamas rinkos kainas vienam kvadratiniam metrui.

Didėjant būsto plotui matomas „ERGO“ pranašumas, jei pasirinktas būstas yra butas (žr. 2 lentelė), nes įmokos vidutiniškai didėja apie 6-7 procentiniais punktais mažiau, nei „IF“ draudime, tačiau matoma atvirkštinė situacija kotedžų draudime, nes „IF“ įmokos didėja lėčiau, nei konkurentės. pagal tokius duomenis galime teigti, jog didelio ploto butus pigiau drausti „ERGO“ draudime, o didelius kotedžus „IF“ draudime.

2. lentelė

Įmokų pokyčiai didėjant bendram būsto plotui

	Vidutiniai pokyčiai didinant būsto bendrąjį plotą kas 10 kvadratinį metrų								
	Butas			Namas			Kotedžas		
	Draudim o sumos padidėjimas	Min. įmokos padidėjimas %	Max. Įmokos padidėjimas %	Draudim o sumos padidėjimas	Min. įmokos padidėjimas %	Max. Įmokos padidėjimas %	Draudim o sumos padidėjimas	Min. įmokos padidėjimas %	Max. Įmokos padidėjimas %
ERGO	14 500 €	9,62	10,1	11 200 €	5,27	6,74	11 200 €	7,32	8,61
IF	-	16,44	16,77	-	6,55	6,53	-	6,61	6,77

Analizuojant papildomus draudimus, nustatyta, kad kilnojamo turto draudimai abiejuose įmonėse gana nevienodi, „ERGO“ draudimas siūlo didesnes draudimo sumas, tačiau gan neelastingas draudimo įmokas, t.y. buto, namo ir kotedžo įmokos yra gana panašios, kas yra gerai draudžiant butą, tačiau draudžiant namą ar kotedžą „IF“ draudimas yra maždaug dvigubai pigesnis, nors draudimo suma skiriasi vos per 1 500 Eur, todėl jo sąlygos sąlyginai geresnės.

3. lentelė

Kilnojamo turto draudimo įmokų palyginimas

	Kilnojamo turto draudimo įmokos priedas								
	Butas			Namas			Kotedžas		
	draudimo suma	Min. įmoka	Max. Įmoka	draudimo suma	Min. įmoka	Max. Įmoka	draudimo suma	Min. įmoka	Max. Įmoka
ERGO	14 500,0 €	31,0 €	45,0 €	11 500,0 €	35,0 €	45,0 €	11 500,0 €	35,0 €	45,0 €
IF	10 000,0 €	21,5 €	54,7 €	10 000,0 €	9,8 €	18,9 €	10 000,0 €	14,4 €	27,3 €

Civilinės atsakomybės draudimas abiejų kompanijų pasiūlymuose turi vienoda draudimo sumą – 5 000 Eur. Tačiau „IF“ draudime minimalios ir maksimalios įmokos yra identiškos ir nekintančios, dėl ko „IF“ civilinės atsakomybės draudimas tampa daug pigesnis, nei konkurentės draudimas darant prielaidą, jog bus renkamas maksimalus draudimas.

4. lentelė

Civilinės atsakomybės draudimo įmokų palyginimas

	Civilinės atsakomybės draudimo įmokos priedas								
	Butas			Namas			Kotedžas		
	draudimo suma	Min. įmoka	Max. Įmoka	draudimo suma	Min. įmoka	Max. Įmoka	draudimo suma	Min. įmoka	Max. Įmoka
ERGO	5 000,0 €	10,2 €	31,9 €	5 000,0 €	10,2 €	31,9 €	5 000,0 €	10,2 €	31,9 €
IF	5 000,0 €	14,0 €	14,0 €	5 000,0 €	11,2 €	11,2 €	5 000,0 €	11,2 €	11,2 €

Taigi kurios įmonės būsto draudimas yra geresnis priklauso nuo norimų pasirinkti draudimo sąlygų ir pačio turto. Bazinėmis sąlygomis „ERGO“ draudimas yra pigesnis ir patrauklesnis paprastam pastato draudimui dėl savo žemų kainų nekilnojamo turto draudimui ir mažesne besąlygine išskaita. Visgi draudžiantis turtą su papildomais civilinės atsakomybės ir kilnojamo turto draudimais namui ar kotedžui „IF“ draudimas tampa sąlyginai geresnis, nes jo bendra įmoka mažesnė.

„ERGO“ IR „IF“ DRAUDIMO BENDROVIŲ KELIONIŲ DRAUDIMO PALYGINAMOJI ANALIZĖ

Privalomasis sveikatos draudimas ar kiti draudimai įprastai nedengia gydymo ar kitų nenumatytų išlaidų patiriamų užsienyje kelionės metu, kurios kartais gali būti labai brangios, norint išvengti finansinių nuostolių naudojamas kelionių draudimas, kuris padengia neplanuotai kelionėje patirtas išlaidas (Leggat, 2000m.).

Esant bazinėms sąlygoms, t.y. turistinei kelionei į Europą, vienam asmeniui, kurio amžius yra 19 - 26m. abi draudimo kompanijos daugeliui paslaugų siūlo skirtingas draudimo sumas (žr. 5 lentelė) dėl to apsunkėja draudimo palyginimas, kas galimai yra padaryta tyčia, jog mažėtų draudimo lyginimas tarp bendrovių. Kaip galima įžvelgti iš lentelės „ERGO“ draudimas siūlo didesnes draudimo sumas nelaimingų atsitikimų draudimui ir civilinės atsakomybės draudimui. O „IF“ leidžia rinktis bagažo draudimo sumą pačiam draudėjui dėl ko sąlygos tampa lankstesnės.

5. lentelė

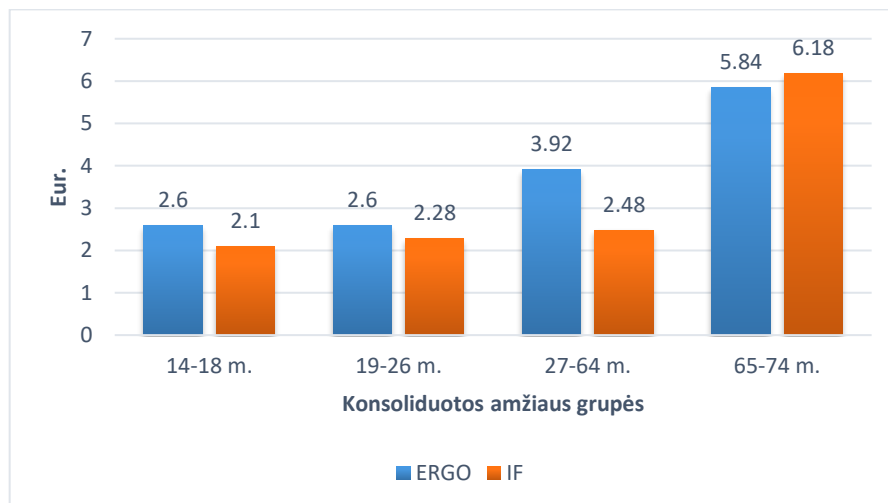
Kelionių draudimo įmokų palyginimas bazinėmis sąlygomis

	Medicininės pagalbos draudimas		Nelaimingų atsitikimų draudimas	
	draudimo suma	įmoka	draudimo suma	įmoka
ERGO	100 000 €	2,60 €	10 000 €	1,75 €
IF	100 000 €	2,28 €	6 000 €	1,45 €
	Civilinės atsakomybės draudimas		Bagazo draudimas	
	draudimo suma	įmoka	draudimo suma	įmoka
ERGO	25 000 €	1,39 €	750 €	3,90 €
IF	10 000 €	0,71 €	600 € (900 €)	3,98 € (5,96 €)

Įvertinus santykinai draudimo sumų ir įmokų skirtumus matoma, jog „ERGO“ draudimas yra patrauklesnis draudžiantis nelaimingų atsitikimų draudimu ir civilinės atsakomybės draudimu, nes santykinai už vieną sumokėtą eurą „ERGO“ draudime gaunama didesnė draudimo suma, nei „IF“ draudime. Visgi viena sąlyga, kurioje pirmauja „IF“ draudimas yra tai, jog esant toms pačioms sąlygoms privalomas medicininės pagalbos draudimas yra pigesnis, nei „ERGO“ draudime, bei jame yra suteikiama galimybė keisti (didinti arba mažinti) draudimo sumą.

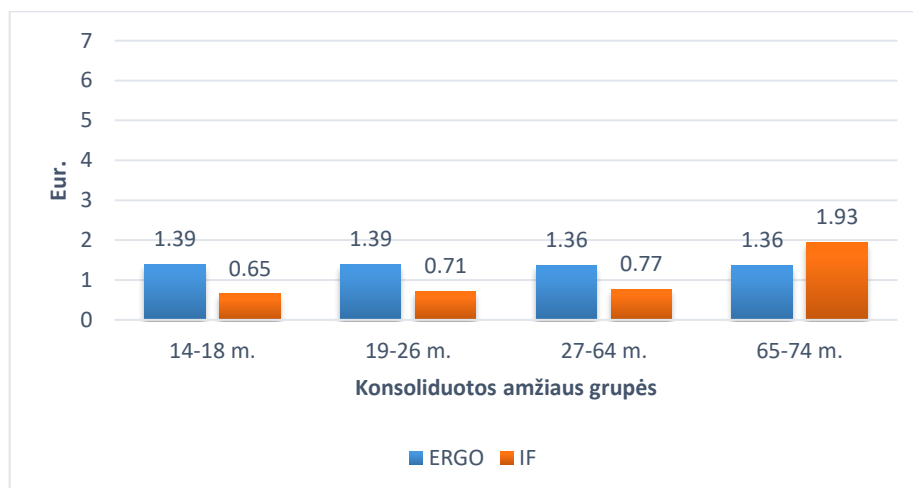
Jei draustųsi didesnis keliautojų skaičius, nustatyta, jog už kiekvieną papildomą keliautoją tektų mokėti papildomą 1 keliautojo draudimo sumą, tačiau esant dideliame žmonių skaičiui galimai „IF“ draudimas galėtų tapti patrauklesnis, nes didesnei nei 5 asmenų grupei, kiekvienas papildomas žmogus pradeda kainuoti mažiau, tačiau duomenys tampa pernelyg nepastovūs norint nustatyti neiškraipytą tendenciją didinant keliautojų skaičių. Paprastesnis kriterijus kurio rezultatai yra lengviau palyginami yra keliautojų amžiaus grupės.

Kaip galima matyti iš 1 paveikslą „ERGO“ privalomasis medicininės pagalbos draudimas yra neženkliai brangesnis iki pensijinio amžiaus žmonėms, tačiau pigesnis pensininkams. Atsižvelgiant, jog šiuo atveju yra numatytos vienodos draudimo sumos, daroma išvada, jog norint draustis tik medicininės pagalbos išlaidas kelionės metu „IF“ draudimas yra patrauklesnis (ne pensininkams).

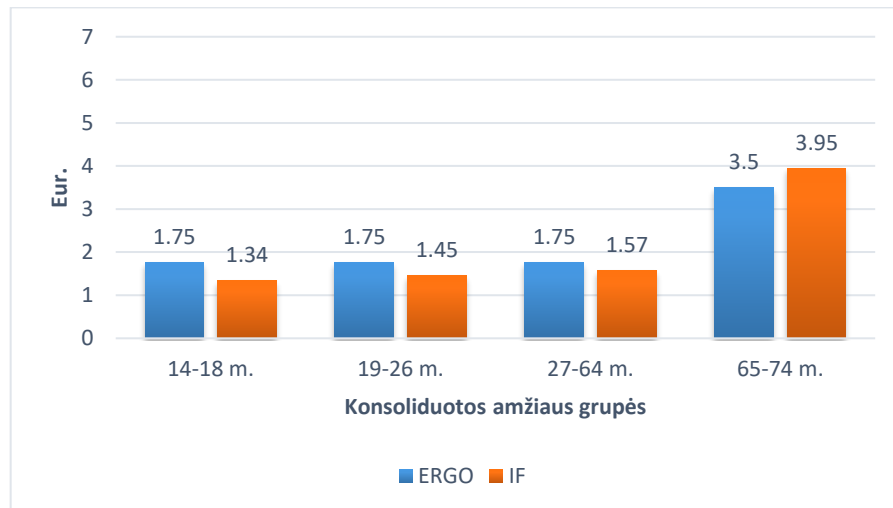


1 pav. Medicininės pagalbos draudimo įmokų palyginimas pagal amžiaus grupes.

Panaši situacija vyrauja ir su civilinės atsakomybės draudimu ir nelaimingų atsitikimų draudimu (2 ir 3 pav.). Matomas „IF“ draudimo įmokų pranašumas prieš „ERGO“ draudimą. Tačiau nors ir „IF“ draudimas yra pigesnis, jis civilinės atsakomybės draudimui siūlo 2,5 karto mažesnę draudimo sumą, o nelaimingų atsitikimų draudimui 1,67 karto, todėl santykinai įvertinus draudimo sumas ir įmokas „ERGO“ draudimas išlieka pranašesnis.

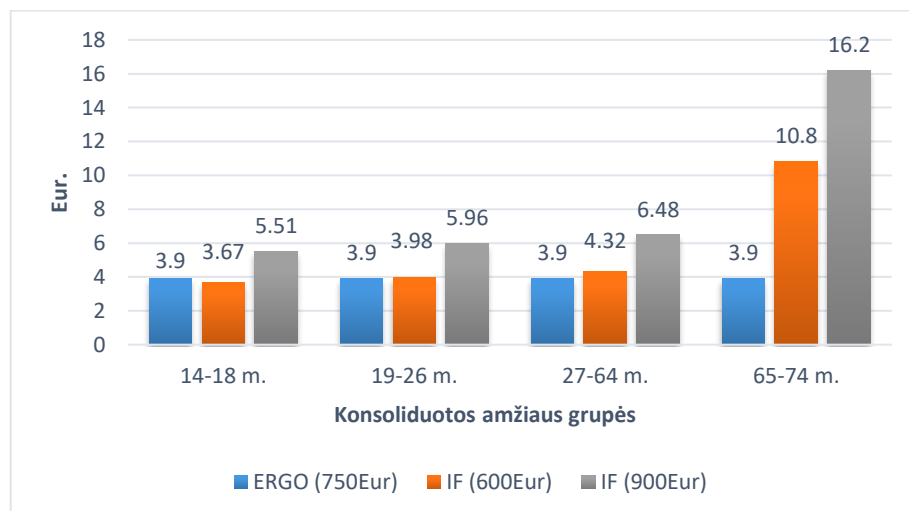


2 pav. Civilinės atsakomybės draudimo įmokų palyginimas pagal amžiaus grupes



3 pav. Nelaimingų atsitikimų draudimo įmokų palyginimas pagal amžiaus grupes

Bagažo draudime, „IF“ draudimo bendrovė leidžia pasirinkti draudimo sumą iš 300 Eur, 600 Eur, 900 Eur ir 1600 Eur, dėl to „IF“ tampa patrauklesnė, tačiau įvertinus vidutines įmokas už tuos draudimus „ERGO“ draudimas dominuoja beveik visuose amžiaus grupėse („ERGO“ fiksuotą bagažo draudimo suma - 750 Eur), todėl „ERGO“ bagažo draudimas yra geresnis.



4 pav. Bagažo draudimo įmokų palyginimas pagal amžiaus grupes

Apibendrinant šių dviejų įmonių kelionių draudimus, galime daryti išvadą, jog „ERGO“ draudimas yra patrauklesnis žmonėms norintiems paprasto draudimo sąlyginai mažesnėmis kainomis gaunant didesnes draudimo sumas, tačiau „IF“ draudimas yra labiau lankstus, galintis pasiūlyti rinktis draudimo sumas ir papildomus draudimus žmonėms norintiems rasti pigiausią (ne įvertinant draudimo sumų) arba plačiausią paslaugomis draudimą ar kitaip patenkinti specialius poreikius.

IŠVADOS

1. Atlikus analizę nustatyta, jog „ERGO“ būsto draudimas visiems būstams lenkia „IF“ draudimo įkainius mažesnėmis kainomis ir besąlyginėmis išskaitomos. Tačiau „IF“ draudimas nėra iš anksto numatęs maksimalios draudimo sumos ir būstą draudžia nauja atkuriamąja verte, o tai gali būti pranašumas norint gauti didesnę draudimo išmoką. Be to pasirinkus papildomą kilnojamo turto ir civilinės atsakomybės draudimus „IF“ draudimas tampa santykinai pigesnis, todėl draudžiant

didesnius namus ar kotedžus maksimaliu turto draudimu „IF“ draudimo bendrovė siūlo geresnes paslaugas.

2. Palyginus siūlomas sąlygas nustatyta, jog „IF“ draudimo bendrovės siūlomas kelionių draudimas yra pigesnis norint įsigyti privalomąjį medicininės pagalbos draudimą ir kitus papildomus draudimus. Tačiau įvertinus gaunamas draudimo sumas, „ERGO“ siūlomos kelionių draudimo įmokos yra santykinai mažesnės, nes siūlo daug didesnes draudimo sumas nelaimingų atsitikimų, civilinės atsakomybės ir багаžo draudimams, todėl jo kelionių draudimo paslauga yra geresnė.

LITERATŪRA

1. Draudimo bendrovės „IF“. (2020). Prieiga per internetą: <https://mano.if.lt/produktai/busto-draudimas-internetu/>, <https://mano.if.lt/produktai/keliones-draudimas-internetu/>;
2. Draudimo bendrovės „ERGO“. (2020). Prieiga per internetą: <https://www.ergo.lt/privatiems/turto-draudimas/gyventoju-turto-draudimas/>, <https://www.ergo.lt/privatiems/asmens-draudimas/kelioniu-draudimas/>;
3. Galinienė B. ir Šopienė I. (2003m.). Draudžiamo nekilnojamojo turto vertės nustatymo metodiniai aspektai. Prieiga per internetą: <https://etalpykla.lituanistikadb.lt/object/LT-LDB-0001:J.04~2003~1367161374232/J.04~2003~1367161374232.pdf>;
4. Leggat. P. A. (2000m.). Travel insurance and health. Prieiga per internetą: <https://tinyurl.com/y2lqrm4z>;
5. Lezgovko A. (2010m.). Draudimo ekonomikos pagrindai. Prieiga per internetą: https://www.researchgate.net/profile/Aleksandra_Lezgovko/publication/279943851_FUNDAMENTALS_OF_INSURANCE_ECONOMICS/links/559effc408aefab5687d53d/FUNDAMENTALS-OF-INSURANCE-ECONOMICS.pdf;

COMPARATIVE ANALYSIS OF HOME AND TRAVEL INSURANCE PROVIDED BY „ERGO“ AND „IF“ INSURANCE COMPANIES

DOMINYKAS AUKSUTIS

Kauno technologijos universitetas
Tutor doc. dr. Aušrinė Lakštutienė

ANOTATION

With the increase of financial literacy in Lithuania, the benefits of insurance for the financial well-being of a person are more valued, however, when choosing insurance services, everyone wants to avoid unnecessary expenses, therefore it is important to choose a suitable insurance company. The study found that ERGO insurance offers cheaper insurance in the home insurance market, while the advantage of IF insurance company is insurance offered at a new replacement value, without a pre-determined maximum insured sum (benefit). In travel insurance, IF insurance has proven to be much broader (in services) and cheaper in terms of premiums, but after evaluating the insured sums, ERGO insurance becomes more attractive, as it offers significantly higher sums of insurance only for slightly higher premiums.

Keywords: finance, insurance, property insurance, travel insurance

PILGRIMINIO TURIZMO VIEŠINIMO PRIEMONĖS LIETUVOJE

RASA BALSEVIČIENĖ

Vytauto Didžiojo universitetas, menų fakultetas

Konsultantė: dr. Regina Navickienė

ANOTACIJA

Straipsnyje analizuojamas pilgriminis turizmas, kaip viena iš religinio turizmo atšakų, dar apibūdinamas, kaip religinio turizmo sinonimas. Pastaruoju metu kelionės yra tapusios savotišku vaistu – keliaudami ieškome būdų sveikatingis, stiprėti fiziškai, pailsėti. Lygiai taip pat, kaip kūną, kelionės gali gydyti ir sielą – nuo rutinos, nuo įtampos, nežinomybės. Šiuolaikiniam žmogui reikia vertybinių kelionių. Toks yra pilgriminis turizmas, kuris, nežiūrint senų jo atsiradimo šaknų, tiek pat yra ir naujas, naujai atrandamas šiuolaikiniam žmogui. Bet vėlgi, ne taip paprasta šiandien tokią kelionę susiorganizuoti, surasti informacijos apie pilgrimines keliones, maršrutus. Straipsnyje aptariami turizmo paslaugų viešinimo kanalai teoriniu aspektu ir pristatomi kokybinio tyrimo rezultatai, kurie parodo, kokios yra praktikoje naudojamos rinkodaros priemonės ir kurios iš jų yra efektyviausios.

Raktiniai žodžiai: pilgriminis turizmas, piligrimas, pilgrimmystė, viešinimas, rinkodara, religinis turizmas.

IVADAS

Temos aktualumas. Gyvename globaliame, mobiliame ir nuolat kintančiame pasaulyje, kuriame labiausiai priimtina ir populiariausia žmonių mobilumo forma – kelionės, kurios turizmo kontekste suprantamos ne vien kaip pažintinės ar poilsinės, bet ir kaip darbo, mokslo, verslo, pilgriminės ir kt. Pilgriminių kelionių tikslas yra ne tik šventų vietų ar renginių lankymas, bet ir ieškojimas vertybinio idealo, kai keliautojas patiria įvairius fizinius, emocinius ir dvasinius išgyvenimus. Tai proga apmąstyti gyvenimo prasmę, vertybes ir santykius su kitais žmonėmis ir todėl tokia kelionė gali būti svarbus asmeninio tapatumo raiškos būdas. Skubantis ir nekantrus paviršutiniškumo, technologijų ir greitų naujienų, kūno bei jaunystės garbinimo ir mirties bei kančios marginalizavimo amžius, kuriame gyvename, kelia prasmės problemą ir neišvengiamai atveria nemažai problemų. Noras atrasti tikrus, nereliatyvius, išliekančius principus bei vertybes virsta atsigręžimu į vidų pilgriminėse kelionėse.

Laisvai rinkdamiesi, kaip praleisti laisvalaikį, žmonės renkasi tai, kas jiems turi prasmę, suteikia žinių, praplečia tolerancijos ribas, leidžia tobulėti profesine prasme, užsiimti hobiu ar teikia malonumo. „Modernybės ir aiškaus sekuliarizmo akistatoje, užuot nykęs, pilgrimmystės reiškinys atrodo plečiasi, derindamasis prie ekonominės, socialinės ir technologinės plėtros.“ (Simon Coleman, 2004). Pilgrimmystės tradicija Lietuvoje visada buvo gyva, o šiuo metu pastebimas jos renesansas, nes kuriami nauji pilgriminiai keliai, restauruojamos bažnyčios, atsidaro nauji pilgriminiai centrai ir kt.

Nepaisant pilgrimmystės, kaip turizmo rūšies, aktualumo ne tik Lietuvoje, bet ir visame pasaulyje, susiduriame su **problema** – vis dar nepakankamas šios turizmo rūšies viešinimas, reklamavimas. Lietuvoje turime nemažą pilgriminių objektų ir maršrutų, bet informacijos ir reklamos apie juos reikia tikslingai ieškoti. Žmogui, ieškančiam vertybinės kelionės, tame tarpe ir pilgriminės kelionės, nėra paprasta lengvai rasti pakankamai informacijos.

Tyrimo tikslas: Išsiaiškinti, kokios pilgriminio turizmo viešinimo priemonės būtų efektyviausios atskleidžiant šios turizmo rūšies vertybes.

Uždaviniai:

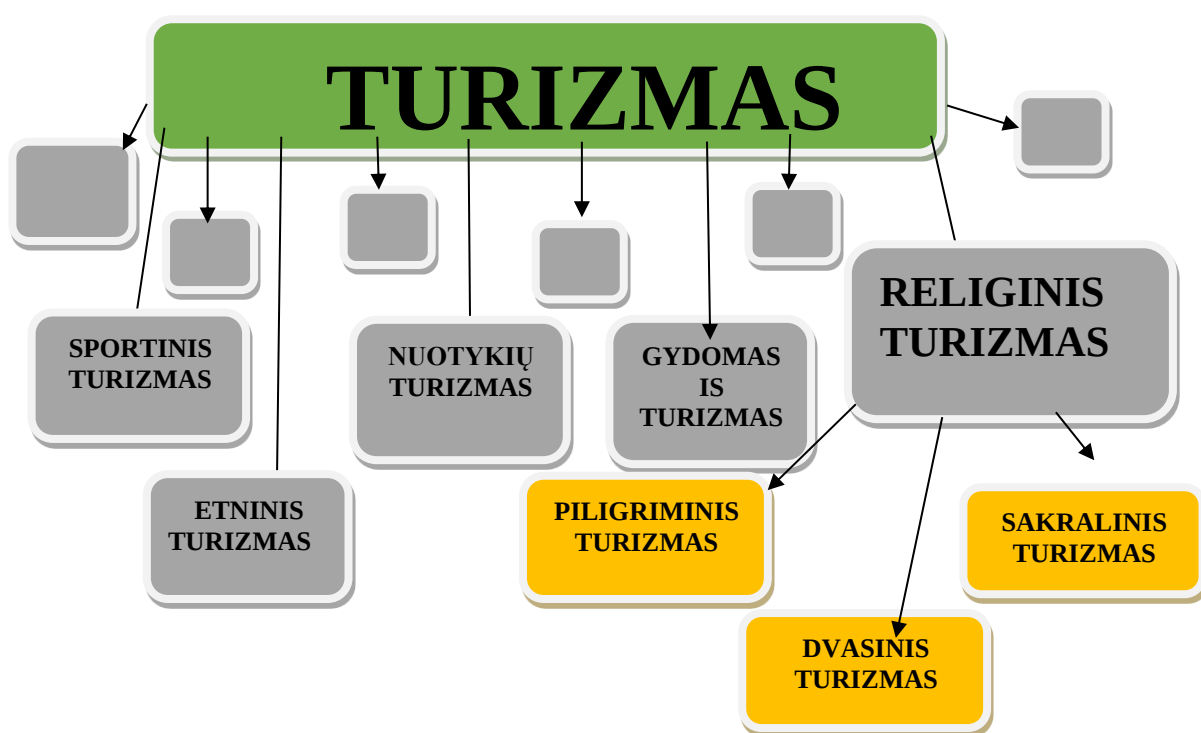
1. Pristatyti pilgriminio turizmo sampratą ir klasifikavimą.
2. Išsiaiškinti efektyviausius turizmo paslaugų viešinimo kanalus teoriniu aspektu.
3. Išanalizuoti Lietuvos pilgriminio turizmo organizatorių naudojamas rinkodarinės viešinimo priemones.

Tyrimas atliekamas, remiantis moksliniais straipsniais, publikacijomis, kokybiniu struktūruotu ekspertiniu interviu, susisteminant šią medžiagą, suformuluojant išvadas ir rekomendacijas.

PILIGRIMINIO TURIZMO SAMPRATA IR KLASIFIKAVIMAS

Norint suprasti piligriminio turizmo esmę, pirmiausiai trumpai bus apžvelgiamos pagrindinės turizmo sąvokos remiantis Lietuvos Respublikos turizmo įstatymu (2018). Taigi, **turizmas** – keliavimas iš vienos vietos į kitą, žmonių veikla, susijusi su kelione ir laikinu buvimu už nuolatinės gyvenamosios vietos ribų ne ilgiau kaip vienerius metus, jei ši veikla nėra mokymasis ar mokamas darbas lankomoje vietoje. Turizmo procese dalyvauja turizmo paslaugų naudotojas - turistas ir paslaugų teikėjas.

Turizmas skirstomas į daugybę turizmo rūšių, kurios pavaizduotos 1 pav.



1 pav. **Turizmo klasifikacija**
(sudaryta darbo autorės remiantis Liutiku, 2009)

Kaip matyti iš pirmo paveikslo, turizmas skirstomas į daugybę rūšių. Viena iš jų yra religinis turizmas, kuris dažnai vadinamas piligriminiu, dvasiniu ar sakraliniu turizmu. Bet nereikėtų painioti šių sąvokų, nes pagrindinis jų tikslas gerokai skiriasi. Žemiau aptarsiu religinio turizmo ir jo atšakų skirtumus.

Turizmas plačiąja prasme šiandien nėra susijęs vien tik su objektų lankymu. Vis dažniau keliaujantys žmonės ieško naujų patirčių - dvasinės ir vidinės gerovės, sveikatingumo, motyvacijos. Viena turizmo šakų, atliepanti į šiuos keliaujančiojo poreikius yra piligriminis turizmas, kuris dažnai yra įvardinamas kaip **religinis turizmas**. Todėl tampa aktualu plačiau panagrinėti šią sampratą. Turizmo terminų žodyne (2008), religinis turizmas įvardinamas kaip kelionių rūšis, kurios pagrindinis tikslas – susipažinti su religiniu paveldu (bažnyčiomis ar unikalia religine patirtimi), tai kelionės į šventąsias vietas, pvz., Jeruzalę, Meką, Lurdą. Dažnai kalbama, jog religinis turizmas Lietuvoje dar nėra iki galo išplėtotą sritis. Nors šventų lankytinų vietų mūsų šalyje tikrai gausu, trūksta papildomų maršrutų, kurie atkreiptų atvykstančių turistų dėmesį. Manoma, jog

religinis turizmas taps vis labiau populiarus, todėl ekspertai skiria pakankamai daug dėmesio, norėdami sudominti keliautojus ir paskatinti juos atvykti būtent į jų šalį. Toks keliavimo būdas neretai vadinamas vertybiniu – gali būti, jog net ir neišsikėlę didesnių nei pažinimo tikslų, iš kelionės grįšite dvasiškai patobulėję ir pakeitę vidines nuostatas.

Taigi, religinis turizmas apima įvairių rūšių keliones, svarbu tai, jog vieta, į kurią vykstama, turi religinę reikšmę. Šios vietos bendraja prasme nebūtinai turi būti susietos su šiais laikais gyvuojančiomis religijomis.

Religinis turizmas yra nišinė turizmo rūšis, kuri susideda iš turizmo išteklių, transporto, apgyvendinimo, maitinimo ir kitų turizmui būdingų paslaugų.

Religinis turizmas, kaip jau buvo minėta, yra glaudžiai susijusi su **piligrimyste**, tačiau vis dėl to pagrindinis kelionės tikslas gerokai skiriasi. Piligrimai, keliaudami aplankyti šventų vietų, dažniausiai išsikelia sau dvasinius tikslus, stengiasi apsivalyti ir patirti kuo daugiau vidinių išgyvenimų, padedančių tobulėti, tuo tarpu religinis turizmas skatina susipažinti su religinėmis vietomis vien iš smalsumo – jam nebūtina turėti didesnių tikslų.

Norėdami apžvelgti piligrimystės raidą, neišvengiamai susiduriame su piligrimystės sampratos problema. Kas yra piligrimystė? Žodžio lotyniškoji etimologija mums iš karto nurodo pirmąjį piligrimystės dėmenį: *peregrinatio* – tai kelionė, buvimas svetur, t. p. persikraustymas, o *peregrinus* atitinkamai reiškia keliauninką, traukiantįjį pro šalį, svetimąjį, klajūną. Abi šio žodžio formos greičiausiai kyla iš lotyniškorieveiksmio *peregre* – svetur, iš vieno krašto į kitą. Taigi, pirmasis piligrimystės dėmuo yra kelionė. Piligrimystės be kelionės neegzistuoja (Lietuvių kalbos žodynas, 2020).

Pagal Lietuvos Respublikos turizmo įstatymą **piligrimas** (lot. *peregrinus* – svetys, užsienietis) – asmuo, religiniais ar pažinimo tikslais keliaujantis į šventąsias vietas (šventyklas, prie šventųjų kapų, religinį centrą ar kitur), o **piligriminė kelionė** – individuali ar kolektyvinė tikinčiųjų kelionė į šventąsias vietas (Turizmo terminų žodynas, 2008).

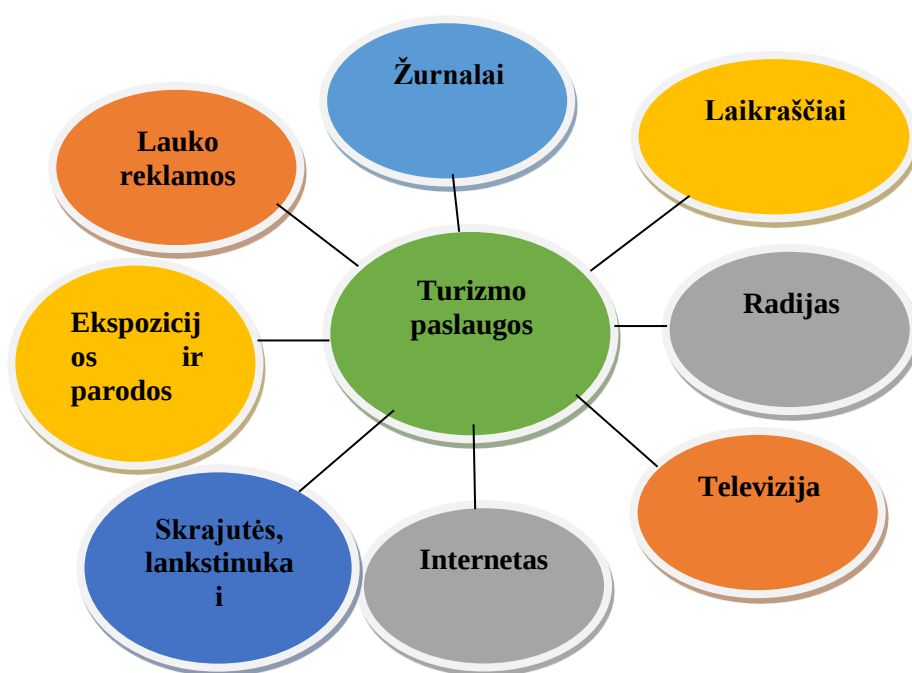
Piligrimystės ištakos paskendusios amžių glūdumoje. Nežinome, kada atsirado tradicija keliauti į šventąsias vietas, bet aišku, kad ji jau klestėjo senovės graikų civilizacijoje. IV–VI a. (t. y. iki atsirandant islamui) parašomi pirmieji piligrimų vadovai po Jeruzalę ir Šventąją Žemę, o nuo VII a. atsiranda panašūs specialieji vadovai piligrimams, skirti Romos miestui. Šie vadovai buvo trijų rūšių: *itineraria* (kelionės), *catalogi* (sąrašai) ir *syllogi*. *Itineraria* buvo praktiniai vadovai ir tiksliai nurodydavo, kur, keliaudamas nurodytu maršrutu, keliauninkas gali rasti vieną ar kitą apaštalo, kankinio ar kito šventojo kūną (apaštalių, kankinių ir šventųjų kūnų lankymas buvo pagrindinis visų piligrimų kelionės tikslas). Šie faktai mums rodo, kad jau tais laikais buvo naudojamos kelionių viešinimo priemonės – kelionių vadovai, konkrečiai, piligrimų vadovai.

Vienas dažniausių klausimų, kuris kyla diskutuojant apie šių laikų piligrimystę – jos skirtumai nuo turistinių kelionių. Kaip teigia socialinių mokslų daktaras, Lietuvos piligrimų bendrijos pirmininkas Darius Liutikas, pagrindinis piligrimystės skiriamasis bruožas yra tas, kad tai – ne tik fizinė kelionė į šventą vietą, bet ir dvasinė, vidinė žmogaus kelionė į save. Tuo piligrimystė skiriasi nuo religinio turizmo, kurio metu keliaujama į religines vietas dėl pažintinių ar kultūrinių motyvų. Architektūrinė, kultūrinė ar istorinė vertė yra vienos artimiausių jau minėtoms šventoms vietoms, ne retai dėl to jos įtraukiamos ir į lankytinų objektų sąrašą, turistinius maršrutus. Šiomis dienomis pati **piligrimystė, piligriminis turizmas, religinis turizmas, sakralinis turizmas, dvasinis turizmas** yra dažnai tapatinamos ir naudojamos kaip sinonimai, (pavaizduota 1 pav.) tačiau pasak Dr. D. Liutiko (2009), piligrimystė arba vertybinė kelionė savo esme yra visiškai priešinga turizmui arba poilsinėms ir rekreacinėms kelionėms.

Vis dėl to šių laikų modernioje visuomenėje vis dažniau piligriminių kelionių tipas priskiriamas turizmo sektoriui. Ginčo dėl kelionės koncepcijos nėra, nes minėti piligrimai vis dar išlaiko pagrindinį kelionės tikslą – dvasinę kelionę į save, tačiau jie tampa vis modernesni, naudojasi vis platesniu turizmo paslaugų spektru.

EFEKTYVIAUSI TURIZMO PASLAUGŲ VIEŠINIMO KANALAI TEORINIU ASPEKTU

Tradicinė rinkodara yra skirstoma į keturias kategorijas: spausdintą, transliuojamą, tiesioginę pašto ir telemarketingo rinkodarą. Ankščiau turizmo sektorius daugiausiai dėmesio skirdavo tradiciniams rinkodaros kanalams, tokiems kaip televizija, radijas, žurnalai, laikraščiai ir t.t. Internetas turizmo rinkodarai atvėrė naujas galimybes: dabar galima palyginti, lengvai ir nebrangiai pasiekti globalias rinkas be jokių tarpininkų, paprasčiau konkuruoti, nepriklausomai nuo verslo dydžio, lengva pamatuoti pasiektus rezultatus ir tai galima daryti realiu laiku, galima pasiekti didesnę susidomėjimą ir t.t. Tačiau, nepaisant gausybės teigiamų internetinės rinkodaros aspektų, išlieka poreikis taikyti tradicines rinkodaros priemones, mat tai gali būti vienintelis ar vienas iš būdų pasiekti konkrečią tikslinę auditoriją. Todėl svarbu aptarti turizmo rinkodaroje naudojamus tradicines marketingo priemones, kurias galima pamatyti 2 - ame paveiksle.



2 pav. Turizmo paslaugų viešinimo kanalai

Kaip matyti iš antro paveikslo, vienas iš kanalų reklama žurnaluose. **Reklama žurnaluose** dažniausiai naudojama siekiant pagerinti ir išlaikyti prekės ženklo įvaizdį ir ji yra naudinga tuo, kad šie leidiniai yra specializuoti, todėl nesunku pasiekti tikslinę auditoriją, o taip pat žurnalai dažniausiai pasižymi aukšta spaudos kokybe bei ilgu gyvavimo laiku. Tačiau reklama žurnaluose turi ir neigiamų aspektų, nes reklama prestižiniuose puslapiuose gali būti perdėta brangi, reklamos intensyvumą apsprendžia žurnalo leidinio periodiškumas – reikia ilgai laukti. Turizmo sektoriuje reklama žurnaluose gali būti naudinga tuo, kad per specializuotus kelionių ar gamtos leidinius galima nesunkiai pasiekti tikslines auditorijas, be to galima pridėti papildomas paslaugas, pavyzdžiui nuolaidų kuponą bilietams, ar pačius bilietus į lankytiną objektą, taip paskatinant turistus atvykti į tam tikrą turistinę vietą.

Reklama laikraščiuose ilgą laiką buvo naudojama kaip efektyvus būdas mažiems verslams pasiekti vietines bendruomenes. Tokios reklamos rodikliai daugiausiai priklauso nuo laikraščio tiražo – kuo didesnis jis yra, tuo geresni reklamos rodikliai. Reklama laikraščiuose yra gera tuo, kad ją nebrangu pagaminti, lengva pakeisti, galima pasirinkti reklamos dydį. Tačiau laikraščių skaitomumas mažėja, čia išspausdintos reklamos yra prastos kokybės, pastebimos trumpą laiką, nes

laikraščiai yra aktualūs ribotą laiko tarpą. Turizmo rinkodarai ši reklamos priemonė gali būti aktuali pasiekti tas tikslines grupes, kurių neįmanoma pasiekti kitomis rinkodaros priemonėmis.

Reklaminės skrajutės/bukletai/katalogai ir kita spausdinta reklaminė medžiaga pasižymi lanksčiu dizainu ir padeda sutaupyti laiką, nes jose galima sudėti svarbiausią informaciją apie prekės ženklą, prekę ar paslaugą. Tačiau tokią reklaminę medžiagą yra gana brangu spausdinti, be to, viena brošiūra ar katalogas pasiekia vieną žmogų.

Priešingai **radijas**, kuris vienu metu gali pasiekti labai plačias auditorijas. Turizmo rinkodaroje tokia reklamos priemonė gali praversti siekiant perteikti svarbiausią informaciją apie turistinę vietą ar paslaugą. Radijo reklama turi tris pagrindinius elementus – balsas, muzika ir garso efektai. Radijo reklama teigiamai vertinama dėl galimybės pasirinkti tikslinę auditoriją, plačios sklaidos, žemų kaštų, didelio intensyvumo, lankstumo bei galimybės pasiekti tikslinę auditoriją ten, kur kitos reklamos priemonės pasiekti negali. Tačiau ši reklamos rūšis turi ir neigiamų bruožų, tokių kaip: trumpas kontakto su tiksline auditorija laikas, vienpusė komunikacija, vartotojas gali išgirsti reklamą, tačiau nebūtinai išklaudyti, o jei išklaudyti gali greitai pamiršti, be to, nėra vizualumo.

Televizijos reklama išsiskiria tuo, kad priešingai nei jau aptartos reklamos rūšys, ji turi du pagrindinius elementus – vaizdą ir garsą. Televizijos reklamos naudingos tuo, kad prikausto dėmesį, sukuria nuotaiką ir priverčia tikėti tuo, ką matai, be to, jos yra lanksčios, suteikia plačią kūrybinių sprendimų įvairovę, pasiekia plačią auditoriją, didelį intensyvumą ir yra vertinamos kaip prestižinis reklamos būdas. Tačiau televizijos reklama turi ir nemažai trūkumų: sunku pasiekti specifinę tikslinę auditoriją, aukšti gamybos kaštai, trumpas kontakto laikas, vienpusė komunikacija, nekoncentruotas auditorijos dėmesys, dideli reklamos srantai, vartotojai gali nesunkiai perjungti kanalą vos tik pasirodžius reklamai.

Lauko reklamos yra skirstomos į reklamas ant transporto priemonių ir stacionarių įrenginių (reklaminiai plakatai, skydai, iškabos, standai ir t.t.). Išorinė reklama naudinga tuo, kad mažais kaštais galima pasiekti plačią auditoriją, pateikti žinutę tikslinei auditorijai geografiniu požiūriu (miestas). Tokio tipo reklama suteikia plačias galimybes kūrybai – spalvos, forma, dydis, judesys ir t.t. Tačiau lauko reklama sunku pasiekti specifinę tikslinę auditoriją, galima pateikti tik trumpą paprastą žinutę, yra brangūs jos gamybos kaštai, be to, tokia reklama sulaukia mažai dėmesio ir sunku išmatuoti jos efektyvumą.

Ekspozicijos ir parodos yra viena iš pagrindinių tiesioginio pardavimo formų, kuri leidžia pristatyti ir parduoti prekes ar paslaugas susitikimų su potencialiais klientais metu. Parodos yra viena iš nedaugelio marketingo formų, kuriose prekės ar paslaugos reklamuojamos išnaudojant visas keturias jusles, mat čia galima pamatyti, išgirsti, paliesti, paragauti. Tokia marketingo forma gali būti geras būdas užmegzti tiesioginį kontaktą su savo klientais ir padidinti jų ratą, taip pat ji padeda padidinti prekės ženklo žinomumą. Tačiau parodos yra gana brangi rinkodaros priemonė, sunku atkreipti dėmesį į standą, nes yra didelė konkurencija. Turizmo rinkodaroje ši priemonė gali būti geras būdas pasiekti tikslinę auditoriją, nes yra teminės kelionių parodos, kuriose dažniausiai renkasi šia sritimi suinteresuoti asmenys.

Remiantis Eurobarometro duomenimis (2015) **internetas** – labiausiai paplitęs būdas organizuoti atostogas ir jo naudojimas nuolat auga (66 proc.). Europiečiai plačiai naudoja įvairias rezervacijos sistemas (41 proc.), o priimant su kelione susijusius sprendimus svarbų vaidmenį atlieka ne tik draugų, kolegų ar giminaičių rekomendacijos (55 proc.), bet ir interneto svetainės (46 proc.).

Šie duomenys rodo, kad informacinių technologijų svarba turizmo sektoriui yra neginčijama. Tendencijos rodo, kad patyrę turistai vis daugiau kelionių suplanuos ir užsisakys internetu (be tarpininkų); Sumažės kelionių agentūrų poreikis, nes atsiras galimybės visą kelionės paketą užsisakyti ir nusipirkti internetu; Ypatingai svarbus vaidmuo teks inovatyviai ir intensyviai turistinės vietovės rinkodarai internete, įskaitant ir vietovės įvaizdžio formavimą. Kaip parodė Eurobarometro tyrimas, sprendimas keliauti dažniausiai priimamas naršant internete, todėl svarbia

užduotimi tampa – didesnis vartotojų pritraukimas internete. Tačiau neužtenka tiesiog turėti internetinę svetainę, ji turi būti patraukli, patogi naudotis ir siūlanti išsamų turinį apie turizmo produktus ir paslaugas. Sparti informacinių technologijų raida siūlo naujas galimybes, kaip lengviau ir efektyviau pasiekti potencialius vartotojus. Turistinės vietovės ir kelionių organizatoriai, norintys patenkinti besikeičiančius turizmo paslaugų vartotojų poreikius, neišvengiamai turi diegti inovacijas ne tik rinkdamiesi rinkodaros komunikacijos kanalus, bet ir priemones. Teigiama, kad ilgai internetas sumenks tradicinę nacionalinių turizmo organizacijų ir turizmo tarnybų vaidmenį, tačiau išugdys naują poreikį – vystyti efektingą ir veiksmingą elektroninę rinkodarą bei užmegzti ir nuolat palaikyti ryšį su vartotojais (socialiniai tinklai). Kadangi elektroninė rinkodara įgauna vis didesnę reikšmę turizmo sektoriuje, visų pirma, pravartu susipažinti su naujausiomis technologijų ir vartotojų elgesio tendencijomis. Komunikacija tampa mobili (nepriklausoma nei nuo laiko nei nuo vietos) ir tiesioginė, tai yra dabar ji trumpesnė, greitesnė, vykstanti esamuju laiku; Vartotojai gali komunikuoti tarpusavyje 24 val. per parą, 7 dienas per savaitę. Informacijos ekonomija evoliucionavo į pokalbių ekonomiką: dėmesio, patirties ir emocijų. Informacijos srautai vis didėja, todėl dabar vartotojai įpareigoti filtruoti turinį ir pasirinkti tik tai, kas iš tiesų jiems yra reikalinga; Viešpatauja vizualinė informacija – nuo paprastų nuotraukų iki infografinių elementų ar video; Vartotojai labiau pasitiki kitais vartotojais nei komercinėmis institucijomis; Vartotojas yra kontroliuojamas. Hipertinklai (angl. hyperconnectivity) suteikia galimybę filtruoti informaciją ir rasti kitų klientų patarimus; Dauguma vartotojų buriasi į virtualias grupes ir apsipirkinėja drauge tam, kad gautų nuolaidas; Vartotojams padeda paieškos sistemos plėtra.; Padidėjęs mobiliųjų įrenginių naudojimas ir didesės galimybės lemia vietos paslaugų populiarumo augimą; Vartotojai nori būti personalizuoti ir jaustis jog kažkam priklauso. Internetas pasaulį pavertė dideliu ir atviru, bet kartu jį padarė mažesnį. Dabar internetas vaidina svarbiausią vaidmenį individualizacijos procese. Tokie technologijų ir vartotojų elgesio pasikeitimai formuoja naujas tendencijas elektroninės rinkodaros srityje. Interneto turinys turi ypatingą galią. Jo sėkmę galima vertinti pagal vartotojo įsitraukimo rodiklius, kuo aukštesni jie yra, tuo sėkmingesnis puslapis; Svarbu suprasti sąlyčio taškus su vartotojais. Internetinių svetainių, elektroninio pašto, aplikacijų, lokacija pagrįstų paslaugų ir pasiūlymų optimizavimas mobiliesiems telefonams yra ypatingai svarbus; Planuojant marketingo veiksmus ir išteklių poreikius būtina reaguoti į technologinius pokyčius ir prie jų prisitaikyti. Socialinės medijos – tai tikra komunikacijos priemonių grupė, kuriai būdingi trys pagrindiniai bruožai: Dalyvavimas – turinio, kuriame gali dalyvauti kiekvienas vartotojas; Atvirumas – didžioji dalis socialinių medijų kanalų suteikia galimybę reikšti savo nuomonę ir pačiais įvairiausiai būdais dalyvauti viešajame diskurse. O toks visų vartotojų sukurtas turinys yra atvirai prieinamas; Bendravimas – socialinės medijos ne tik suteikia galimybę gauti informaciją, bet ir komunikuoti tarpusavyje. Pagrindinė socialinių medijų populiarumo priežastis yra tai, kad turinį gali skelbti ne tik medijas valdantys ar prie jų valdymo prisidedantys asmenys, bet praktiškai beveik visi vartotojai, todėl pamažu išnyksta riba tarp medijos ir auditorijos. Šiose platformose vartotojai gali komunikuoti tarpusavyje, dalintis savo patirtimis, patarimais, žiniomis ar kita informacija. Svarbu pažymėti, kad socialinės medijos – tai ne tik komunikacijos kanalas, bet išsisais rinkodaros įrankių ir kanalų-platformų rinkinys. Kintant pasaulinėms vartotojų komunikacijos tendencijoms, socialinės medijos tampa labai svarbiu ne tik turizmo rinkodaros, bet ir rinkodaros bendrąja prasme, kanalu. Socialinės medijos yra ypatingai svarbi rinkodaros komunikacijos komplekso dalis, skirta komunikacijai su esamais ir potencialiais paslaugos vartotojais, kurių dauguma aktyviai naudojami viena ar keliomis socialinių medijų rūšimis. Socialinės medijos yra palanki platforma komunikacijos „iš lūpų į lūpas“ vystymui ir naujų vartotojų pritraukimui, naudojant minimalias investicijas. Socialinių medijų naudojimas komunikacijai lyginant su kitais komunikacijos kanalais yra sąlyginai pigesnis.

LIETUVOS PILIGRIMINIO TURIZMO ORGANIZATORIŲ NAUDOJAMOS RINKODARINĖS VIEŠINIMO PRIEMONĖS

Norint pasiekti išsikeltą tikslą, buvo atliktas kokybinis struktūruotas ekspertinis interviu, kuris padėjo išanalizuoti Lietuvos piligriminio turizmo organizatorių naudojamas rinkodarines viešinimo priemones ir jų efektyvumą.

Tyrimas buvo atliktas 2020 m. 11 mėn. Buvo pasirinkta apklausti ekspertus, kurie tiesiogiai dirba su piligriminiu turizmu organizuodami keliones, patys lydintys grupes į piligrimines vietas, kuriantys piligriminius kelius, turintys sąlytį su piligrimais. Taigi, tyrime dalyvavo 6 respondentai: 2 dvasininkai, 2 turizmo informacijos centrai, viena arkivyskupija, priimanti piligrimus, 1 piligrimų centras. Respondentai pasirinkti iš įvairių Lietuvos regionų – Kauno, Vilniaus, Telšių, Kretingos.

Respondentams buvo užduoti vienodi 7 atviri klausimai. Interviu metu buvo numatyta jų pateikimo tvarka, tačiau tyrėjui buvo suteikta galimybė tyrimo eigoje papildomai užduoti plane nenurodytų klausimų. Pokalbis tarp tyrėjo ir tiriamojo nebuvo griežtai formalizuojamas, išlaikyta draugiška atmosfera, pokalbiui būdingas laisvumas. Papildomi klausimai padėjo atskleisti naujas iš anksto nenumatytas piligriminio turizmo viešinimo kryptis. Tyrimas buvo nutrauktas tuomet, kai buvo pasiektas informatyvumo arba informacijos prisotinimo principas, kuris remiasi nuostata, kad apklausa nutraukiama tuomet, kai apklausdamas respondentus tyrėjas pastebi, jog informacija iš esmės pradėjo kartotis, tiriamieji nepateikia naujos informacijos nagrinėjama tema. (Kardelis, 2002)

Tyrimas atskleidė, kad piligriminio turizmo viešinimui efektyvios įvairios viešinimo priemonės, bet labiausiai pažymimas internetas, ypač socialiniai tinklai.

Respondentams buvo užduoti klausimai apie efektyviausius turizmo paslaugų viešinimo kanalus, kurie yra dažnai naudojami ir rečiau arba visai nenaudojami.

Respondentas nr.5 teigia, kad “ norint paskatinti kuo daugiau žmonių išbandyti piligriminį turizmą, reikia jį viešinti įvairiais kanalais”.

Pirmi du užduoti klausimai respondentams buvo apie socialinius tinklus, konkrečiai Facebook ir Instagram – piligriminio turizmo viešinimo efektyvumą juose. Respondentai išreiškė labai palankią nuomonę apie piligrimystės viešinimą, naudojantis Facebook ir Instagram. Respondentas nr.1 sako, kad Facebook ir Instagram socialiniuose tinkluose reklamos apie piligriminį turizmą pakanka, nes ši turizmo rūšis pastaruoju metu gan populiari. Buvo pastebėta, kad Instagram labiau populiarius jaunimo tarpe: “piligriminis turizmas ir jaunimo tarpe ganėtinai populiarius. Populiarumui įtakos turi viešinimas”(respondentas nr.4). Respondentų buvo pastebėta, kad kiekvienas socialinis tinklas “ turi savo vartotojų auditoriją, todėl, kuo plačiau bus paskleista informacija, tuo daugiau galimybių pasiekti daugiau įvairaus amžiaus auditorijų”(respondentas nr.2). Vienas iš respondentų pažymėjo, kad “ Facebook yra puikus tinklas, susidomėjusiems piligriminiu turizmu, jungtis į atskiras grupes diskutuoti, dalintis patirtimi”(respondentas nr. 1). Instagram kanalas akcentuojamas, kaip viešinimo priemonė, puikiai tinkanti dalintis vaizdine medžiaga, viešinti savo kelionę ir jos įspūdžius realiu laiku. Naudodamasi savo patirtimi, galiu pažymėti tai, kad pati savo pirmąją piligriminę kelionę pastebėjau Facebook kanale. Čia užsiregistravau kelionei ir nuo to pradėjau domėtis kitomis piligriminėmis kelionėmis, ieškoti informacijos. Kelionės metu mes taip pat viešiname savo kelionės akimirkas Facebook sistemoje. Buvo sukurta grupė, prie kurios galėjo prisijungti visi norintys. Taigi, ir praktikoje tai išbandyta ir veikia.

Sekantis, užduotas klausimas respondentams, vėlgi susijęs su internetiniu viešinimu – tai piligriminio turizmo viešinimo efektyvumas per Youtube kanalą. Šis kanalas respondentų taip pat įvertintas pakankamai palankiai. Youtube, kaip ir Instagram akcentuojamas, kaip kanalas, puikiai tinkantis dalintis vaizdine medžiaga. Respondento nr.1 nuomone, Youtube kanalu “ piligriminis turizmas puikiai reklamuojamas, nes nesusidūrę su piligrimyste žmonės gali pamatyti jau po kelionės ar kelionės metu pasidalinta filmuota medžiaga ir išsivaizduoti, kokie iššūkiai laukia

besiruošiant į piligriminių žygius”. Kaip matome, visi respondentai vienaip ar kitaip, pritaria, kad internetas – tai efektyvi priemonė piligriminio turizmo viešinimui. Nėi vienas respondentas nepateikė neigiamos nuomonės apie šį viešinimo kanalą.

Toliau buvo pereinama prie televizijos ir spaudos. Buvo klausama respondentų nuomonės apie televizijos ir spaudos efektyvumą, viešinant piligriminį turizmą. Šįkart nuomonės išsiskyrė. Vienas respondentas teigia, kad “televizija vis dar turi bene didžiausią įtaką mūsų visuomenėje, todėl tinka tas posakis “jei tavęs nėra televizijoje – tavęs nėra niekur””(respondentas nr.1). Respondentas nr.5 taip pat palaikė viešinimą televizijoje ir spaudoje, nes “kuo daugiau viešinimo kanalų, tuo daugiau auditorijas”. Buvo išreikšta ir tokia nuomonė, kad televizijoje ir spaudoje galėtų būti viešinamos realios žmonių istorijos, kurie pasidalintų savo patirtimi, patarimais, ką jam davė tokia pasirinkta kelionės rūšis ir kita. Keli respondentai išreiškė nuomonę, kad spaudos įtaka yra jau nebe tokia didelė, kaip anksčiau. Nuomonę pagrindžia tuo, kad retai renkamas per spaudą kažką viešinti, nes , ir brangu, ir nelabai efektyvu. Taip pat buvo pažymėta, kad “tai ne visiškai tinkamas pasirinkimas tokio tipo turizmui viešinti, tačiau tinkamai parinkta reklamos kampanija taip pat gali būti labai sėkminga”(respondentas nr.6). Apibendrinant gautus atsakymus, piligriminio turizmo viešinimas per televiziją ir spaudoje vis dar gali būti efektyvus, tinkamai pasirenkant viešinimo formą, pvz.: žmonių išgyventos istorijos, patirtys, rekomendacijos.

Sekantį klausimą uždaviau apie tai, ar efektyvus piligriminio turizmo viešinimas, spausdinant lankstinukus, skrajutes, bukletus. Šį viešinimo kanalą visi respondentai įžvelgia, kaip gan efektyvią piligriminio turizmo viešinimo priemonę. Du respondentai griežtai pasisako už tai, kad spausdintuose lankstinukuose ar skrajutėse turėtų būti spausdinama tik tam tikrą informacija, kad tai būtų labai konkretu: konkretūs žemėlapiai su pažymėtu maršrutu bei nakvynės vietomis ar kita būtina informacija. Pažymima, kad tai “netgi labai reikalinga informacija, tačiau jeigu tai bendra ir neinformatyvi skrajutė, tai iš esmės ji yra nereikalinga”(respondentas nr.6). Respondentas nr.1 sako, kad lankstinukai labai gera viešinimo priemonė, kai neveikia internetas ir pan. popierinis priminimas apie vieną ar kitą veiklą turi poveikį, kai žmogus domisi kryptingai ir renka lankstinukus ar skrajutes tik apie jam rūpimus dalykus ir nuolat peržiūrinėdamas turimą informaciją. Tai būna lyg priminimas, kad galimas toks žygis kaip pvz. piligriminės kelionės ir pan. O facebook, instagram ir kitos šiuolaikinės informacijos priemonės yra perpildytos informacijos gausa, todėl kartą pamatęs apie piligrimystę, gali ir nebepamatyti greito priminimo. Apibendrinant, galima teigti, kad lankstinukai, skrajutės ir įvairios brošiūros gali būti pakankamai efektyvi viešinimo priemonė, jei jose pateikiama tiksli informacija.

Respondentams buvo užduotas klausimas: kokia informacija turėtų būti pateikiama visose aukščiau paminėtose viešinimo priemonėse, viešinant piligriminį turizmą? Visi respondentai sutaria, kad informacija turi būti glausta ir aiški. Du respondentai nurodo, kad turėtų būti trumpas piligriminės kelionės apibūdinimas – kas tai, kodėl reikėtų tai rinktis, kelionės plusai ir minusai. Dar kiti pabrėžia, kad turėtų būti nurodomi maršrutai, atstumai, kiek laiko koks maršrutas užima. Respondentai taip pat pažymi, kad turėtų būti nurodoma informacija apie kelyje galimas apgyvendinimo, maitinimo bei kitos reikalingos įstaigos. Respondentas nr.1 pažymi, kad informacija turi būti tokia, kad atkreiptų dėmesį ir suintriguotų, bei būtų naudinga žygio metu. Respondentas nr.6 akcentuoja, kad “visos išvardintos rinkodaros priemonės gali būti efektyvios, tačiau kiekvienai iš jų turėtų būti taikomi skirtingi sprendimai ir komunikacijos tipai, pvz. Facebook galėtų būti labai tinkamas renginių viešinimui, Instagram – nuotraukų turinio sklaidai, tuo tarpu Youtube – video turiniui platinti ir pan. Kiekvienai rinkodaros priemonei reikėtų taikyti visiškai kitokius sprendimus”.

Pabaigoje buvo klausama respondentų nuomonės, kokios būtų populiariausios ir efektyviausios piligriminio turizmo rinkodaros bei viešinimo priemonės Lietuvoje, jų nuomone. Sutartinai buvo pirmiausia išskirtas internetas, kaip pagrindinis šių laikų sklaidos kanalas. Konkrečiai įvardinta Facebook, Instagram, Youtube, internet svetainės. Vienas respondentas

paminėjo straipsnius spaudoje (internetiniuose portaluose ir rajonų laikraščiuose), kaip efektyvią piligriminio turizmo viešinimo priemonę. Taip pat viešinimas turizmo informacijos centruose (jų svetainėse ir socialiniuose tinkluose) paminėta prie efektyvių viešinimo priemonių. Respondentas nr.5 pateikė nuomonę, kad „šiuo metu efektyviausia piligriminio turizmo viešinimo priemonė Lietuvoje galėtų būti video turinys, pasitelkiant nuomonės formuotojus. Jeigu tam tikru maršrutu pražygiavo koks nors žinomas žmogus ir tai aktyviai pavišino tai labai didelė tikimybė, kad jo pėdomis paseks dar bent keletas žmonių“. Taigi, visi respondentai pirmoje vietoje pažymi internetą, kaip pagrindinį sklaidos kanalą.

Apklauskos pabaigai noriu paminėti respondentą nr.3. Tai daugybėje piligriminių žygių dalyvavęs dvasininkas, kuris išsakė visiškai individualią nuomonę. Jo nuomone „vienintelis viešinimo vertas yra Šv.Jokūbo kelias“, nes jis yra turistinis objektas, kuriuo keliauja įvairūs žmonės įvairiais tikslais. Šis kelias gali būti viešinamas, naudojant įvairius viešinimo kanalus. Jo nuomone, „visos kitos piligriminės kelionės yra skirtos Dievui“ ir jų nereikia viešinti.

IŠVADOS

1. Išanalizavus mokslinę literatūrą piligrimystės, religinio turizmo tema, galima daryti išvadą, kad religinis turizmas ir piligriminis turizmas yra glaudžiai susiję, tačiau pagrindinis kelionių tikslas skiriasi. Pagrindinis piligrimystės skiriamasis bruožas yra tas, kad tai – ne tik fizinė kelionė į šventą vietą, bet ir dvasinė, vidinė žmogaus kelionė į save. Tuo piligrimystė skiriasi nuo religinio turizmo. Taip pat išsiaiškinome, kad piligrimystė žinoma jau nuo neatmenamų laikų ir, kad pirmosios viešinimo priemonės – piligrimų vadovai – išleisti IV – VI a. Šiomis dienomis pati piligrimystė, piligriminis turizmas, religinis turizmas, sakralinis turizmas, dvasinis turizmas yra dažnai tapatinamos ir naudojamos kaip sinonimai, tačiau piligrimystė arba vertybinė kelionė savo esme yra visiškai priešinga turizmui arba poilsinėms ir rekreacinėms kelionėms.

2. Literatūros analizė leido išskirti šiuos turizmo rinkodaros kanalus: žurnalai ir laikraščiai, radijas, televizija, skrajutės ir bukletai bei lankstinukai, lauko reklamos, ekspozicijos ir parodos, internetas. Ankščiau turizmo sektorius daugiausiai dėmesio skirdavo tradiciniams rinkodaros kanalams, tokiems kaip televizija, radijas, žurnalai, laikraščiai ir t.t Internetas turizmo rinkodarai atvėrė naujas galimybes: dabar galima palyginti, lengvai ir nebrangiai pasiekti globalias rinkas be jokių tarpininkų. Tačiau, nepaisant gausybės teigiamų internetinės rinkodaros aspektų, išlieka poreikis taikyti tradicines rinkodaros priemones, mat tai gali būti vienintelis ar vienas iš būdų pasiekti konkrečią tikslinę auditoriją.

3. Tyrimo rezultatai parodė, kad visos paminėtos viešinimo priemonės gali būti efektyvios, jei jos bus naudojamos tikslingai, taikant individualius kiekvienai tikslinei grupei tinkamus sprendimus konkrečioje situacijoje. Susumavus apklausos rezultatus matyti, kad mažiausiai efektyvus piligriminio turizmo viešinimo kanalas – spauda, o efektyviausias – internetas, išskiriant Facebook, Instagram, Youtube, akcentuojant filmuotą medžiagą, žmonių patirtis.

LITERATŪRA

1. Armaitienė, A. (2009). Aiškinamasis turizmo terminų žodynas. Mokslo ir enciklopedijų leidybos institutas. Vilnius. 168 p.
2. Bakanauskas, A., & Liesionis, V. (2008). Elektroninis marketingas. Kaunas: VDU leidykla. Kaunas. 183 p. (Žiūrėta 2020-11-07). Prieiga per internetą <https://www.vdu.lt/cris/handle/20.500.12259/56677>
3. Camino Lituano. (2020). (Žiūrėta 2020-11-08). Prieiga per internetą <http://www.caminolituano.com/apie-camino-lituano>
4. Kairytė, G. (2016). Darius Liutikas: „Kasmet auga piligrimų skaičius Lietuvoje“. Bernardinai.lt. (Žiūrėta 2020-11-08). Prieiga per internetą <https://www.bernardinai.lt/2016-12-01-darius-liutikas-kasmet-auga-piligrimu-skaicius-lietuvoje/>

5. Kardelis, K. (2002). Mokslinių tyrimų metodologija ir metodai. 2-asis pataisytas ir papildytas leidimas. Kaunas. 143 p.
6. Kun. Smilgevičius, K. (2016). Piligrimystės istorija. Samprata, raidos apžvalga ir reikšmė. Artuma. (Žiūrėta 2020-11-06). Prieiga per internetą <https://www.artuma.lt/archyvas/rinkiniai/show/piligrimyste-samprata-raidos-apzvalga-ir-reiksme>
7. Lietuvių kalbos žodynas (2020). Lietuvių kalbos institutas. (Žiūrėta 2020-11-06). Prieiga per internetą <http://www.lkz.lt/?zodis=turizmas&lns=-1&les=-1&id=26127210000>
8. Liutikas, D. (2009). Moderni piligrimystė- skirtingų vertybių išraiška. Socialinių tyrimų institutas. Logos 61. P. 192-201. (Žiūrėta 2020-11-07). Prieiga per internetą http://www.litlogos.eu/L61/Logos_61_192_201_Liutikas.pdf
9. Liutikas, D. (2013). Experiences of Pilgrimage in Lithuania: Expressions of Values and Identity at New Destinations, Journal of Tourism Consumption and Practice Volume 5 No.2. P 43–60. (Žiūrėta 2020-11-08). Prieiga per internetą https://www.researchgate.net/publication/259469665_Experiences_of_Pilgrimage_in_Lithuania_Expressions_of_Values_and_Identity_at_New_Destinations
10. Liutikas, D. (2006). Piligrimystė ir turizmas: panašumai ir skirtumai. Filosofija. Sociologija. Lietuvos mokslų akademijos leidykla. Vilnius. Nr. 2. P. 35–43. (Žiūrėta 2020-11-07). Prieiga per internetą <http://mokslozurnalai.lmaleidykla.lt/publ/0235-7186/2006/2/35-43.pdf>
11. Liutikas, D. (2009). Piligrimystė. Vertybių ir tapatumo išraiškos kelionėse. / Socialinių tyrimų institutas. Vilnius: Lietuvos piligrimų bendrija. P. 1 - 240 .
12. Navickienė, R. , Meiste, R. , Sadauskaite, R. (2019). Perspectives of Green Pilgrimage Tourism in Lithuania. Balkan and Near Eastern Journal of Social Sciences. (Žiūrėta 2020-11-06). Prieiga per internetą http://www.ibaness.org/bnejss/2019_05_02/09_Navickiene_et_al.pdf
13. Tarptautinių žodžių žodynas (1985). Vilnius. Vyriausioji enciklopedijų redakcija.
14. Turizmo terminų žodynas (2009). Valstybinis turizmo departamentas prie Lietuvos Respublikos ūkio ministerijos, mokslo ir enciklopedijų leidybos institutas. (Žiūrėta 2020 11-08) http://www.tourism.lt/uploads/documents/Naudinga_informacija/turizmo_terminu_zodynas/Turizmo_zod.pdf

PILGRIMATE TOURISM ADVERTISING MEASURES IN LITHUANIA

RASA BALSEVICIENE

Vytautas Magnus University, faculty of arts
The Tutor: doc. dr. R. Navickiene

ANNOTATION

The article analyzes pilgrimage tourism as one of the branches of religious tourism and further describes it as a synonym for religious tourism. Recently, travel has become a kind of medicine - when traveling we are looking for ways to get healthy, get stronger physically, relax. Just like the body, travel can heal the soul - from routine, from tension, from the unknown. Modern man needs value travel. Such is pilgrimage tourism, which, despite the old roots of its origin, is also new, rediscovered for modern man. But again, it is not so easy to organize such a trip today, to find information about pilgrimages, routes. The article discusses the channels of publicity of tourism services in the theoretical aspect and presents the results of qualitative research, which shows what are the marketing tools used in practice and which of them are the most effective.

Keywords: pilgrimage tourism, pilgrimage, pilgrimage, publicity, marketing, religious tourism.

TAPATYBĖS RAIŠKA MENE: KULTŪRINIO TURIZMO IR KULTŪROS ANIMACIJOS PAVYZDŽIO PRAKTINĖ ANALIZĖ

ARŪNAS DAGYS

Vytauto Didžiojo universitetas
Konsultantė dėstytoja dr. Regina Navickienė

ANOTACIJA

Tapatybę apibūdinti yra sunku kaip ir kultūrą, nes tai labai unikalios bei abstrakčios filosofinės sąvokos. Tapatybės raiška mene įvairi, tapatumas paveikia asmenį, bendruomenę, įprasmina kultūrą, suteikia žinių ir gebėjimų, leidžia puoselėti ir įvertinti unikalų paveldą, skatina turizmą. Tinkamai parinkti kultūros kūrimo, tyrimų ir sklaidos metodai, pavyzdžiui, kultūrinė animacija, leidžia kultūros įstaigoms būti patrauklioms, supažindina, įveiklina asmenį ir bendruomenę naujiems kultūros projektams, kurie kaip traukos objektai visada aktualūs kultūriniam ir kūrybiniam kultūriniam turizmui.

Raktiniai žodžiai: tapatybė, tapatybės raiška, kultūra, kultūros animacija, kultūros turizmas, kūrybinis kultūros turizmas.

IVADAS

Temos aktualumas. Žmogus – socialus individas, kuriam rūpi mokytis, pažinti, patirti. Vis daugiau keliaujančių žmonių domisi kultūriniu turizmu, vertina savo ir svetimas kultūras, todėl nori patirti daugiau ir įvairesnių patirčių, nebesitenkina tik tomis, kurios aprašytos įprastiniuose kelionių aprašymuose. Labiau pažinęs save ir pasaulį, asmuo įsitraukia į bendruomenės veiklą, būna kritiškesnis, siūlo idėjas bendruomenei, kultūros įstaigoms arba pats inicijuoja kultūros projektus, tampa kultūros animatoriumi. Kartu su žmogumi, laikmečiu kinta ir kultūros įstaigų veikla – jos tampa atviresnės, originalesnės, jų veikla neapsiriboja konkrečiu objektu. Siekiama bendradarbiauti, dalytis patirtimi, organizuoti bendras veiklas, patraukiančias vis sugrįžtančių vietinių ir naujai tas vietas atrandančių turistų – visa tai kultūrinio turizmo išraiška. Šiame straipsnyje siūlomas kultūrinės animacijos pavyzdys skatina įvairialypę tapatybės raišką mene, sužadina diskusiją ir įveiklina kultūros vartotojus.

Problema. Lietuvoje vis dar per mažai žinoma apie kultūros animaciją, skatinančią žmogaus ir bendruomenės visapusišką tobulėjimą ir bendradarbiavimą, kuriančią prielaidas kūrybiniam kultūriniam turizmui.

Tikslas. Remiantis literatūriniais šaltiniais ir praktinio pavyzdžio analize, atskleisti tapatybės, kultūros ir turizmo dermę.

Uždaviniai:

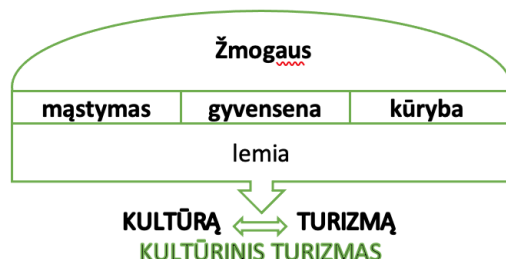
1. Aptarti kaip įvairialypę tapatybės raišką atspindi mene.
2. Apibrėžti kultūros animatoriaus paskirtį.
3. Nustatyti kokį poveikį menas, kultūra daro turizmui.

Tyrimo metodai: literatūros ir kitų šaltinių analizė, atvejo (Valstybės pažinimo centro vienos ekspozicijos) analizė, dedukcija, apibendrinimas.

KULTŪROS IR TURIZMO SĄVEIKA

Apibrėžti kultūros terminą yra gana sunku, nes kultūros aprėptis yra begalinė. „Romėnai, įvedę į savo kalbą žodį „kultūra“ (lot. „cultura“ – apdirbimas, ugdymas, auklėjimas, lavinimas, tobulinimas, vystymas, garbinimas), norėjo pabrėžti, kad ji yra vyksmas, procesas, o ne rezultatas. Šiandien, deja, kultūra labiau suvokiama kaip rezultatas ir tapatinama su materialiomis ir dvasinėmis gėrybėmis, socialiniais santykiais, gyvenimo būdu“ (VDU, 2008). Geografijos mokslų daktaras, Europos turizmo ir laisvalaikio švietimo asociacijos (European Association for Tourism and Leisure Education – ATLAS Europe) įkūrėjas ir kultūrinio turizmo tyrėjas G. Richardsas (Greg Richards) teigia, kad vartojama daugiau nei 300 skirtingų kultūros apibrėžčių. Pasak tyrėjo, atsižvelgus į tai,

kaip turistai vartoja kultūrą, galima teigti, kad kultūrinis turizmas apima žmonių mąstymą (požiūrį, įsitikinimus, idėjas ir vertybes), gyvenseną (gyvenimo būdą) ir kūrybą (meno kūrinius, kitus kultūros produktus) (Richards, 2016). Norint apibrėžti kultūros turizmo terminą, reikia suprasti, jog kultūra susideda iš žmonių vertybių, žinių ir gebėjimų, gyvensenos, kultūrinių procesų, veikiančių kūrybą, ir jų produktų.



1 pav. Žmogaus gyvenimo, kultūros ir turizmo dermė

Kultūros paveldą pažinti ir perprasti padeda noras keliauti, domėtis kultūra. Pasaulinė turizmo organizacija (UNWTO) kultūrinį turizmą apibrėžia kaip „turizmo veiklos rūšį, kur lankytojo pagrindinė motyvacija yra mokytis, atrasti, patirti ir naudotis materialiais ir nematerialiais kultūros paveldo objektais <...> apimančiais meną ir architektūrą, istorinį ir kultūrinį paveldą, kulinarinį paveldą, literatūrą, muziką, kūrybines industrijas ir vietines kultūras su jų gyvenimo būdu, vertybių sistema, įsitikinimais ir tradicijomis“ (UNWTO, 2017). Kultūrinį turizmą įprastai galima apibrėžti kaip „asmenų judėjimą į kultūros objektus toli nuo jų gyvenamosios vietos, siekiant surinkti naują informaciją ir patirtį, kad būtų patenkinti kultūriniai poreikiai“ (Richards, 2016). Kaip buvo minėta, kultūrinis turizmas apima paveldo, meninį, etninį turizmą ir kasdienio gyvenimo „gyvąją kultūrą“, todėl šiais laikais išskiriamas ir kūrybinis kultūrinis turizmas, kuris iš esmės yra turizmo forma, leidžianti lankytojams įgyti žinių, taip pat išsiugdyti individualius įgūdžius, kūrybinius gebėjimus, inicijuoti kultūros pokyčius (Richards, 2016; Richards, 2020; Masadeh, 2019). Lietuvoje tokių pavyzdžių gana daug, galima kelis iš jų paminėti: Naisių gyvenvietės kultūrinės iniciatyvos, MO muziejaus veikla ir iniciatyvos, Kultūros nakties festivalis... Turizmas šiandien neapsiriboja vien meno pažinimu, kai paveldas yra tik aplankomas, išklausoma gido pasakojimo ar savarankiškai perskaitoma apie vieną ar kitą paveldo objektą, norima daugiau unikalių potyrių, išskirtinių aktyvų dalyvavimą skatinančių edukacijų, sąsajų su kitais kultūros procesais, gebėjimu meną kurti, perkurti, viešinti.

Kultūros animacijos paskirtis

Turizmas reikalingas kiekvienai vietai dėl ekonominės, socialinės ir kultūrinės naudos. Siekiama, kad turistai susipažintų su vietinių žmonių istorija, kultūra, pasaulėžiūra, bet per daug nepakeistų vietinių gyventojų identiteto. Norėdamos sudominti vietinius ir turistus, kultūros organizacijos (muziejai, galerijos, teatrai ir kt.) turi gebėti nuo tradicinių kultūros vartojimo formų pereiti prie originalių kūrybinio turizmo sprendimų. G. Richardsas teigia, kad paminklai, muziejai yra viena iš labiausiai prieinamų kultūrinių traukos formų, o, pavyzdžiui, opera ir baletas reikalauja didesnio „kultūros išprusimo lygio“ (Richards, 2016). Tokiam lygiui pasiekti reikalingas susidomėjimas ir sudominimas, informacijos pateikimas ir renginių viešinimas patraukliomis formomis ir veiklomis, pavyzdžiui, kultūros animacija. Anot R. Mažeikienės straipsnio leidinyje „Kultūros animacija“, kultūros srityje animacija – tai ne tik kultūros ir meno procesų skatinimas, bet ir visuomenės gyvenimo aktyvinimas per meninę ir kultūrinę veiklą. Šiam kultūros perteikimo būdui didelę įtaką padarė brazilų pedagogo Paulo Freire'o išlaisvinamosios pedagogikos idėjos, kur kultūrinė veikla (lavinimasis, kūryba) gali tapti „laisvės praktika“, padedanti žmonėms „kritiškai ir kūrybiškai santykiuoti su tikrove, rasti būdą dalyvauti pertvarkant gyvenimą ir pasaulį“ (Žukienė,

Mažeikienė, Dovydaitytė, 2007). Kuo platesnis kultūros supratimas, tuo didesnė skirtingų meno sričių ir turizmo objektų dermė. Be abejo, kad turistinės vietos būtų patrauklios, svarbus pačių bendruomenių kultūrinis išprusimas, gebėjimas mąstyti laisvai, kritiškai ir kūrybiškai.

Kultūros animatoriais tapusiems tokių bendruomenių nariams: kultūros sektoriaus darbuotojams, gidams, mokytojams – kaip edukatoriams reikia gebėti perteikti žinias ir patiems inspiruoti kūrybines idėjas, įkvėpti kitus. Kultūrą puoselėjantis ir kuriantis asmuo turi pasižymėti ne tik profesinėmis, bet ir reikalingomis asmeninėmis savybėmis, kur svarbus kūrybiškumas, lyderystė, bendradarbiavimas ir iniciatyvumas. Minėtos savybės bendruomenės narius skatina veikti ir labiau bendradarbiauti. Pasak L. Dovydaitytės straipsnio leidinyje „Kultūros animacija“, „kultūros animacija reiškia ne tiek meninio ar kultūrinio produkto pristatymą bendruomenei, kiek bendruomenėje jau egzistuojančių sociokultūrinių iniciatyvų atpažinimą, skatinimą, palaikymą ir koordinavimą. Todėl galima teigti, jog kultūros animacija yra veikla, kylanti „iš apačios“, besiremianti ir skatinanti pačios bendruomenės iniciatyvas, o ne jėga, veikianti „iš viršaus“ (Žukienė et al., 2007). Didėjantis kiekvieno bendruomenės nario kaip kūrėjo ir įvairių kultūros įstaigų bendradarbiavimas leidžia pačiam žmogui tobulėti ir atneša pridėtinę naudą bendruomenei. Kūrybinis visuomenės aktyvinimas ir kūrybinė plėtra taip pat siejama su kultūriniu turizmu kaip priemone, kuria siekiama pagyvinti paveldo vietas ir suteikti pridėtinę vertę (Richards, 2020). Taigi, svarbu, kad kultūros vartotojai patys inicijuotų, organizuotų ir įgyvendintų įvairius kultūrinius projektus, skatintų individo ir skirtingų socialinių grupių kūrybiškumą, pasinaudoję vietiniu paveldu, pritaikę rinkodaros ir viešųjų ryšių strategijas, skleisť reklamę žinią ir sulauktų kultūrinių turistų.

Meno pavyzdžio analizė pasitelkiant kultūros animaciją

Aptarus teorinius kultūros puoselėjimo ir sklaidos būdus, vėta grįžti prie praktinių pavyzdžių. Tiek vietinio, tiek atvykstamojo kultūrinio turizmo viena iš dažniausiai lankomų vietų – muziejai. Straipsnyje pasirinktas analizuoti praktinis kultūros turizmo (lankoma vieta) ir kultūros animacijos (meno objekto pristatymas ir interpretacija) pavyzdys: Valstybės pažinimo centre eksponuojamas Eglės Kuckaitės darbas-sienos akcija „Karalių pasaka“.

Valstybės pažinimo centras – modernus muziejus. 2016 m. kovo 10 d. Lietuvos Respublikos Prezidento rūmų ansamblyje atidaryto edukacinio centro vizija – Lietuvos ateitimi tikintys ir ją aktyviai kuriantys, atsakomybę už save ir kitus piliečius prisiimantys žmonės. Vienoje moderniausių Lietuvos edukacinių erdvių, pasitelkiant šiuolaikines technologijas ir interaktyvumą, siekiama atsakyti į klausimus, kaip veikia demokratiška valstybė ir jos institucijos bei kaip į valstybės kūrimą ir valdymą gali įsitraukti jos piliečiai (Valstybės pažinimo centras, 2016). Iš Valstybės pažinimo centro pristatymo galima teigti, kad tai kūrybinio kultūrinio turizmo objektas, žinoma, pirmiausia skirtas Lietuvos gyventojams. Šio centro nuolatinės ir laikinos ekspozicijos įtraukia ne tik klausytis edukatoriaus pasakojimo, bet ir praktiškai išbandyti įvairias veiklas ir eksponatus. Kruopščiai parengtos ekspozicijos leidžia teigti, kad centras turi, samdo gerus kultūros animatorius (menininkus, gidus, vadybininkus, kitus savo srities specialistus).

Valstybės pažinimo centre viena erdvė skirta tapatybės raiškai, nors tapatybės tema kalbama analizuojant ir kitas kultūrinės-istorinės ekspozicijas. Minėtoje erdvėje pristatomi du darbai: Eglės Kuckaitės darbas „Karalių pasaka“ ir Audriaus Novicko darbas „ID“. Atvejo analizei pasirinktas Lietuvos grafikės, skulptorės, tapytojos darbas „Karalių pasaka“ (2016 m.). Nors pats darbas negali būti vadinamas kultūros animacija, tačiau yra daug nusakantis (2 pav.).



2 pav. Eglė Kuckaitė. **Karalių pasaka**. Sienos akcija. Valstybės pažinimo centras. 2016. Siena, antspaudai, tušas (Naujasis Židinys-Aidai, 2018)

Sienos akciją Valstybės pažinimo centre analizuoti gali muziejaus edukatorius, gidas, mokytojas, bet kuris iš anksto pasirengęs ir su Valstybės pažinimo centru apsilankymo laiką suderinęs žmogus. 2017 metais Valstybės pažinimo centras su Ugdymo plėtotos centro (dabar Nacionalinė švietimo agentūra) darbuotojais ir samdytais mokytojais parengė leidinį „Pamokos Valstybės pažinimo centre. Mokomoji medžiaga“. Leidinyje įvairių dalykų mokytojai, integruodami mokomuosius dalykus ir Valstybės pažinimo centro ekspozicijas, pristato praktines veiklas skirtingų klasių mokiniams. Praktinę lietuvių kalbos ir literatūros veiklą „Sigitas Geda – Lietuvos modernios poezijos, kultūros kūrėjas (įvadinė pamoka)“ parengė lietuvių kalbos ir literatūros mokytojai: Onutė Baumilienė, Marija Česonienė ir Arūnas Dagys. Šios praktinės veiklos viena iš dalių aptaria E. Kuckaitės sienos akciją. Kultūros animatorius, aptardamas E. Kuckaitės darbą, kitų šalių turistams trumpai pristatytų Lietuvos žmonių pasaulėžiūrą ir kultūrą, kurtą skirtingais laikotarpiais. Kultūra besidomintys užsieniečiai galbūt atpažintų Adomą Mickevičių, M. K. Čiurlionio paveikslo „Karalių pasaka“ motyvus. Daug laiko kultūros animatorius šiai veiklai neskirtų, nes minėti turistai nori susipažinti su visa centro ekspozicija. Lietuvos gyventojams taip pat galėtų būti taikomas panašus pristatymo būdas kaip ir užsieniečiams, tačiau susidomėjusiems arba ypač vyresniųjų klasių mokiniams, kurie atpažintų paveiksle tam tikrus simbolius, per diskusinę analizę euristiniu pokalbiu (užduodami įtraukūs diskusiniai klausimai, galimi interpretaciniai atsakymai, skatinami pastebėjimai) galima vesti edukaciją apie tapatybės raišką, Lietuvos kultūros laikotarpius, bruožus ir žmonių gyvensenos ypatumus.

Tapatybės raiška mene

Aptariant E. Kuckaitės sienos akciją „Karalių pasaka“, svarbu atkreipti dėmesį į kiekvieną atskirą simbolį, tačiau galiausiai visus simbolius vienija kultūrinė dermė ir plotmė. Pirmiausia darbe atpažįstama realizmo rašytoja, kultūros veikėja Julija Beniuševičiūtė-Žymantienė Žemaitė (1845–1921); Adomas Bernardas Mickevičius (1798–1855) – lenkų kalba kūręs romantizmo poetas, politinis ir kultūros veikėjas; modernisto (simbolisto, neoromantiko) profesionalaus muziko, dailininko Mikalojaus Konstantino Čiurlionio (1875–1911) paveikslas „Karalių pasaka“ (3 pav.); brandžiojo klasicizmo architekto Lauryno Stuokos-Gucevičiaus (1753–1798) projektuota Vilniaus šv. vyskupo Stanislovo ir šv. Vladislovo arkikatedra bazilika; modernizmo ir postmodernizmo kūrėjo Justino Marcinkevičiaus (1930–2011) vienoje iš trilogijos „Mindaugas“, „Mažvydas“, „Katedra“ dalių aprašyta Vilniaus katedros, kultūros raida. Minėtų Lietuvos kūrėjų gyvenimo laikas

apima daugiau nei 250 metų, juos sieja ir skiria įvairios meno kryptys bei laikotarpiai. Beje, kultūros tąsą vaizduoja ir savo darbu įprasmina bei interpretuoja šių laikų postmodernistė Eglė Kuckaitė.

Kultūrinė atmintis Lietuvos mene dėl patirtų suvaržymų okupacijos metais ir sparčios idėjų bei raiškos kaitos nepriklausomybės laikotarpiu išreiškė paradoksą. „Viena vertus, nacionalinės tapatybės klausimai sugestijuoja pastovių vertybių paiešką – tai padeda išryškinti tradicijų, tautos išlikimo, tęstinumo pavyzdžius. <...> Kita vertus, šiuolaikinis menas iš principo labiau siejamas su kaita, neapibrėžtumu, nuolatinio tapatybės kvestionavimu, nusistovėjusių įvaizdžių dekonstravimo strategijomis“ (Trilupaitytė, 2009), pavyzdžiui, modernizmo laikotarpiu J. Marcinkevičiaus kurta tautinė trilogija susidūrė su poreikiu apeiti sovietinę cenzūrą – tapatybės raiška aiški, tačiau ji galėjo būti kitokia (be Ezopo kalbos, būdingos meniniam tekstui), jei nebūtų laikotarpio meninių suvaržymų. Įdomu, kad modernizmo ir postmodernizmo mene svarbios naujos interpretacijos, akcentuojama laisva mintis. Postmodernistinio meno kūrėjos E. Kuckaitės sienos akcijoje pastebimas šių laikų lytinės tapatybės sureikšminimas: kultūrą vienodai kuria ir moterys, ir vyrai. Šiuo atveju nėra atsiribojama nuo tradicinių kultūros simbolių, bet jie interpretuojami kūrybiškai, įtaką tam daro ir laikmečio tendencijos. Taigi praeities ženklai ir jų interpretacija dabarties mene, kultūros iniciatyvose siejasi su istorinės atminties įprasminimu ir aktyvinimu naujam gyvenimui, išsaugant savitumą ir paveldą.



3 pav. Mikalojus Konstantinas Čiurlionis. Pasaka (Karalių pasaka). 1909 m. (<http://ciurlionis.eu>)

Be to, Kuckaitės darbas atkartoja M. K. Čiurlionio paveikslo (3 pav.) stilistiką, tik tamsiame miške yra ne šviečiantis Lietuvos kaimas, kuris laikomas karalių delnuose, sureikšminamas, sakralizuojamas, pristatomas kaip vertingas, atraminis, o Stuokos-Gucevičiaus projektuota balta Vilniaus katedra, kuri šiame darbe atspindi socialinio gyvenimo kaitą ir kultūros kūrimą, perkūrimą. Saulės spinduliuose išrašyti žodžiai „Sek paskui širdį“, „Širdis yra liepsna“ simbolizuoja romantinę meilę, mūzos paieškas, troškimus. Interpretacijai labai svarbi skruzdžių (aprasa, katedra), grūdų (veidai, rankos), ežiukų (saulės pusapskritimis) simbolika: skruzdės simbolizuoja darbštumą, bendrystę, grūdai – vaisingumą, darbą, ežiukai – apsaugą, taiką. Aptarus simbolių analizę kaip pažinimo procesą, pereinama prie interpretacinės tapatybės raiškos suvokimo. Tapatybė, tapatumas – tai subjektyvus savęs kaip individo, derinančio įvairius visuomenės vaidmenis, suvokimas, būdingas tam tikros bendruomenės nariams (Švagžlys, 2012). Sienos akcijoje tapatybės raiška labai įvairi: tautinė, pilietinė, etninė, kultūrinė, romantinė, realistinė, valstietiška, urbanistinė, lytinė ir kitos tapatybės formos įprasmina Lietuvos kultūros istoriją. Galiausia galima teigti, kad kiekvienas

asmuo, kūrėjas derina asmeninę pasaulėžiūrą ir visuomenės normas, be abejo, todėl žmogaus tapatybė dažnai nulemia pasaulėžiūrą, kūrybą.

Tapatybė veikia kultūrą, o kultūra atspindi tapatybę. Juk žmogus visada su kuo nors tapatinasi. Pasak R. Žukienės, tapatumas yra kaip pamatinis kultūrinės savimonės faktorius, „kultūra augina ir tvirtina pilietinės visuomenės vertybinius pamatus, ugdo kolektyvinę tapatumo sampratą, sukuria naujas pilietinio solidarumo formas, todėl kultūros būklė daro didžiulę įtaką socialinei savijautai, nacionaliniam sąmoningumui“ (Žukienė et al., 2007). Jau buvo teigta, kad kultūriniai turistai neturi paveikti vietinių identiteto, tačiau, pasak M. Adomėno, „šiais laikais dėl globalizacijos ir bendruomenių tapatybių ribos keičiasi. Desocializacija, bendruomeninių ryšių silpnėjimas ir trūkinėjimas migraciją spartina ne mažiau, negu pasaulio atsivėrimas. Tai susiję ir su besikeičiančia socialine tikrove, ir su vertybių kompleksų pokyčiais – juos apmąstyti ir įvertinti yra svarbus uždavinys kultūrinei ir filosofinei refleksijai“ (Adomėnas, 2018). Vadinasi, visais laikais savos ir svetimos tapatybės suvokimas darė ir daro įtaką kultūros procesams, o tapatumo raiška buvo ir yra vienas iš dažnai analizuojamų filosofinių objektų.

APIBENDRINIMAS

Aptartas kultūros animacijos atvejis (modernus muziejus, iškalbus kūriny, įvairios interpretaciją skatinančios aktyvios edukacijos, medžiagos viešas publikavimas ir prisitaikymas pagal savo poreikius) skatina asmens ir bendruomenės diskusiją, veikia kūrybinį kultūrinį turizmą, nes „naujoji muzeologija savo idėjiniu pagrindu laiko ne pasyvų pažinimą, bet aktyvų estetinį išgyvenimą dalyvaujant procese (animaciją), todėl muziejininkai skatinami galvoti apie daikto (eksponato) ir žodžio, minties, idėjos, tradicijos perteikimo problemas, apie tai, kaip pabrėžti emocinį išgyvenimą, o ne vien „sužinojimą“ (Žukienė et al., 2007). Per patirtį įgytas kūrybiškumas dažnai laikomas jau ne vieno žmogaus, o bendruomenės tikslu puoselėti kultūros paveldą. Kritiškas santykis su savimi, vietinės ir globalios kultūros pažinimas ir interpretacija leidžia stiprinti aptartas asmenines ir profesines savybes, reikalingas tapatumui skleisti neatsisakant savitumo, o iniciatyvumas, bendradarbiavimas, kūrybinės idėjos visuomenėje išlaisvina žmonių kaip potencialių kultūros kūrėjų galias. Savo, šeimos, bendruomenės, tautos pažinimas ir tapatumas yra tarsi kelrodis, sąsaja, kuri sieja žmogų ir kultūrą.

IŠVADOS

1. Tapatybė suprantama kaip subjektyvus savęs pažinimas prisiimant visuomenėje egzistuojančius vaidmenis, kylančius iš gilių praeities, giminės šaknų, dabarties gyvensenos. Be abejo, suvokiama, kad tapatybė neatskirama nuo kultūros, visa tai formuoja istorinę, kultūrinę ir filosofinę savimonę. Menas šiais motyvais žaidžia: juo individo ir visuomenės tapatumas įprasminamas arba išskirtinai interpretuojamas, perkuriamas, sutvirtinant žmogaus vertybinius pamatus ir kultūrinę savastį. Juk Kuckaitės sienos akcijoje vaizduojama kultūrinio tapatumo dermė ir šiandien svarbi Lietuvos gyventojams.

2. Kultūros animacija yra susijusi su kultūros procesų skatinimu, visuomenės gyvenimo aktyvinimu per meninę ir kultūrinę veiklą. Kultūros animatorius turi pasižymėti asmeninių ir profesinių savybių, reikalingų iniciatyvoms atpažinti, bendradarbiavimui ir kūrybiškumui skatinti, kūrybinėms idėjoms realizuoti, koordinuoti ir viešai paskleisti, rinkiniu. Valstybės pažinimo centro atveju kultūros animatorius – kūrybinės idėjos autorius, menininkas, edukatorius ir kiekvienas meno interpretatorius, gebantis pažinti ir dalytis estetiniu išgyvenimu su visuomene, puoselėjantis pilietinės visuomenės vertybinius pamatus.

3. Žmogaus mąstymas, gyvensena ir kūryba formuoja kultūros vartojimą, susijusį su kultūriniu pažinimu, turizmu. Kultūrinis turizmas apima norą pažinti, naudotis materialiais ir nematerialiais kultūros paveldo objektais, supažindinančiais su vietine kultūra, gyvenimo būdu,

įsitikinimais ir tradicijomis. Pažinimas, įgūdžiai, kūrybiniai gebėjimai inicijuoti kultūros pokyčius, mąstant apie paveldo sklaidą ir turizmą, atskleidžia kūrybinio kultūrinio turizmo paskirtį.

LITERATŪRA

1. Adomėnas, M. (2018). Ateities iššūkiai visuomenei ir humanitariniai mokslai. Iš Naujasis Židinys-Aidai (2018/2). Prieiga per internetą: <http://docplayer.lt/167756045-Atkurtai-lietuvai-100-atkurtai-lietuvai.html>
2. ATLAS. Prieiga per internetą: <http://www.atlas-euro.org/about.aspx>
3. M. K. Čiurlionio tapyba. Prieiga per internetą: <http://ciurlionis.eu/lt/tapyba/galerija/>
4. Masadeh, M. (2019). Creative cultural tourism as a new model for cultural tourism. Prieiga per internetą: https://www.researchgate.net/publication/335962943_Creative_Cultural_Tourism_as_a_New_Model_for_Cultural_Tourism#fullTextFileContent
5. Naujasis Židinys-Aidai. (2018/2). Prieiga per internetą: <http://docplayer.lt/167756045-Atkurtai-lietuvai-100-atkurtai-lietuvai.html>
6. Pamokos Valstybės pažinimo centre. Mokomoji medžiaga. (2017). Vilnius. Prieiga per internetą: [http://pazinkvalstybe.lt/upload/user_uploads/Leidiny/UPC_leidiny_\(redaguotas\).pdf](http://pazinkvalstybe.lt/upload/user_uploads/Leidiny/UPC_leidiny_(redaguotas).pdf)
7. Richards, G. (2017). Cultural Tourism. In Archaeological Displays and the Public: Museology and Interpretation, Second Edition. London and New York: Originally published by University College London Institute of Archaeology.
8. Richards, G. (2020). Designing creative places: The role of creative tourism. Prieiga per internetą: https://www.researchgate.net/publication/343458094_Designing_creative_places_The_role_of_creative_tourism
9. Švagžlys, J., K. (2012). Tautinė ar europinė tapatybė? Prieiga per internetą: <https://www.delfi.lt/news/ringas/lit/jksvagzlys-tautine-ar-europine-tapatybe.d?id=59575839>
10. Švietimo filosofinės koncepcijos. Mokomoji knyga studentui. (2008). Kaunas: VDU.
11. Trilupaitytė, S. (2009). Praeitis kintančioje dabartyje. Iš Lietuva 1009–2009. Vilnius: Vilniaus dailės akademijos leidykla.
12. UNWTO. Tourism and culture. (2017). Prieiga per internetą: <https://www.unwto.org/tourism-and-culture>
13. Valstybės pažinimo centras. (2016). Prieiga per internetą: [http://pazinkvalstybe.lt/upload/user_uploads/Kitos/Knygele_lietuviu_kalba_\(1\).Atnaujinta.pdf](http://pazinkvalstybe.lt/upload/user_uploads/Kitos/Knygele_lietuviu_kalba_(1).Atnaujinta.pdf)
14. Žukienė, R., Mažeikienė, R., Dovydaitytė, L. (2007). Kultūros animacija: metodinė priemonė (parankinė mokomoji medžiaga). Kaunas: VDU.

EXPRESSION OF IDENTITY IN ART: A PRACTICAL ANALYSIS OF THE EXAMPLE OF CULTURAL TOURISM AND CULTURAL ANIMATION

ARŪNAS DAGYS

Vytautas Magnus University
Tutor dr. Regina Navickienė

ANNOTATION

Describing identity is as difficult as culture because they are unique and abstract philosophical concepts. The expression of identity in art is diverse. It affects a person, a community, gives meaning to culture, provides knowledge and skills, allows nurturing and appreciating unique heritage, and promotes tourism. Properly selected methods of cultural creation, research and dissemination, such as cultural animation, enable cultural institutions to be attractive, introduce, engage the individual and the community in new cultural projects that are always relevant to cultural and cultural creative tourism.

LYDERYSTĖS RAIŠKA TURIZMO PASLAUGŲ SEKTORIUJE

KAMILĖ DAUKŠAITĖ

Lietuvos Sporto Universitetas

ANOTACIJA

Pateiktame darbe yra kalbama apie teorinius lyderystės svarbos turizmo paslaugų sektoriuje aspektus, kuomet plačiai paaiškinamos lyderystės teorijos ir samprata, pateikiamas ryšys tarp lyderystės ir vadovavimo bei paaiškinama kokia yra lyderio vaidmens svarba turizmo paslaugų sektoriaus veiklai. Be to, pateikiami lyderystės tobulinimo modeliai ir metodai bei yra supažindinama su lyderystės plėtojimo Lietuvos turizmo paslaugų sektoriuje tyrimo metodika.

TEORINIAI LYDERYSTĖS SVARBOS TURIZMO PASLAUGŲ SEKTORIUJE ASPEKTAI

Lyderystės teorijos ir lyderystės samprata

Siekiant būti lyderiu turizmo paslaugų sektoriuje būtina nustatyti ir įvertinti veiksnius lemiančius lyderystės raišką. Tai vertėtų pradėti daryti nuo gilinimosi į pačią lyderystės teoriją ir jos sampratą. Yra atlikta daug mokslinių tyrimų ir suformuota įvairių nuomonių, kas yra lyderis.

Daviso (2003) lyderystę apibūdina kaip judėjimą organizacijoje ar jos krypties keitimą nauja linkme, problemų sprendimą, kūrybingumą, naujų programų inicijavimą, organizacinių struktūrų kūrimą ir kokybės gerinimą.

Tačiau, kiek sudėtingesnį lyderystės modelį mato kitas autorius Hunt, J. G. J. (2004) kuris teigia, kad lyderystės sampratos yra neatsiejamai susijusios su įvairiais veiksniais, įskaitant, tikrovės pobūdį ir ontologinius klausimus, suinteresuotųjų šalių perspektyvomis ir analizės problemomis. Be to, autorius pateikia ir įvairius lyderystės sampratų pavyzdžius: lyderystę kaip pažinimą, lyderystę ir kultūrą ir lyderystės ugdymą.

Dar vieną lyderystės apibrėžimą pateikia Nanjundeswaraswamy, T. S., ir Swamy, D. R. (2014) sakydami, kad lyderystė yra socialinė įtaka ar procesas, kurio metu vadovas siekia savanoriško pavaldinių dalyvavimo bandant pasiekti organizacijos tikslus. Nors ir literatūroje pateikiama skirtingų lyderystės apibrėžimų, vertėtų vadovautis tais, kurie labiausiai atitinka šių dienų aktualijas.

Anot Kruse, K. (2013) lyderystė yra socialinės įtakos procesas, kuris maksimaliai padidina kitų pastangas siekiant tikslo. Šis apibrėžimas aiškiai nusako lyderystės esmę, tačiau svarbu labiau atkreipti dėmesį į pagrindinius šio apibrėžimo elementus.

Lyderystė kyla iš socialinės įtakos, o ne valdžios ar galios apibrėžime neminimi asmenybės bruožai, požymiai ar titulai. Efektyvi lyderystė gali turėti daugybę stilių, savybių. Lyderystė apima tikslą, o ne įtaką neturint numatomo rezultato lyderystė reiškia maksimalų pastangų įdėjimą. Kai lyderystės apibrėžimas tampa aiškesnis, galima plačiau apžvelgti lyderio savybes apie kurias rašo autoriai Winston, B. E., ir Patterson, K. (2006) atlikę tyrimą, kuriame nagrinėja įvairius lyderystės apibrėžimus ir lyderio savybes. Tyrėjai savo darbe atskleidė kad lyderystės sąvokoje gali būti labai daug kintamųjų kurie gali keisti apibrėžimo reikšmę. Tačiau, šio mokslinio tyrimo tikslas ir buvo suformuluoti lyderystės ir išsamų lyderio apibrėžimą, tokį koks jis yra tiksliausias. Tyrėjai teigia, kad lyderis gali būti vienas ar keli žmonės lyderiai, kurie pasirenka, aprūpina, apmoko ir daro įtaką vienam ar daugiau žmonių. Lyderis turi įvairiausių sugebėjimų ir įgūdžių ir yra orientuotas į žmones, organizaciją, organizacijos misiją ir tikslus. Taip pat, skatinantis ir kitus, entuziastingas, geros emocinės bei fizinės energijos. Tikras lyderis išsiskiria iš kitų, jis lengvai perpranta kitų įsitikinimus ir vertybes, kurių žinojimas padeda ateityje. Be to, dar labai svarbios lyderio savybės yra organizuotumas, išvalgumas, intuicija, įtikinama retorika, tarpasmeninis bendravimas ir mokėjimas pasitelkti kritinio mąstymo įgūdžius. Lyderis turintis visas šias savybes kitiems

žmonėms gali lengviau daryti įtaką, performuoti jų nuomonę. Tačiau, verta nepamiršti, kad lyderiui svarbi darni sąveika su jo pasekėjais ir asmeninis augimas, atsinaujinimas.

Be to, lyderis gali būti apibūdinamas kaip asmuo, kuris deleguoja ar daro įtaką kitiems veikti taip, kad būtų siekiamas tikslas. Būtent todėl, šiandieninėms organizacijoms reikia veiksmingų lyderių, kurie greitai supranta sudėtingumą ir greitai kintančią pasaulinę situaciją. Nanjundeswaraswamy, T. S., ir Swamy, D. R. (2014).

Kalbant apie lyderystę ir lyderius, vertėtų nepamiršti ir lyderystės stilių. Buvo atliktas tyrimas, kuriuo buvo norima pabrėžti lyderystės svarbą nustatant vadovavimo stilius ir praktiką Palestinos pramonės sektoriuje bei išsiaiškinant optimaliausią šiai šaliai stilių, siekiant padėti jos verslo lyderiams efektyviai ir efektyviai vesti savo verslą. Šiam tyrimui atlikti buvo naudojamas daugiafaktorinis lyderystės klausimynas ir struktūrizuotas interviu. Buvo nustatyti trys pagrindiniai lyderystės stiliai:

1. Transakcinis/sandorio lyderystės stilius- kai lyderiai skatina pasekėjus laikytis atlygio ir bausmių. Taikydami atlygio ir bausmių sistemą, tokie lyderiai gali išlaikyti trumpalaikį sekėjų motyvaciją.

2. Transformacinės lyderystės stilius- kai lyderis dirba su komanda, kad nustatytų reikalingus pokyčius ir nurodo kaip jiems vadovauti, sukuria viziją- įkvėpimo dėka, kartu su atsidavusiais grupės nariais.

3. Delegacinis lyderystės stilius (laissez-faire)- kai vadovai yra laisvi ir leidžia grupės nariams priimti sprendimus.

Šie trys lyderystės stiliai atliktame tyrime pasiskirstė taip: dažniausiai naudojamas vadovavimo stilius yra transakcinis/sandorio lyderystės stilius. Kalbant apie transformacinę lyderystę, ji buvo eksponuojama rečiau ir delegacinis lyderystės stilius buvo pasirinktas kaip rečiausiai pasitaikantis vadovavimo stilius ir dažniausiai tarp vadovų, turinčių žemą išsilavinimą, žemą ankstesnę vadovavimo patirtį. Buvo nustatyta, kad transformacinė lyderystė sukelia didžiausią pasitenkinimą, norą įdėti papildomų pastangų ir efektyvumą (As-Sadeq, H. A., ir Khoury, G. C. 2006).

Lyderystė ir vadovavimas

Lyderystė ir vadovavimas tarpusavyje yra neatsiejami. Apie tai kalba ir įvairių sričių mokslininkai. Wang, D., Xue, H., ir Xu, J. (2009) savo tyrime nustatė, kad vadovo efektyvumas konkurencinėje aplinkoje labai priklauso nuo lyderystės stilių efektyvumo. Todėl yra labai svarbu naudoti veiksmingą lyderystės stilių siekiant pagerinti darbuotojų pasitenkinimą. Lyderystės stiliai vaidina svarbų vaidmenį siekiant produktyvaus organizacijos tikslo įgyvendinimo.

Büchler, P ir kt. (2006) atliko tyrimą medicinos srityje. Tyrėjai teigia, kad lyderystės įgūdžiai yra būtini norint sėkmingai vadovauti chirurgijos skyriui. Šiame tyrime buvo nagrinėjami praktiniai chirurginio valdymo, lyderystės ir mokymo aspektai. Tai parodo, kaip verslo valdymo koncepcijų įgyvendinimas keičia darbo eigos valdymą ir chirurginį mokymą. Kad tai nustatytų, tyrėjai atliko sistemingą „Medline“ paiešką ir išanalizavo verslo vadybos publikacijas. Šiuo tyrimu buvo nustatyta, kad nei lyderystės, nei vadovavimo įgūdžiai nėra įgimti, o įgyti. Vadovavimas reiškia planavimą, kontrolę ir tinkamų struktūrų sukūrimą. Lyderystė numato pokyčius bei žmones nukreipia tinkama linkme ir laikosi suplanuotos vizijos. Todėl, norint daugiau pokyčių, reikia daugiau vadovavimo. Mokslininkai taip pat išsiaiškino, kad šiuolaikinės lyderystės ir vadovavimo teorijos turi būti pritaikytos ir chirurgijai. Verslo valdyje bendrieji sėkmingų lyderių bruožai yra orientacija į komandą ir bendravimo įgūdžius.. Tačiau atrodo, kad svarbiausias veikėjas yra emocinis intelektas. Naujos chirurgų mokymo koncepcijos apima mokymą darbo vietoje ir patobulintų darbo eigos valdymo sistemų įdiegimą. Taigi, akivaizdu, kad reikia chirurgų, turinčių pažangių verslo, lyderystės finansų ir organizacijos valdymo įgūdžių, todėl jiems reikės sistemingo ir pritaikyto mokymo.

Apie lyderystės svarbą kalba ir Lussier, R. N., ir Achua, C. F. (2015), kurie teigia, kad

lyderystė reiškia ne tik sugebėjimą turėti ir išlaikyti įtaką valdžioje, bet tai ir galimybė priversti žmones susidurti su atotrūkiu tarp vertybių, už kurias jie stovi, ir sąlygų, kurioms jie pritaria gyvename. Tyrėjai taip pat teigia, kad lyderystės įgūdžiai tampa vis svarbesni visose įmonėse ar jų veiklose. Nors ir lyderystės perspektyvos yra skirtingos, tačiau iššūkiai ir pokyčiai su kuriais dvidešimt pirmajame amžiuje tenka susidurti lyderiams duoda tam tikrą naudą.

Be to, apie lyderystės vertę kalbama ir kitoje mokslinėje publikacijoje. Atlikti tyrimai rodo, kad nauji vadovavimo procesai, gali būti svarbus konkurencinio pranašumo šaltinis. Šiame tyrime daugiausia dėmesio buvo skiriama vadybos naujovėms organizacijos lygiu nustatyti ir lyderio elgesio tyrimui. Ištirta, kad dėl savo svarbaus vaidmens organizacijose, aukščiausioji vadovybė gali daryti didelę įtaką vadovavimo naujovėms. Be to, kontekstiniai kintamieji, pavyzdžiui, organizacijos dydis, gali daryti įtaką lyderystei. Įdomu tai, kad šiuo tyrimu buvo nustatyta, kad mažesnės, ne tokios sudėtingos organizacijos, įgyvendindamos vadovavimo naujoves, gauna daugiau naudos iš lyderystės nei didelės organizacijos (Vaccaro, I. G., ir k.t. 2012).

Nanjundeswaraswamy, T. S., ir Swamy, D. R. (2014) tyrėjų darbas taip pat atskleidė, kad vadovas, kuris turi gerus santykius su darbuotojais, gali džiaugtis didesniu darbuotojų efektyvumu, palyginus su tais darbuotojais, kurie nesutaria su savo vadovu. Tyrimas taip pat atskleidė, kad tie lyderiai, kurie labai stengiasi įtraukti visus komandos narius į diskusijas ir sprendimus gali pasiekti geresnių rezultatų dirbant mažoje, bet labai motyvuotoje komandoje. Amitabh R. (2017) pritaria, kad lyderystės stiliai gali paveikti organizacinę kultūrą ir darbo kokybę.

Lyderio vaidmens svarba turizmo paslaugų sektoriaus veiklai

Kaip ir visuose sektoriuose, taip ir turizmo paslaugų sektoriuje, lyderystės vaidmens svarba nėra išimtis. Wang, J. (2019) savo straipsnyje pagrindinį dėmesį skiriama kultūrinio turizmo lyderystei. Tyrėjai teigia, kad jie naudoja specialią kultūrinę taksonomiją, pagrįstą turizmo literatūros apžvalga ir specialius modelius apimančius turistų tikslų, tipų ir uždavinių klasifikavimą. Autoriai teigia, kad kombinuotu vertinimu pagrįstas metodas gali būti naudingas vietos suinteresuotosioms šalims ir politikos formuotojams, taip pat vietos gyventojams ir patiems turistams. Vertinant vietinių kultūros objektų turizmo galimybes iš socialinių, politinių ir ekonominiu požiūriu, visa tai gali padėti didinti aptariamų kultūrinių turistinių vietų potencialą ir sustiprinti jų populiarumą bei plėtrą.

Kiti tyrėjai savo darbe bandė palyginti dvi regionines turizmo organizacijas (RTO), veikiančias toje pačioje geografinėje vietoje, bet esant skirtingoms valdymo sistemoms ir lyderystės metodams. Dviejuose RTO buvo organizuojami pusiau struktūrizuoti interviu su vadovais/lyderiais ir suinteresuotosiomis šalimis/pasekėjais. Buvo pasirinkta viena privataus sektoriaus vadovaujama organizacija ir viena viešojo sektoriaus vadovaujama organizacija Brazilijoje. Šio tyrimo tikslas buvo ištirti valdymo tvarkos įtaką šių RTO gebėjimui vadovauti turizmui. Rezultatai parodė, kad dalyvavimas, efektyvumas, teisėtumas, atsakingumas, efektyvumas ir skaidrumas daro įtaką regioninių turizmo organizacijų gebėjimui vadovauti. Be to, geras valdymas ir stipri lyderystė gali turėti skirtingas reikšmes. RTO gali parodyti skirtingą efektyvumo lygį skirtingose valdymo ir lyderystės srityse (Valente, F., Dredge, D., ir Lohmann, G. 2015).

Kitas, kiek kitoks tyrimas buvo atliktas Egipte, kai buvo siekiama ištirti lyderystės mokymo įtaką turizmo studentų požiūriui ir suvokimui apie lyderystę bei jų vadovavimo įgūdžiams. Tyrimas patvirtino modelį, kuriame buvo naudojamas pozityvus požiūris. Visi tyrimo kiekybiniai duomenys buvo renkami remiantis apklausos strategija, naudojant klausimynus, skirtus paskutiniųjų metų turizmo bakalauro studentų atrankai. Šio tyrimo išvados parodė, kad lyderystės dėstymas turizmo bakalauro kursuose Egipte turi įtakos studentų požiūriui ir suvokimui apie lyderystę, taip pat jų vadovavimo įgūdžiams. Be to, tyrimas suteikė aiškesnį vaizdą ir gilesnį supratimą apie problemas, susijusias su lyderystės mokymo trūkumu Egipto turizmo srityje (El-Gohary, H., ir Eid, R. 2013).

EMPRIRINIŲ TYRIMŲ LYDERYSTĖS RAIŠKOS IR LYDERYSTĖS TOBULINIMO SRITYJE APŽVALGA

Lyderystės raiška ir jos vertinimo metodai

Įvertinti lyderio efektyvumą dažnai yra sudėtinga užduotis daugeliui organizacijų. Paprastai taip yra todėl, kad daugumai vertinimo procedūrų įtakos turi organizacijos politika, jos nėra pagrįstos standartais, o elementai, kuriais vertinamas lyderis, yra neapibrėžti arba blogai apibrėžti. Oyinlade, A. O. (2006) atliko tyrimą, kuriame naudojant „Esminių lyderystės elgesio savybių“ (ELES) metodą, buvo norima įvertinti lyderystės efektyvumą. Taigi, ELES metodas yra grindžiamas tuo, kad lyderis turėtų būti įvertintas pagal aiškiai apibrėžtas elgesio savybes, o jo efektyvumo reitingas turėtų būti standartinis. Be to, šiuo ELES metodu pavyko nustatyti vadovo efektyvumą ir palyginti su elgesiu, kuris laikomas būtinu efektyviam vadovavimui. Lyderystės efektyvumas buvo nustatomas atsižvelgiant į kiekvieno lyderio elgesį ir bendrą vadovavimo efektyvumą. ELES metodas buvo pademonstruotas vertinant mokyklų direktorių vadovavimo efektyvumą akliems ar silpnaregiams mokiniams.

Knollenberg, W., ir McGehee, N. G. (2016) atliko mišraus metodo tyrimą, kuris buvo skirtas patikrinti esamoms teorijoms, sukurtoms politinei lyderystei, ištirti tiek vadovų, tiek jų pasekėjų arba atitinkamai, turizmo šalininkams ir turizmo pramonės nariams. Šiam tyrimui įgyvendinti, mokslininkai taikė mišrius metodus, kurie apėmė išsamius interviu su turizmo šalininkais bei naudojo internetines apklausas su turizmo pramonės nariais, siekiant įgyti įvairių perspektyvų ir užmegzti santykius su turizmo pramonės atstovais.

Be to, tyrėjai King, E., ir Nesbit, P. (2015) atliko darbą, kurio tikslas buvo ištirti būdus, kaip geriau ir atidžiau vertinti lyderystės ugdymo programos poveikį. Pagrindinis dėmesys čia buvo skiriamas dalyvių analizei po jų mokymosi kurso, lyginant ją su tradicine vertinamąja analize. Pastaruoju metu daugiausia dėmesio buvo skiriama lyderiams turintiems reikiamas savybes padedančias vadovauti sudėtingesnėje aplinkoje ar kūrimo procesuose, tačiau tokių programų vertinimo modeliai dažnai remdavosi metodika, pagal kurią reikia mokytis konkrečių įgūdžių, o ne vertinti, ar dalyviai geba prisitaikyti prie neaiškios ir sudėtingos aplinkos. Siekiant įgyvendinti šį tyrimą, lyderystės ugdymo programa buvo įvertinta dviem etapais ir palygintos išvados. Pirmajame etape buvo naudojamas tradicinis vertinimo metodas, o antrajame etape buvo naudojamas pusiau struktūrizuotas interviu ir mokymosi refleksija, kuomet buvo tiriami ryšiai tarp tiriamųjų tobulėjimo patirties, darbo aplinkos ir požiūrio į iššūkius. Taigi, tyrimo rezultatai parodė, kad vertinimo metodai, kuriuose pagrindinis dėmesys skiriamas asmeninio mokymosi refleksijai, suteikia daugiau informacijos apie mokymosi patirtį nei tradiciniai vertinimo metodai ir gali pagerinti supratimą apie platesnį lyderystės ugdymo programų poveikį. Nepaisant šių rezultatų, kaip matome, dabartinė vertinimo praktika dažniausiai yra tradicinė. Todėl, šiuo tyrimu buvo norima padidinti supratimą kad šio tipo vertinimas, gali vaidinti reikšmingą vaidmenį kuriant lyderių ugdymo programas ir strateginį derinimą tarp verslo, lyderystės ugdymo intervencijų tikslo, mokymosi tikslų, programos rengimo ir programos vertinimo.

Lyderystės tobulinimo modeliai ir metodai

Nors lyderystės tobulinimas gali atrodyti labai elementarus, tačiau, kaip atskleidė mokslinė literatūra, yra sukurta daug įvairių modelių ir metodų lyderiams tobulėti. Prieš renkantis kokį modelį vertėtų taikyti, svarbu išsiaiškinti kokią naudą jis teikiama. Apie lyderystės tobulinimo modelių įvairovę kalba Carey, W., Philippon, D. J., ir Cummings, G. G. (2011) sakydami, kad modelių kūrimas tapo populiaria lyderystės ugdymo strategija. Nepaisant didėjančio populiarumo, nedaug įrodymų parodo kuriamų modelių būtinumą ir poveikį. Šiam tyrimui atlikti buvo atlikta integruota literatūros apžvalga nuo 1996 iki 2010 m., skirta nustatyti kuo daugiau galimų lyderystės tobulinimo modelių. Atlikta apžvalga ir padarytos išvados padėjo nustatyti pagrindinius lyderystės tobulinimo modelių komponentus: lyderio ir pasekėjo santykiai, problemų numatymas ir tikslų nustatymas,

problemų sprendimas, transformacijos procesas ir mechanizmai, kuriais modelis pasiekia rezultatus. Modelius, kurie turi bent kelis šiuos komponentus aptaria ir kiti tyrėjai.

Komives, S. R. ir k.t. (2006) savo straipsnyje aprašo etapinį lyderystės identiteto ugdymo (LID) modelį, kuris buvo atliktas remiantis pagrįstu teorijos tyrimu apie lyderio tapatybės ugdymą. LID modelis yra naudingas tuo, nes jis plečia lyderystės tapatybės etapus, integruoja pagrįstos teorijos kategorijas ir nurodo, kaip teorijos keičiasi skirtinguose modelio etapuose. Šis modelis gali būti naudingas tiek mažoms tiek didelėms grupėms žmonių, padedantis jiems ugdyti savo lyderystės identitetą, ir palengvinantis darbą grupėmis. Pats LID modelis yra pagrįstas penkiais etapais ir perkelia tiriamuosius į priekį per vieną etapą prieš pradėdant kitą. Etapuose matomas mąstymo pokytis, laipsniškas senų mąstymo apie lyderystę pasikeitimas. Šie penki etapai: suvokimas, išitraukimas, lyderio identifikavimas, lyderystės diferencijavimas, generatyvumas ir integracija. Taikant LID modelį, tiriamieji gali reikšti pasirengimą pereiti prie kito etapo, dar neturėdami galimybės susipažinti su naujo etapo mintimis ar elgesiu. Aplinkos veiksniai, tokie kaip stipri narystė grupėje, mokymasis vadovauti ar buvimas mentorais, turi didelę įtaką pagreitininti perėjimą prie naujo etapo.

Buvo atliktas ir kitas tyrimas, naudojant lyderio ugdymo modelį „peržengiant ribą“. Modelis buvo pritaikytas įvairių kultūrų kelionių studijų programos studentams iš Kanados ir Naujosios Zelandijos. Studijų mainai buvo skirti skatinti dalyvių supratimą apie švietimo problemas, vyraujančias švietimo srityje tarptautiniu mastu. Tyrime buvo naudojami pagrįsti teorijos duomenų analizės metodai ir nustatytos keturios išvadų grupės. Grupių kategorijos pirmiausia buvo susijusios su tarp kultūrinių mainų poveikiu tiriamųjų mokymuisi. Lyderystės „peržengiančio ribą“ plėtros modelio naudojimo tyrimas parodė ir sustiprino kelis pagrindinius dalykus. Pirmia, gilinant dalyvių požiūrį į asmeninį ugdymosi kontekstą sustiprinamas nagrinėjant kitus švietimo kontekstus - tiek vietos, tiek tarptautiniu mastu. Antra, ribų peržengimas tarp teorijos ir praktikos, tarp universiteto dėstytojų ir studentų, tarp dviejų tautų ir tarp savęs bei kitų gali paskatinti kritiškai besidominčių lyderių tobulėjimą. Galiausiai straipsnyje daroma išvada, kad šie vadovai greičiausiai kritiškai reflektuos apie švietimo kokybę savo mokyklose ir pademonstravo tikėjimą, kad jie gali pakeisti švietimo kokybę (Robertson, J. M., ir Webber, C. F. 2000).

Be to, Dredge ir Schott. (2013). atliko tyrimą, kuriame nagrinėja aukštojo mokslo turizmo fakulteto lyderystės agentūrą ir rekomenduojamus veiksmus, kurių imantis jie galėtų stiprinti lyderystę siekiant socialinių pokyčių. Atlikus tyrimą, buvo pagrįsta agentūros perspektyva, pateikiama koncepcinė sistema, nustatanti sisteminę ir individualią įtaką vadovybei. Buvo nustatyti trys lyderystę stiprinantys punktai: asmens gebėjimas vadovauti, laisvė, kurią suteikia organizacinis kontekstas vadovauti pagal savo sugebėjimą ir socialinę vadovavimo laisvę, kylančią iš kiekvieno fakulteto nario drausmės ir katedros normų bei struktūrų.

Lyderystės plėtojimo Lietuvos turizmo paslaugų sektoriuje tyrimo metodika

Kalbent apie situaciją ir lyderystės plėtojimo pavyzdžius Lietuvoje, geriausiai tai atspindi realios situacijos. Be to, kaip rodo statistika, Lietuvos klimatas šiltėja, ir daugelis turizmo paslaugų sektoriaus įmonių Lietuvoje bando prie to prisitaikyti ir išgauti naudą. Klimato kaita gali padėti tapti ekoturizmo lyderiais Europoje, nes manoma, kad pietinėje Europos dalyje atostogauti bus tiesiog per karšta. Ekoturizmas, gali būti apibūdinamas kaip tvarus turizmas gamtinėse vietose, turintis potencialą padėti pasiekti tvarumo tikslus turizmo srityje (Pforr, C. 2001). Taip pat, ekspertų manymu, turistai yra linkę keisti kelionių įpročius, lėtinti tempą, ieškoti autentiškumo ir natūralumo. Lietuvoje būtent tokią keliavimo patirtį ir galime pasiūlyti turistams, nes turime išpūdingus nacionalinius parkus ir didelį miškų masyvą. Lietuvos turizmo paslaugų tiekėjai gali tapti lyderiais Europoje vertindami Lietuvos išteklius ir juos pritaikydami ekoturizmo rinkai.

Kitas pavyzdys parodo kad norint būti lyderiais turizmo paslaugų sektoriuje verta pagalvoti ir apie naują turizmo rūšį Lietuvoje. To 2019 m. siekė Alytaus rajono vietos veiklos grupės (VVG) įgyvendindama tarptautinį projektą „Lėtos kultūros patirtys“. Kaip teigia VVG viešųjų ryšių

specialistai, lėtas turizmas yra autentiškumas ir unikalumas, kai yra sukuriamas ryšys su vietiniais žmonėmis ir keliautojais, sukuriamos patirtys kartu, taip pat socialinė, ekonominė ir ekologinė darna. Pagal Alytaus rajono savivaldybės informaciją, visame Alytaus rajone yra tik vienas lėto turizmo paslaugos teikėjas, tai karininko majoro Jono Dusevičiaus sodyba, esanti Pavartėnų kaime, kurioje vasaros metu paaugliams būna organizuojamos sukarintos lyderystės stovyklos „Lokio būrys“. Kaip matome, tobulėjimui „lėtojo turizmo“ srityje yra daug galimybių, ir Alytus gali tapti kaip lyderiaujantis miestas rodantis pavyzdį kitiems.

LITERATŪRA

1. Winston, B., E., & Patterson, K. (2006). An integrative definition of leadership. *International journal of leadership studies*, 1(2), 6-66.
2. Hunt, J., G., J. (2004). What is leadership?.
3. Kruse, K. (2013). What is leadership. *Forbes Magazine*, 3.
4. Lussier, R., N., & Achua, C., F. (2015). *Leadership: Theory, application, & skill development*. Nelson Education.
5. Davis, J. (2003). Learning to lead. Westport, CT: American Council on Education/Praeger. *Community College Review*, 25(2), 57-63
6. Büchler, P., Martin, D., Knaebel, H., P., & Büchler, M., W. (2006). Leadership characteristics and business management in modern academic surgery. *Langenbeck's archives of surgery*, 391(2), 149-156.
7. Vaccaro, I., G., Jansen, J., J., Van Den Bosch, F., A., & Volberda, H., W. (2012). Management innovation and leadership: The moderating role of organizational size. *Journal of Management Studies*, 49(1), 28-51.
8. Nanjundeswaraswamy, T., S., & Swamy, D., R. (2014). Leadership styles. *Advances in management*, 7(2), 57.
9. Wang, J. (2019, October). Leadership in tourism: assessment of cultural tourist attractions. In *4th International Conference on Social, Business, and Academic Leadership (ICSBAL 2019)*. Atlantis Press.
10. Knollenberg, W., & McGehee, N., G. (2016). Lesson Learned in the Use of Mixed Methods to Gain Multiple Perspective in Tourism Leadership Research.
11. Wang, D., Xue, H., & Xu, J. (2009, September). Notice of Retraction: The Mechanism of Leadership Styles Affecting Team Innovation in the PRC. In *2009 International Conference on Management and Service Science* (pp. 1-4). IEEE.
12. Uddin, M., A. (2014). EXPLORING THE LEADERSHIP STYLE OF DR. MUHAMMAD YUNUS AT GRAMEEN BANK OF BANGLADESH. *Skyline business journal*, 10(1).
13. As-Sadeq, H., A., & Khoury, G., C. (2006). Leadership styles in the Palestinian large-scale industrial enterprises. *Journal of Management Development*.
14. Amitabh R. (2017). LEADERSHIP STYLES AND PERFORMANCE. *International Journal of Science Technology and Management*. Vol. No (6).
15. Valente, F., Dredge, D., & Lohmann, G. (2015). Leadership and governance in regional tourism. *Journal of Destination Marketing & Management*, 4(2), 127-136.
16. Dredge, D., & Schott, C. (2013). Academic agency and leadership in tourism higher education. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 13(2), 105-129.
17. El-Gohary, H., & Eid, R. (2013). Leadership teaching impact on tourism students' attitudes and perceptions toward leadership in developing economies: The case of Egypt. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 25(4), 180-192.
18. Oyinlade, A., O. (2006). A method of assessing leadership effectiveness. *Performance improvement quarterly*, 19(1), 25-40.
19. King, E., & Nesbit, P. (2015). Collusion with denial: Leadership development and its evaluation. *Journal of Management Development*.

20. Komives, S., R., Longerbeam, S., D., Owen, J., E., Mainella, F., C., & Osteen, L. (2006). A leadership identity development model: Applications from a grounded theory. *Journal of College Student Development*, 47(4), 401-418.
21. Robertson, J., M., & Webber, C., F. (2000). Cross-cultural leadership development. *International Journal of Leadership in Education*, 3(4), 315-330.
22. Carey, W., Philippon, D., J., & Cummings, G., G. (2011). Coaching models for leadership development: An integrative review. *Journal of leadership studies*, 5(1), 51-69.
23. Pforr, C. (2001). Concepts of sustainable development, sustainable tourism, and ecotourism: Definitions, principles, and linkages. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 1(1), 68-71.

LEADERSHIP IN TOURISM SERVICES SECTOR

KAMILĖ DAUKŠAITĖ

Lithuanian Sports University

ANNOTATION

The purposes of this work were to find out the importance of leadership in the tourism services sector, when theories and concepts of leadership are widely explained. Also, the connection between leadership and management is explained as well as the key role of leadership in the tourism services sector. In addition, there are presented the models and methods of leadership development in general and the development of leadership in the research methodology of the Lithuanian tourism services sector.

KLIENTŲ LOJALUMO SVARBA IR JO DIDINIMO GALIMYBĖS VERSLAS- VERSLUI SEKTORIUJE, REMIANTIS UAB „INIDA“ PAVYZDŽIU

KAMILĖ DIRVELYTĖ

Kauno technologijos universitetas
Konsultantė doc. dr. Aistė Dovalienė

ANOTACIJA

Klientų lojalumas – vienas svarbiausių kiekvienos įmonės siekiamybių, nes padeda įmonei sutaupyti kaštų, klientai teikia pirmumą įmonei bei rekomenduoja ją kitiems. Remiantis literatūros analizės rezultatais, klientų lojalumą lemiantys veiksniai verslas-verslui segmente yra: pasitenkinimas, įvaizdis, pasitikėjimas, santykių svarba, santykių kokybė, įsipareigojimas, aptarnavimo kokybė, vertė, lūkesčių patenkinimas ir teigiamos rekomendacijos. O lojalumą skatinti galima: nuolaidomis, akcijomis, lojalumo programomis, asmeniniais bei specialiais pasiūlymais, geru klientų aptarnavimu ir lojalumo kortelėmis. Atlikus tyrimą išsiaiškinta, jog įvaizdis ir teigiamos rekomendacijos klientų lojalumą sąlygoja mažiausiai iš išvardintų. Nagrinėjant lojalumo skatinimo galimybes, atlikus tyrimą pastebėta, jog mažiausiai veiksmingos būtų lojalumo kortelės.

IVADAS

Temos aktualumas. Šiais laikais klientus sunku kažkuo nustebinti, jie yra smalsūs, reikalauja iš įmonių vis daugiau ir nesunkiai pereina pas konkurentus. Dėl šių aspektų, kiekvienos įmonės tikslas tampa ne tik pardavimų didinimas, bet ir klientų išlaikymas, nes tai kainuoja mažiau negu naujų pritraukimas ir neša įmonei papildomų naudų. Lojalūs klientai ne tik pirs iš įmonės ateityje, bet ir rekomenduos ją savo pažįstamiems. Šie klientai pasitiki įmone, jiems tinka aptarnavimo kokybė ir renkantis, kur pirkti, jie visada teiks pirmumą įmonei. Rauyruen ir Miller (2007) teigia, jog įmonei labai svarbu suprasti ir analizuoti klientų lojalumą, kad galėtų geriau pažinti savo klientus, juos segmentuoti ir gebėti išlaikyti. Kuusik (2007) papildė ir pažymi, jog labai svarbu klientus suskirstyti grupėmis, nes skirtingos priemonės skatina skirtingų klientų grupių lojalumą, priklausomai nuo to, kiek klientas yra įsitraukęs. Molinari, Abrat ir Dion (2008) pritaria autoriams, papildydami, jog verslas-verslui sektoriuje reikėtų atlikti papildomų tyrimų, kurie apimtų technologines įmones, nes čia sprendimų priėmimas užtrunka ilgiau. Taigi, lojalūs klientai yra įmonės siekiamybė, bet pirmiausia įmonei svarbu žinoti kokie veiksniai lemia jų klientų lojalumą ir kokios priemonės tą lojalumą skatina. Atsižvelgiant į tai, tyrimo problema formuluojama klausimu: Kokiomis priemonėmis reikia didinti klientų lojalumą verslas-verslui rinkoje ir kokie veiksniai jį lemia?

Tyrimo tikslas – teoriškai ir empiriškai pagrįsti lojalumo didinimo sprendimus verslas-verslui sektoriuje.

Tyrimo uždaviniai:

1. Teoriškai pagrįsti lojalumą lemiančius veiksnius ir lojalumo skatinimo priemones verslas-verslui rinkoje.
2. Atlikus empirinį tyrimą, UAB „Inida“ pavyzdžiu nustatyti, kokie veiksniai labiausiai daro įtaką lojalumui ir kokios priemonės skatina klientų lojalumą verslas-verslui rinkoje.

Tyrimo metodai. Teorinė analizė, padėsianti nusakyti lojalumą lemiančius veiksnius ir lojalumą skatinančias priemones. Empirinis tyrimas, padėsiantis išsiaiškinti, kokie lojalumą lemiantys veiksniai ir kokios lojalumą skatinančios priemonės yra svarbiausios verslas-verslui rinkoje ir kaip tai pritaikoma skirtingoms įmonės klientų grupėms.

TEORINIS PAGRINDIMAS

Lojalumo samprata ir jo tipai.

Bendroji lojalumo sąvoka, pagal „Cambridge“ universiteto žodyną aiškinama kaip „palaikymo ir pareigos jausmas kitam“. Kalbant apie konkretų klientų lojalumą tam tikrai įmonei ar prekės ženklui, atsiranda daugiau skirtingų mokslininkų nuomonių. Cossío-Silva ir kt. (2015) lojalumą įvardina kaip įsipareigojimą pirkti paslaugą/prekę ateityje. Gil-Saura, Frasquet-Deltoro ir Cervera-Taulet (2009) teigia, jog lojalumas yra teigiamas kliento požiūris į pardavėją ir atsiradus būtinybei įsigyti atitinkamą prekę ar paslaugą, pirmumas suteikiamas būtent tai įmonei, kuriai klientas yra lojalus. Bardauskaite (2014) pažymi, jog lojalumas yra daugiau negu pakartotinis pirkimas, tai kartu yra ryšys tarp kliento ir įmonės, kai klientas planuoja naudotis paslauga ateityje bei rekomenduoja ją kitam, skleidžia teigiamą grįžtamąjį ryšį. *Apibendrinus šių autorių požiūrį, išskiriama, jog lojalumas įmonei yra siejamas su pakartotiniu pirkimu iš įmonės ateityje, teigiamu požiūriu į įmonę, pirmumo įmonei prieš konkurentus, teikimu.*

Nagrinėdami lojalumą, autoriai išskiria du pagrindinius lojalumo tipus: elgsenos ir požiūrio lojalumą. Pasak Dikcius, Kirse, Casas ir Koncanina (2019) požiūrio lojalumas lemia kliento ateities pirkimus ir požiūrio lojalumas labiau priklauso nuo kliento pasitenkinimo, pasitikėjimo ir įsipareigojimo įmonei. Elgsenos lojalumas priklauso nuo perėjimo kaštų (ar klientui perėjimas pas kitą įmonę bus nuostolingas, ar ne) ir taip pat nuo klientų pasitenkinimo. Cossío-Silva ir kt. (2015) pritaria ir pažymi, jog elgsenos lojalumas rodo kliento elgesį, pagrindinis šio lojalumo rodiklis – pakartotinis pirkimas (didelę įtaką daro praeities patirtys su įmone). Požiūrio lojalumas, suvokiamas kaip asmeninis kliento požiūris, nes kiekvieną klientą pirkti skatina skirtingos emocijos. Autoriai atkreipia dėmesį, jog požiūrio lojalumas neužtikrina, kad klientas visada pirs prekes/paslaugas tik iš vienos įmonės, bet teigiamos rekomendacijos gali jį paskatinti.

Lojalumo svarba įmonei

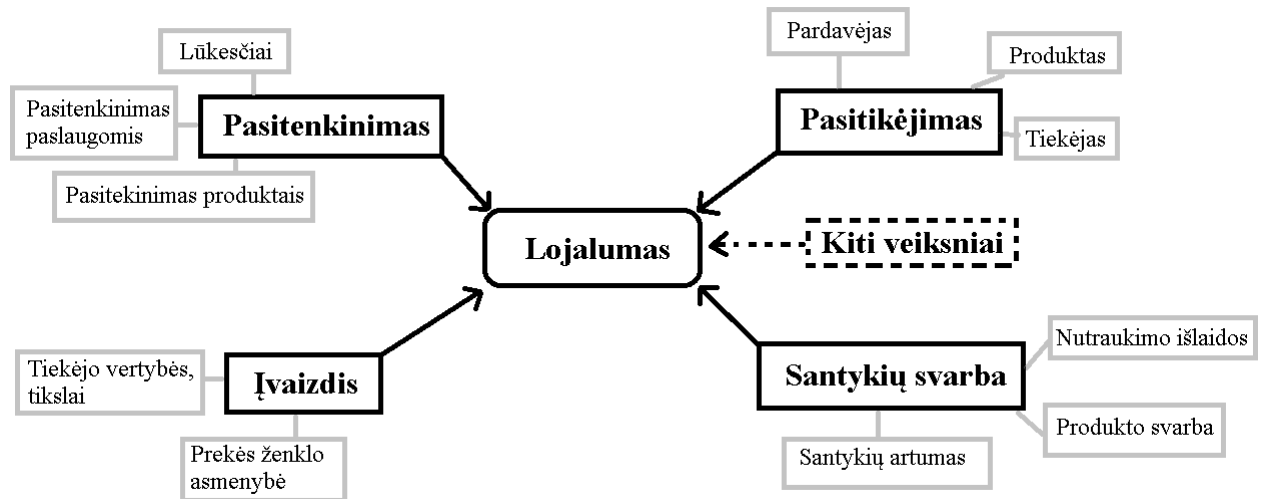
Klientų lojalumas įmonei yra vienas iš svarbiausių marketingo tikslų. Pasak nagrinėjamų autorių, klientų lojalumas įmonei svarbus, nes užtikrina pakartotinį klientų pirkimą, lojalūs klientas pirmumą teikia įmonei, o ne konkurentams, taip pat ją rekomenduoja kitiems. Duffy (2003) išskiria, kokius pagrindinius pranašumus įmonei suteikia lojalūs klientai:

- *Kaštų sutaupymas.* Nereikia papildomų išlaidų klientui pritraukti;
- *Rekomendacijos.* Lojalūs klientai, kaip aptarta ir kitų autorių, yra labiau linkę rekomenduoti įmonę kitiems;
- *Antros galimybės suteikimas.* Lojalūs klientai yra linkę įmonei suteikti antrą šansą, jeigu prekę ar paslaugą nepatenkino lūkesčių. Tikėtina, kad klientai pasakys savo nuomonę, bet nesustos pirkti iš šios įmonės ir duos šansą įmonei pasitaisyti.
- *Kliento sąmoningumas.* Kai klientui reikia rinktis prekę ar paslaugą, jis pirmiausia pagalvoja apie konkrečią įmonę, kuriai yra lojalus, o tai yra didelis pranašumas prieš konkurentus.
- *Pirmumas renkantis.* Jeigu klientas renkasi iš dviejų įmonių, tikėtina, jog pasirinks tą, kuriai yra lojalus, tai taip pat yra pranašumas prieš konkurentus.

Visi šie aspektai yra labai svarbūs įmonei, nes suteikia įvairias naudas ir privalumus, todėl įmonė turėtų skirti didelį dėmesį klientų lojalumui ugdyti.

Klientų lojalumą lemiantys veiksniai verslas-verslui segmente

Norint sukurti ir išlaikyti klientų lojalumą, įmonei svarbu suprasti jį lemiančius veiksnius ir sugebėti juos pritaikyti. Pasak Kuusik (2007) pagrindiniai lojalumą lemiantys veiksniai yra: pasitenkinimas, įvaizdis, pasitikėjimas ir santykių svarba. Kiekvieną iš šių veiksnių sąlygoja papildomi veiksniai (žr. 1 pav.).



1 pav. Lojalumą lemiantys veiksniai
(Kuusik, 2007)

- *Pasitenkinimas* – yra vienas iš lojalumą padedančių kurti aspektų. Tikėtina, kad kai klientas nejaus pasitenkinimo, jis nebus lojalus įmonei ir pirs iš konkurentų.
- *Pasitikėjimas* – yra labai svarbus aspektas, kuriant lojalumą. Jeigu klientas nepasitiki įmone, tolimesnių santykių kūrimas yra sunkiai įsivaizduojamas. Autorius išskiria Chauduri ir Holbrook (2001) mintis, jog pasitikėjimas, lemia ir požiūrio, ir elgsenos lojalumą.
- *Įvaizdis* – tai vienas sudėtingiausių lojalumui darančių įtaką veiksnių. Įmonės įvaizdį klientas tapatina su savo įvaizdžiu, todėl atitinkamai prekės ženklas turi būti reprezentatyvus, taip pat atitikti kliento vertybes ir tenkinti jo tikslus.
- *Santykių svarba* – pasak (Kuusik, 2007) analizuojamo Weiss (2001), santykių svarba susideda iš strateginės produkto svarbos, rizikos susijusios su sandoriu bei išlaidų, kurios atsiranda nutraukus sutartis.

Šie lojalumą lemiantys veiksniai yra pritaikomi tiek verslas-vartotojui, tiek verslas-verslui segmente. Lojalumas kaip santykių marketingo dalis pradėtas analizuoti XX a., bet lojalumas konkrečiai verslas-verslui segmente pradėtas analizuoti vėliau, todėl apie jį turima mažiau informacijos. Pažymima keletu autorių, kurie atliko tyrimus apie lojalumą skatinančius veiksniai būtent verslas-verslui segmente, išvalgos. Pasak Bardauskatė (2014) lojalumą verslas-verslui segmente lemia pasitikėjimas, pasitenkinimas, įsipareigojimas ir santykių kokybė. Labai svarbu yra pirminiai kliento ir įmonės santykiai, nes jie parodo, ar bendravimas tęsis toliau ir išsivystys į ilgalaikius santykius. Bardauskatė (2014) teigia, jog pasitikėjimas yra ypatingai svarbus pirminiuose kliento ir pardavėjo santykių etapuose. Įsipareigojimas yra aukščiausias laipsnis – tai didelis kliento pasitenkinimas ir dar didesnis pasitikėjimas pardavėju. Pasitenkinimas iš esmės yra kliento lūkesčių patenkinimas, santykių kokybė iš esmės yra pasitikėjimo, įsipareigojimo ir pasitenkinimo kombinacija. Rauyruen ir Miller (2007) išskiria šiuos verslas-verslui klientų lojalumą lemiančius veiksniai: aptarnavimo kokybę, pasitikėjimą, pasitenkinimą ir įsipareigojimą. Šis požiūris labai panašus į Bardauskatė (2014), tik papildomai išskiriama aptarnavimo kokybė, vietoj santykių kokybės. Rauyruen ir Miller (2007) remdamiesi Ruyter ir Wetzels (1998) teigia, kad aptarnavimo kokybė yra labai svarbi lojalumui, nes klientai susidaro nuomonę apie įmonės veiklą ir elgesį atitinkamose situacijose ir kaip ji bendradarbiaus ateityje. Šiek tiek kitaip lojalumą lemiančius veiksniai išskiria Molinari, Abratt ir Dion (2008) nurodydami, jog verslas-verslui segmente lojalumui didžiausią įtaką daro teigiamos rekomendacijos, pasitenkinimas, lūkesčių patenkinimas ir gaunama vertė (klientų gaunama nauda).

Apibendrinus visų autorių išskirtus lojalumą lemiančius veiksniai, sudaroma lentelė, kurioje išryškinamas pasitenkinimas, kaip daugiausiai analizuotoje literatūroje pasikartojantis veiksnys.

1 lentelė

Lojalumą lemiantys veiksniai pagal skirtingus autorius
(sudaryta autorės)

Autorius:	Pagrindiniai lojalumą lemiantys veiksniai:
Kuusik (2007)	• Pasitenkinimas • Įvaizdis • Pasitikėjimas • Santykių svarba
Bardauskaitė (2014)	• Pasitikėjimas • Įsipareigojimas • Pasitenkinimas • Santykių kokybė
Rauyruen ir Miller (2007)	• Pasitikėjimas • Pasitenkinimas • Įsipareigojimas • Aptarnavimo kokybė
Molinari, Abrat ir Dion (2008)	• Vertė • Pasitenkinimas • Lūkesčių patenkinimas • Teigiamos rekomendacijos

Lojalumą skatinantys veiksniai verslas-verslui segmente yra labai aktualūs įmonėms, kurios dirba šioje rinkoje. Pagal išanalizuotus autorius pastebima, jog nėra vieningos ir tvirtos nuomonės apie lojalumą lemiančius veiksniai verslas-verslui segmente, taip pat nėra atlikta daug tyrimų, padėsiančių tai suprasti. Dėl šių aspektų, yra reikalingi papildom tyrimai, kurie padėtų išskirti, kurie veiksniai skatina klientų lojalumą būtent verslas-verslui sektoriuje.

Lojalumą skatinančios priemonės

Priemonės klientų lojalumui skatinti, yra tiesiogiai susijusios su klientų lojalumą lemiančiais veiksniais. Yra įvairiausių priemonių, kurios gali skatinti lojalumą, bet populiariausios ir dažniausiai naudojamos yra šios: nuolaidos, akcijos, lojalumo programos, asmeniniai pasiūlymai, specialūs pasiūlymai, lojalumo kortelės, procesų sklandumas ir geras klientų aptarnavimas:

- **Nuolaidos** – tai atlygis klientui, kuris sukuria papildomą vertę. Pasak Olivares ir kt. (2018) nuolaidos gali būti reikšmingos ir ilgalaikių santykių kūrimui, nes gaudami net ir mažas nuolaidas, klientai bus linkę pirkti iš įmonės ateityje.

- **Lojalumo programos** – pasak Pesonen, Komppula ir Murphy (2019) lojalumo programos siekia sustiprinti klientų įsipareigojimus, o klientų įsipareigojimas yra vienas pagrindinių lojalumą lemiančių veiksnių. Labai svarbu užtikrinti, kad lojalumo programa tektų pridėtinę vertę klientui, nes priešingai ši priemonė bus mažai veiksminga.

- **Asmeniniai pasiūlymai** – ypatingai svarbi priemonė lojalumui skatinti, nes ją galima pritaikyti kiekvienam klientui. Pasak Bruneau, Swaen ir Zidda (2018) prie kliento galima priėti įvairiomis priemonėmis, pavyzdžiui siunčiant išskirtinius naujienlaiškius pagal tai, kuo konkretūs klientai domisi. Taip pat sukurti personalizuotą komunikaciją, kad klientas pajustų ryšį ir suvoktų, jog jam yra skiriamas dėmesys.

- **Specialūs pasiūlymai** – pasak Pasak Noble ir Phillips (2004) tai tokie pasiūlymai, kurie sukuria papildomą vertę klientams ir konkurentai to nepasiūlo, paskatina klientus likti ir pirkti iš konkrečios įmonės. Autoriai Huang ir Chen (2010) pažymi, jog specialūs pasiūlymai turi ir

psichologinę, ir fizinę naudą. Specialūs pasiūlymai gali būti dovanos iš įmonės prekių asortimento, taip pat kitokios dovanos, nesusijusios su įmonės asortimentu ar tam tikras kliento įvertinimas.

- **Lojalumo kortelės** – nors tai yra vienas iš būdų kaip galima skatinti lojalumą, bet ši priemonė mažai efektyvi. Demoulin ir Zidda (2008) remdamiesi (Mauri, 2003) pažymi kaip lojalumo kortelės galėtų prisidėti prie lojalumo skatinimo: suteikia klientui geras nuolaidas, duoda klientui tam tikras labai vertingas naudas ir jei pats klientas parduotuvėje lankosi dažnai. Priešingu atveju, tai gan nepatogi priemonė, kurios alternatyva turi kiekvienas konkurentas.

- **Procesų sklandumas** – Payne ir Frow (2013) pažymi procesų organizavimo svarbą, norint išlaikyti klientus. Autorių teigimų visas procesų sklandumas klientams prideda papildomą vertę. Klientams šiomis dienomis yra svarbu ne tik prekė, bet ir jos užsakymo procesas bei procesas po užsakymo, tai reiškia: greitas prekių pristatymas, garantija, aptarnavimas ir nuolatinis dėmesys (serviso, vadybos klausimais).

- **Klientų aptarnavimas** – vienas svarbiausių aspektų, kurie turi įtakos lojalumo didinimui. Geras klientų aptarnavimas (malonus darbuotojų elgesys, draugiškas požiūris) palieka teigiamą įspūdį klientui, o teigiamas įspūdis veda į pasitenkinimą, kuris yra vienas iš lojalumą lemiančių veiksnių. (Söderlund ir Rosengren 2008).

Kaip ir su lojalumą lemiančiais veiksniais, taip ir su priemonėmis, nėra vieningos ir aiškos nuomonės, kurios iš jų yra vertingos ir pačios svarbiausios. Norint išsiaiškinti ir pritaikyti gautas žinias, reikia atlikti tyrimą.

KLIENTŲ LOJALUMO DIDINIMO VERSLAS-VERSLUI SEKTORIJE GALIMYBIŲ TYRIMAS

Tyrimo metodika

Norint išsiaiškinti, kurie iš analizuotų autorių išskirtų lojalumą lemiančių veiksnių ir lojalumą skatinančių priemonių yra efektyviausi verslas-verslui sektoriuje, atliekamas tyrimas.

Empiriniam tyrimui atlikti pasirinkta įmonė – UAB „Inida“. Tai įmonė, kuri 27 metus dirba verslas-verslui sektoriuje, Lietuvoje ir per ilgą savo gyvavimo patirtį yra įgijusi nemažai lojalių klientų. Įmonė dirba IT sektoriuje: parduoda IT prekes (nešiojamus, planšetinius ir stacionarius kompiuterius, serverius, monitorius, spausdintuvus, projektorius, periferinę įrangą, telefonus, televizorius ir t.t.) bei tiekia IT paslaugas.

- *Tyrimo tipas* – kiekybinis aprašomasis.
- *Atrankos metodas* – netikimybinė (neatsitiktinė), patogumo (parankinė) atranka.
- *Duomenų rinkimo metodo parinkimas* - apklausos būdu.
- *Imties parinkimas ir nustatymas*. Apklausiamoji populiacija yra 1000, patikimumo intervalas – 5%, o patikimumo laipsnis 95%. Tai reiškia, jog idealiuoju atveju reiktų apklausti 278 klientus (apskaičiuota internetinėje svetainėje <http://www.surveysystem.com/sscalc.htm>). Dėl laiko ir išteklių stokos taikyta patogioji atranka ir buvo apklausti 75 respondentai (tik juridiniai asmenys).

Tyrimo rezultatai ir jų interpretavimas

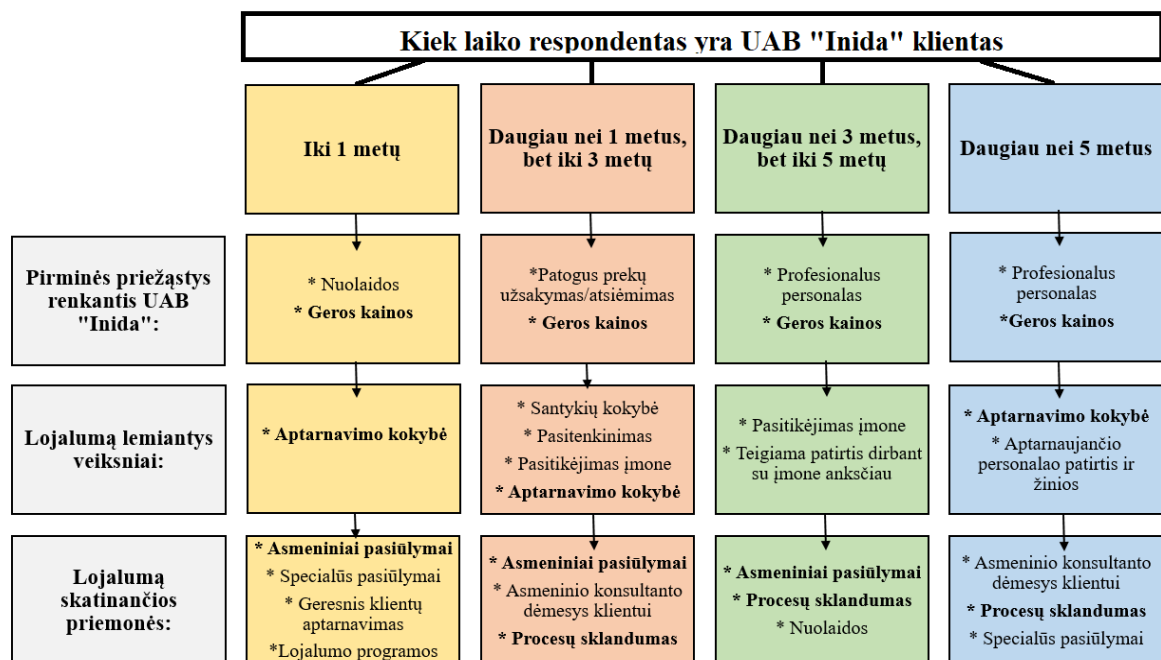
Tyrimo metu buvo aiškintasi, kiek laiko klientai perka iš įmonės, kaip dažnai jie perka. Gauti rezultatai parodė, jog net 64% įmonės klientų perka iš įmonės daugiau negu 5 metus, 22% perka nuo 3 metų iki 5 metų. 9% perka nuo 1 metų iki 3 metų ir likę 5% perka mažiau negu metus. Žiūrint į pirkimų dažnumus: 33% perka 2-3 kartus per mėnesį, 27% perka kelis kartus per pusmetį ir rečiau, 21% perka kartą per mėnesį ir 19% kartą per savaitę ir daugiau. Toliau išsiaiškinta, jog patogiausias būdas pirkti yra pas savo vadybininką, taip prekes ir paslaugas įsigyja net 75% klientų.

Iš respondentų buvo prašoma prisiminti, kokios pirminės priežastys paskatino pasirinkti įmonę „Inida“. Daugiausia atsakiusiųjų pasirinko: profesionalų personalą ir geras kainas. Atlikus

kryžminę analizę paaiškėja, jog atsižvelgiant į laikotarpį, kiek laiko klientas perka iš įmonės, šiek tiek skiriasi ir jį motyvuojantys veiksniai, nors geros kainos visų klientų įvardinamos kaip svarbus pirminis aspektas (žr. 2 pav.).

Toliau respondentų buvo klausiama, kokie veiksniai labiausiai skatina jų lojalumą. Labiausiai respondentai pritarė šiems lojalumą skatinantiems veiksniams: teigiama patirtis dirbant su įmone anksčiau, aptarnaujančio personalo patirtis ir žinios, pasitenkinimas, pasitikėjimas įmone, aptarnavimo kokybė. Mažiausiai pritarė įmonės įvaizdžiui ir teigiamoms rekomendacijoms. Atlikus kryžminę analizę nustatoma, jog veiksniai skiriasi, pagal tai, kiek laiko klientas perka iš įmonės, nors esminį veiksnių tinkantį beveik visiems galima įvardinti – aptarnavimo kokybė (žr. 2 pav.).

Paklausus respondentų apie priemones, kurios paskatintų jų lojalumą, gauti atsakymai apibendrinami taip: stipriausias pritarimas (net 81,4% iš visų atsakiusių) išreiškiamas specialioms pasiūlymams (dovanoms, bonusams), taip pat labai svarbu yra asmeniniai pasiūlymai (sutinka 76% respondentų), nuolaidos (pritaria 73,3% atsakiusių). Mažiausiai respondentai pritaria lojalumo kortelių veiksmui kaip lojalumo skatinimui. Atlikus kryžminę analizę taip pat pastebima, jog pagal tai, kiek klientas perka iš įmonės skiriasi jo lojalumą skatinančios priemonės, nors pastebima tendencija, jog asmeniniai pasiūlymai yra svarbūs visiems klientams (žr. 2 pav.).



2 pav. Atlikto tyrimo apibendrinimo schema

Tyrimo apibendrinimo schemas parodo, kas yra svarbiausia kiekvienam klientų ratui. Patys svarbiausi punktai paryškinti. Klientai, kurie perka iki metų, įmonę pasirinko dėl gerų kainų ir nuolaidų, jų lojalumą lemia aptarnavimo kokybė, o skatina asmeniniai pasiūlymai, specialūs pasiūlymai. Klientai, kurie perka nuo metų iki trijų, įmonę pasirinko dėl gerų kainų ir patogaus prekių užsakymo, jų lojalumą lemia aptarnavimo kokybė, santykių kokybė, o priemonės, kuriomis būtų galima skatinti lojalumą: asmeniniai pasiūlymai, procesų sklandumas. Klientai, kurie perka nuo trijų metų iki penkių, įmonę renkasi dėl gerų kainų ir profesionalaus aptarnavimo, jų lojalumą lemia pasitikėjimas ir teigiama patirtis iš anksčiau o jų lojalumą skatintų asmeniniai pasiūlymai ir procesų sklandumas. Daugiau nei penkis metus perkančius klientus taip pat įmone renkasi dėl gerų kainų ir profesionalaus aptarnavimo, bet jų lojalumą lemia aptarnavimo kokybė ir pats aptarnaujančio personalo profesionalumas. Jų lojalumą skatinančios priemonės yra procesų sklandumas ir asmeninis dėmesys.

IŠVADOS IR REKOMENDACIJOS

Išanalizavus teoriją ir atlikus tyrimą, matoma kaip sudėtinga yra nustatyti tikslius lojalumą lemiančius veiksnius ir jo skatinimo priemonės verslas-verslui sektoriuje. Analizuojant jau atliktus mokslininkų tyrimus išskirta, jog lojalumą lemiantys veiksniai yra: pasitenkinimas, įvaizdis, pasitikėjimas, santykių svarba, santykių kokybė, išipareigojimas, aptarnavimo kokybė, vertė, lūkesčių patenkinimas ir teigiamos rekomendacijos. Tyrimo metu mažiausiai pritarta įvaizdžiui ir teigiamoms rekomendacijoms, kiti veiksniai respondentu nuomone gali lemti jų lojalumą, bet tai labai priklauso nuo to, kiek laiko klientas perka iš įmonės. Išanalizavus mokslinę literatūrą, išskirtos šios lojalumą skatinančios priemonės: nuolaidos, akcijos, lojalumo programos, asmeniniai pasiūlymai, specialūs pasiūlymai bei lojalumo kortelės. Atliktas tyrimas parodė, kad lojalumo kortelės respondentų lojalumo neskatina, o tai atitinka ir kitų mokslininkų tyrimo rezultatus, kurie teigia, kad lojalumo kortelės yra mažiausiai efektyvi priemonė. Tuo tarpu nustatyta, kad kitos literatūroje minimos lojalumo skatinimo priemonės yra svarbios atskiroms vartotojų grupėms.

Ateities tyrimams būtų naudinga išanalizuoti didesnę kiekį ir įvairesnių lojalumą skatinančių priemonių ir tą atlikti įvairiame verslas-verslui sektoriuje dirbančių įmonių segmente. Taip būtų vertinga išsiaiškinti, kokios lojalumą skatinančios priemonės yra svarbios skirtingas pramonės šakas atstovaujančiose įmonėse. Reikėtų lojalumą skatinančias priemones analizuoti pagal tai, kiek laiko klientas perka iš įmonės, nes rezultatai gaunasi labai individualūs kiekvienai klientų grupei. Žinant šiuos niuansus, įmonės galėtų geriau pritaikyti priemones savo klientų lojalumui didinti.

LITERATŪRA

1. Bardauskaite, I. (2014). Loyalty in the business-to-business service context: A literature review and proposed framework. *Journal of Relationship Marketing*, 13(1), 28-69. doi: 10.1080/15332667.2014.882628
2. Bruneau, V., Swaen, V., & Zidda, P. (2018). Are loyalty program members really engaged? Measuring customer engagement with loyalty programs. *Journal of Business Research*, 91, 144-158. doi: 10.1016/j.jbusres.2018.06.002
3. Cambridge dictionary online [žiūrėta: 2020-10-26]. Prieiga per internetą: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/loyalty>
4. Cossío-Silva, F., J., Revilla-Camacho, M., Á., Vega-Vázquez, M., & Palacios-Florencio, B. (2016). Value co-creation and customer loyalty. *Journal of Business Research*, 69(5), 1621-1625. doi: 10.1016/j.jbusres.2015.10.028
5. del Rio Olivares, M., J., Wittkowski, K., Aspara, J., Falk, T., & Mattila, P. (2018). Relational Price Discounts: Consumers' Metacognitions and Nonlinear Effects of Initial Discounts on Customer Retention. *Journal of Marketing*, 82(1), 115-131. doi: 10.1509/jm.16.0267
6. Demoulin, N., T., & Zidda, P. (2008). On the impact of loyalty cards on store loyalty: Does the customers' satisfaction with the reward scheme matter?. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 15(5), 386-398. doi: 10.1016/j.jretconser.2007.10.001
7. Dikcius, V., Kirse, S., Casas, R., & Koncanina, A. (2019). Drivers of Attitudinal and Behavioural Loyalty in B-2-B Markets. *Engineering Economics*, 30(1), 94-102. doi: 10.5755/j01.ee.30.1.20182
8. Duffy, D., L. (2003). Internal and external factors which affect customer loyalty. *Journal of consumer marketing*, 20(5), 480-485.
9. Gil-Saura, I., Frasset-Deltoro, M., & Cervera-Taulet, A. (2009). The value of B2B relationships. *Industrial Management & Data Systems*, 109(5), 593-609.
10. Kuusik, A. (2007). Affecting customer loyalty: Do different factors have various influences in different loyalty levels?. *The University of Tartu Faculty of Economics and Business Administration Working Paper*, (58-2007).

11. Molinari, L., K., Abratt, R., & Dion, P. (2008). Satisfaction, quality and value and effects on repurchase and positive word-of-mouth behavioral intentions in a B2B services context. *Journal of Services Marketing*, 22(5), 363-373.
12. Noble, S., M., & Phillips, J. (2004). Relationship hindrance: why would consumers not want a relationship with a retailer?. *Journal of Retailing*, 80(4), 289-303. doi: 10.1016/j.jretai.2004.10.005
13. Payne, A., & Frow, P. (2013). *Strategic customer management: Integrating relationship marketing and CRM*. Cambridge University Press.
14. Pesonen, J., Komppula, R., & Murphy, J. (2019). Plastic loyalty—Investigating loyalty card programs for a Finnish hotel chain. *Tourism Management*, 73, 115-122. doi: 10.1016/j.tourman.2019.01.023
15. Rauyruen, P., & Miller, K., E. (2007). Relationship quality as a predictor of B2B customer loyalty. *Journal of business research*, 60(1), 21-31. doi: 10.1016/j.jbusres.2005.11.006
16. Söderlund, M., & Rosengren, S. (2008). Revisiting the smiling service worker and customer satisfaction. *International Journal of Service Industry Management*, 19(5), 552-574.

THE IMPORTANCE OF CUSTOMER LOYALTY AND MEASURES TO INCREASE LOYALTY IN THE BUSINESS-TO-BUSINESS SECTOR BASED ON THE EXAMPLE OF „INIDA“

KAMILĖ DIRVELYTĖ

Kaunas University of technology
Consultant doc. dr. Aistė Dovalienė

ANNOTATION

Customer loyalty – one of the key objectives for every company, because it helps to save costs, customers prioritize the company, and recommend it to others. According to literature, factors that affect customers' loyalty in the business-to-business segment are satisfaction, image, trust, relationship importance and quality, commitment, service quality, value, satisfaction of expectations and positive recommendations. Measures that helps to promote loyalty are discounts, good customer service, loyalty programs, personal offers, loyalty cards. From the research, image and positive recommendations affect loyalty the least. Among the loyalty promotion measures, the study found that loyalty cards would be the least effective.

„COMPENSA VIENNA INSURANCE GROUP“ IR „ERGO INSURANCE SE LIETUVOS FILIALAS“ TEIKIAMOS KELIONĖS DRAUDIMO PASLAUGOS Palyginamoji analizė

MIGLĖ DZEDULIONYTĖ

Kauno technologijos universitetas
Vadovė doc. dr. Aušrinė Lakštutienė

ANOTACIJA

Kelionės tapo neatsiejama šiandieninio žmogaus gyvenimo dalimi. Siekiant sumažinti finansinius nuostolius, kurie gali atsirasti įvykus nelaimingam įvykiui kelionės metu, asmenys perka kelionės draudimo apsaugą, tačiau neretai yra sudėtinga įvertinti, kurie rizikos kriterijai ar veiksniai daro didžiausią įtaką kelionės draudimo kainai bei išsirinkti draudimo bendrovę, kurioje palankiausia įsigyti kelionės draudimą ne tik kainos, bet ir siūlomų sąlygų požiūriu. Šiame darbe siekiama nustatyti, kokį poveikį kelionės draudimo produkto kainai pasirinktose draudimo bendrovėse daro pasirinkti rizikos kriterijai bei palyginti pateikiamas draudimo paslaugas sąlygas.

Raktiniai žodžiai: kelionių draudimas, kaina, rizikos kriterijai

IVADAS

Šiuolaikiniai žmonės nuolatos keliauja – vyksta į poilsines ar turistines keliones siekiant atitrūkti nuo kasdienės rutinos ir aplankyti nepažintus kraštus, vyksta į verslo keliones plėsdami verslą, kiti į užsienio valstybę keliauja trumpam periodui užsidirbti finansiškai laisvesniam gyvenimui tėvynėje. Asmenys, norėdami sumažinti finansinius nuostolius, kurie gali atsirasti įvykus nelaimingam atsitikimui, perka draudimo bendrovių produktus perduodant rizikos finansines pasekmes draudimo bendrovėms. Remiantis Kiyak ir Pranckevičiute (2014), asmenims, besirenkantiems draudimo bendrovę, sunku visapusiškai įvertinti draudimo pasiūlymus kainos ir kokybės santykiu, kadangi išsiskiria draudimo bendrovių pateikiamos taisyklės ir sąlygos, kaina gali keistis ir keičiantis rizikos kriterijams. Šiame darbe bus siekiama nustatyti, kurie rizikos kriterijai daro didžiausią ir mažiausią poveikį kelionės draudimo produkto kainai pasirinktose draudimo bendrovėse bei palyginti pateikiamas draudimo paslaugas sąlygas.

Tikslas – atlikti „Compensa Vienna Insurance Group“ ir „ERGO Insurance SE Lietuvos filialas“ teikiamos kelionės draudimo paslaugos palyginamąją analizę.

Darbo uždaviniai:

1. Išanalizuoti pasirinktų rizikos kriterijų poveikį „Compensa“ ir „ERGO“ draudimo bendrovių kelionių draudimo kainoms.
2. Atlikti kelionės draudimo sąlygų pasirinktose draudimo bendrovėse analizę.

Tyrimo metodai: mokslinės literatūros ir informacinių šaltinių analizė, statistinių duomenų analizė.

Tyrimo objektas: draudimo bendrovių teikiama paslauga – kelionės draudimas.

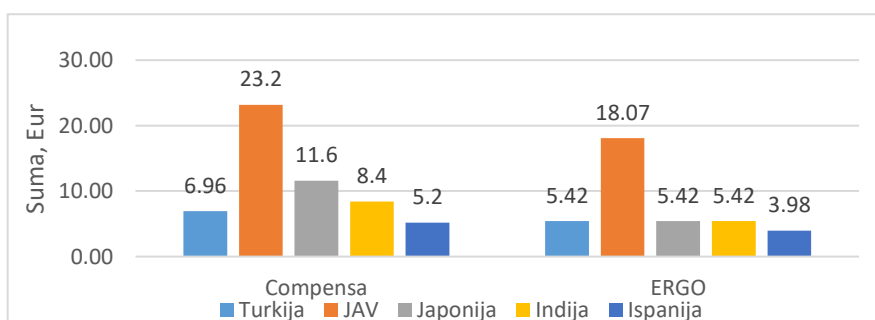
KELIONĖS DRAUDIMO KAINŲ, KEIČIANTIS RIZIKOS KRITERIJAMS, Palyginamoji analizė

Draudimas yra komercinė veikla, kurios metu draudikas (draudimo bendrovė) už mokestį perima kito asmens finansinių nuostolių riziką tam, kad asmens interesai ir jo turtas būtų apsaugos įvykus draudimui įvykiui (Lietuvos draudikų asociacija, 2020). Pasak Lezgovko (2010), draudimo rinka yra ypatinga socialinė – ekonominė terpė, kurioje pirkimo – pardavimo objektas yra draudiminė apsauga. Remiantis Kiyak ir Pranckevičiute (2014), pagrindinės priežastys, kurios lemia vartotojų draudimo produktų įsigijimą, yra vartotojų siekis išvengti neužtikrintumo dėl ateities ir

sumažinti galimus patirti finansinius nuostolius nelaimės atveju. Tykocinski (2008) teigimu, turint draudimo polisą sumažinama galimos nelaimės grėsmė ne tik mažinant galimo nelaimingo atsitikimo finansinius padarinius, bet ir psichologiškai sumažinama suvokiama nelaimingo atsitikimo tikimybė.

Tyrimo dalyje analizuojamas draudimo bendrovių teikiamas kelionių draudimo produktas, todėl toliau bus pateikiami pagrindinių sąvokų, kurios bus naudojamos tyrimo dalyje, apibrėžimai. Draudimo suma apibrėžiama kaip draudimo sutartyje nurodyta pinigų suma ir lygi maksimaliai draudimo išmokai, kurią draudimo bendrovė gali išmokėti pagal draudimo sutartį (Vainienė, 2005). Išskaita - tai pinigų suma, kurią kiekvieno draudžiamojo įvykio atveju padengia draudėjas arba apdraustasis (ERGO Insurance SE Lietuvos filialas, 2020). Draudimo bendrovė neatlygina išlaidų, viršijančių būtinąsias išlaidas, taip pat kosmetinių ir plastinių operacijų, ar kilusių dėl narkotikų, alkoholio ir kitų psichotropinių medžiagų naudojimo, susijusių su ekstremaliu sportu (nebent draudimo sutartyje numatomas rizikos padidėjimas), tyčinio nusikaltimo metu sukeltos išlaidos ir sportinės įrangos, muzikos instrumentų, kompiuterinės ir foto technikos, pinigų, vertybinių popierių, brangiųjų metalo ir pan. praradimo bei vėluojant bagažui dėl oficialių institucijų (muitinės, policijos ir pan. veiksmų). Įsigyjant kelionių draudimo produktą svarbu nepamiršti, kad draudimo sutartis turi būti sudaryta apdraustajam esant Lietuvos Respublikos teritorijoje, priešingu atveju draudimo sutartis negalioja.

Remiantis draudimo bendrovių „ERGO“ ir „Compensa“ kelionių draudimo taisyklėmis, draudimo įmoka yra apskaičiuojama atsižvelgiant į apdraustojo amžių, draudimo sutarties ir kelionės trukmę, valstybę, į kurią vykstama, kelionės pobūdį (tikslą), maršrutą, bagažo vertę, kelionės kainą, draudimo sumas ir kitus konkrečią riziką apibūdinančius požymius. Kelionės medicininių išlaidų draudimo kaina draudimo bendrovėse „Compensa“ ir „ERGO“ modeliuojama atsižvelgiant į rizikos kriterijus: valstybę, į kurią bus keliaujama, kelionės būdą, trukmę, tikslą ir papildomas rizikas (nelaimingų atsitikimų, civilinės atsakomybės ir bagažo draudimas). Pradiniai duomenys, naudojami modeliuojant situacijas, yra šie (išskyrus, kai keičiamas tos rūšies veiksnys): pasirenkama kelionės kryptis – Ispanija, keliavimo būdas – lėktuvu, kelionės trukmė – 8 dienos, kelionės tikslas – poilsinė kelionė/turizmas, apdraustojo amžius 21 metai ir pasirenkama medicininių išlaidų draudimo apsauga. Medicininių išlaidų draudimo objektas yra apdraustojo turtiniai interesai, kurie yra susiję su būtinosiomis gydymosi išlaidomis, patirtomis netikėtai susirgus ar patyrus nelaimingą atsitikimą už Lietuvos Respublikos ribų.

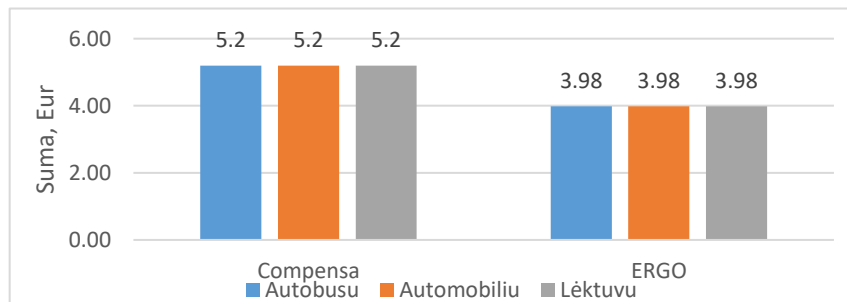


5 pav. Kelionės medicininių išlaidų draudimo kaina pagal kelionės kryptį (valstybę)
(Sudaryta autorės remiantis draudimas.lt pasiūlymu)

Lyginant draudimo bendrovių „Compensa“ ir „ERGO“ kelionių medicininių išlaidų draudimo kainas pagal valstybes, į kurias pasirenkama keliauti (žr. 1 pav.), matoma, kad visų analizuojamų valstybių medicininių išlaidų draudimo kaina žemiausia „ERGO“ draudimo bendrovėje. „Compensa“ draudimo bendrovėje akivaizdi medicininių išlaidų draudimo didesnė priklausomybė nuo pasirinktos valstybės, kadangi keliaujant į skirtingas pasirinktas valstybes, draudimo kaina atitinkamai skirsis. Tuo tarpu „ERGO“ draudimo bendrovėje tik dviejų kelionės kryptų kaina

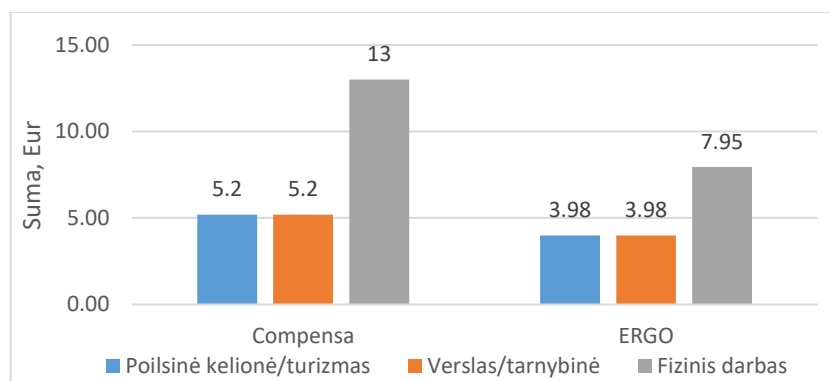
išsiskiria ryškiau (JAV ir Ispanija). Pagal apskaičiuotas įmokas galima daryti prielaidą, kad abi ne gyvybės draudimo bendrovės JAV vertina kaip rizikingiausią kelionės tikslą iš analizuojamų valstybių, „Compensa“ draudimo bendrovėje lyginant su baziniu variantu (kelione į Ispaniją), kelionės į JAV draudimo kaina didesnė beveik 3,5 karto, o „ERGO“ draudimo bendrovėje kiek daugiau nei 3,5 karto.

Apžvelgiant medicininių išlaidų draudimo įmoką pagal keliavimo būdą analizuojamose draudimo bendrovėse, galima daryti išvadą, kad keliavimo būdas įtakos kainai neturi (žr. 2 pav.), tačiau tokių pačių kriterijų kelionės medicininių išlaidų draudimas „Compensa“ draudimo bendrovėje kainuos daugiau.



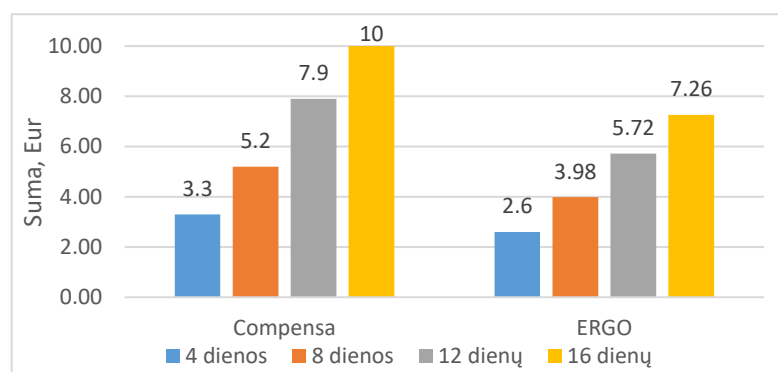
6 pav. Kelionės medicininių išlaidų draudimo kaina pagal keliavimo būdą
(Sudaryta autorės remiantis draudimas.lt pasiūlymu)

Modeliuojant skirtingus kelionės tikslus (poilsinė kelionė/turizmas, verslas/tarnybinė ir fizinis darbas), galima pastebėti, kad tiek „Compensa“, tiek „ERGO“ draudimo bendrovėje kaina skiriasi tik keliaujant dirbti fizinį darbą, o renkantis poilsinę ar verslo kelionę, draudimo kaina išlieka pastovi (žr. 3 pav.). Visgi, medicininių išlaidų draudimas kelionėje daugiau kainuoja „Compensa“ draudimo bendrovėje.



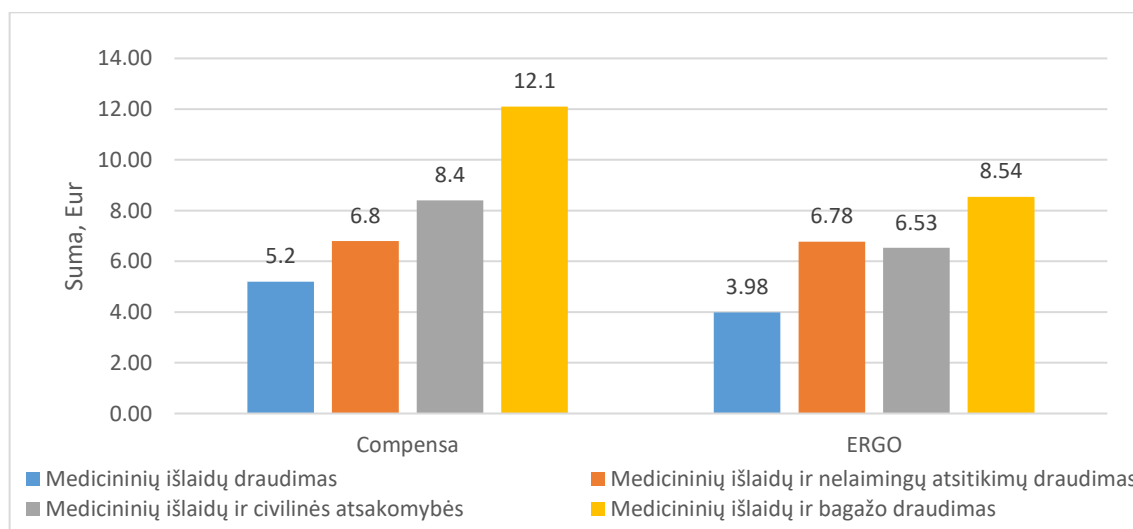
7 pav. Kelionės medicininių išlaidų draudimo kaina pagal kelionės tikslą
(Sudaryta autorės remiantis draudimas.lt pasiūlymu)

Kelionės medicininių išlaidų draudimo kaina „Compensa“ ir „ERGO“ draudimo bendrovėse priklauso nuo kelionės trukmės (žr. 4 pav.). Abiejose draudimo bendrovėse medicininių išlaidų draudimo kaina kinta neproporcingai - kuo ilgesnis kelionės laikotarpis pasirenkamas, tuo kainos prieaugis mažesnis. Kaip ir analizuojant ankstesnius modeliuojamus kriterijus, atitinkamai pasirinktomis trukmėmis, kelionės medicininių išlaidų draudimas pigesnis „ERGO“ draudimo bendrovėje.



8 pav. Kelionės medicininių išlaidų draudimo kaina pagal kelionės trukmę
(Sudaryta autorės remiantis draudimas.lt pasiūlymu)

Prieš tai modeliuotose situacijose buvo analizuojama kelionės medicininių išlaidų draudimo kaina keičiant tam tikrus prieš tai minėtus kriterijus, o toliau bus analizuojama, kaip keisis kelionių draudimo kaina prie medicininių išlaidų draudimo papildomai draudžiantis atitinkamai nelaimingų atsitikimų, civilinės atsakomybės ar bagažo draudimu (žr. 5 pav.). „Compensa“ draudimo bendrovėje mažiausią kainos pokytį lemia prie medicininių išlaidų draudimo pridedamas nelaimingų atsitikimų draudimas (kaina padidėja 30,77 proc.), kai tuo tarpu „ERGO“ draudimo bendrovėje mažiausias kainos pokytis apskaičiuojamas tuomet, kai prie medicininių išlaidų draudimo papildomai pridedamas civilinės atsakomybės draudimas (kaina padidėja 64,07 proc.). Abiejose draudimo bendrovėse didžiausią kainos pokytį lemia prie medicininių išlaidų draudimo pridedamas bagažo draudimas – „Compensa“ draudimo bendrovėje kaina padidėja 1,32 karto (lyginant su medicininių išlaidų draudimo kaina), o „ERGO“ – 1,15 karto. Kaip ir prieš tai modeliuotose situacijose lyginant tik pasirinktus veiksnius ir kainas, „ERGO“ draudimo bendrovėje draudimo paslauga kainuoja pigiau.



9 pav. Kelionės draudimo kaina pagal papildomas rizikas
(Sudaryta autorės remiantis draudimas.lt pasiūlymu)

Apibendrinant galima teigti, kad „Compensa“ ir „ERGO“ draudimo bendrovėse beveik visi pasirinkti rizikos kriterijai (4 iš 5) daro įtaką kelionės draudimo kainai. Kelionės draudimo kaina nepriklauso nuo analizuotų keliavimo būdų, tačiau vertinant kainos aspektu, „ERGO“ draudimo bendrovė siūlo pigesnę draudimo kainą baziniu variantu keičiantis tik keliavimo būdui. Didžiausią poveikį kelionės draudimo kainai gali daryti kelionės kryptis (valstybė, į kurią keliaujama),

modeliuotos situacijos atveju tiek „Compensa“, tiek „ERGO“ draudimo bendrovėje kaina labiausiai padidėjo (lyginant su bazine kelionės kryptimi – Ispanija) pasirinkus JAV kaip kelionės kryptį.

„COMPENSA“ IR „ERGO“ DRAUDIMO BENDROVIŲ SĄLYGŲ PALYGINAMOJI ANALIZĖ

Renkantis draudimo bendrovę labai svarbu atsižvelgti ne tik į kainą, tačiau ir į tam tikras draudimo sąlygas. Abiejose draudimo bendrovėse nurodoma kelionių medicininių išlaidų draudimo suma lygi 100000 Eur. Tam tikri kelionių medicininių išlaidų draudimo ypatumai skirtingose draudimo bendrovėse pateikiami 1 lentelėje. Pavyzdžiui, draudimo bendrovė „Compensa“ ramentų nuomos išlaidų nekompensuoja, kai „ERGO“ šias išlaidas padengtų. „ERGO“ draudimo bendrovė taip pat suteikia draudimo apsaugą teroristinio išpuolio metu (jei nėra panaudojamas masinio naikinimo ginklas), o „Compensa“ šios apsaugos nesuteikia. Taip pat galima atsižvelgti ir į tai, kad skiriasi pokalbių, neatidėliotinos stomatologinės pagalbos ir nėštumo komplikacijų maksimalios kompensavimo sumos.

1 lentelė

Kelionės medicininių išlaidų medicininės pagalbos kompensavimas „Compensa“ ir „ERGO“ draudimo bendrovėse

	„Compensa“	„ERGO“
Skubi medicininė pagalba	+	+
Būtinasis ambulatorinis gydymas	+	+
Būtinasis stacionarus gydymas	+	+
Būtinų telefoninių pokalbių išlaidos	iki 60 EUR	iki 30 EUR
Tyrimų, medikamentų ir tvarstymo išlaidos	+	+
Ramentų nuoma	-	+
Medicininio požiūriu neatidėliotino vežimo medicinos ar kitu transportu išlaidos	+	+
Neatidėliotinos stomatologinės pagalbos išlaidos	iki 175 EUR	iki 200 EUR
Repatriacijos išlaidos	+	+
Vieno artimojo asmens atvykimo ir gyvenimo išlaidos, jei apdraustajam reikalinga nuolatinė priežiūra	iki 10 dienų, limitas 100 EUR/d.	iki 7 dienų, limitas 100 EUR/d.
Nėštumo komplikacijos	iki 250 EUR	+
Apsauga teroristinio išpuolio metu	-	(išskyrus atvejus, kai panaudojamas masinio naikinimo ginklas)

Pasirinkus papildomą nelaimingų atsitikimų apsaugą taip pat svarbu įvertinti nelaimingus atsitikimus, nuo kurių analizuojamos ne gyvybės draudimo bendrovės draudžia, o nuo kurių ne, ir nelaimingų atsitikimo draudimo sumas, kurias maksimalias draudimo bendrovė išmokėtų įvykus nelaimingam atsitikimui (žr. 2 lent.).

Draudimo bendrovių „Compensa“ ir „ERGO“ nelaimingų atsitikimų draudimo sumos

Nelaimingų atsitikimų draudimo sumos, Eur/Draudimo bendrovė	„Compensa“	„ERGO“
Mirtis	10000	10000
Neįgalumas	10000	20000
Traumos	3000	3000

Akivaizdu, kad asmeniui vertinant galimybę likti neįgaliam įvykus draudiminiam įvykiui, jo galimus finansinius nuostolius didesne suma padengi galėtų „ERGO“ draudimo bendrovė, tačiau nevirsijant nurodytos 20000 Eur sumos. Mirties ir traumos atveju draudimo sumos abiejose draudimo bendrovėse nurodomos identiškos.

Analizuojant nelaimingų atsitikimų draudžiamuosius įvykius draudimo bendrovėje „Compensa“, kuriems „ERGO“ nesuteikia draudimo apsaugos ir atvirkščiai, nustatyta, kad „Compensa“ draudimo bendrovė, lyginant su „ERGO“, draudimo apsaugą taiko gyvatės įkirtimų, gyvūnų įkandimų, vabzdžių įgėlimų, sužalojimų elektros srove bei papildoma išmoka suteikiama dėl operacijos. Tuo tarpu draudimo bendrovė „ERGO“ draudimo apsaugą suteikia pasiutligės, erkinio encefalito, Laimo ligos, nudegimų, nušalimų, anafilaksinio šoko, patempimų, įvykių, įvykusių važiuojant motociklu, taip pat išmokama papildoma draudimo išmokama persileidimo atveju, jei vaisius buvo vyresnis nei dvidešimt dvi savaitės, o „Compensa“ šiems atvejams draudimo apsaugos nesuteikia. Vadinas, draudimo bendrovių suteikiamos apsaugos kelionės nelaimingų atsitikimų draudime ženkliai skiriasi, todėl asmuo turi įvertinti, kurios draudimo bendrovės apsaugos jam aktualesnės ir į jas atsižvelgti renkantis draudimo bendrovę. Šiuo atveju „ERGO“ draudimo bendrovė suteikia daugiau draudimo apsaugų.

Papildomai draudžiantis civilinės atsakomybės draudimu, draudimo suma tiek „Compensa“, tiek „ERGO“ draudimo bendrovėje yra 25000 Eur, tačiau išsiskiria franšizė, kuri „ERGO“ draudimo bendrovėje siekia 60 Eur, o „Compensa“ kiekvieno draudžiamojo įvykio atveju išskaičiuoja 10% besąlyginę išskaitą iš priskaičiuotos mokėti draudimo sumos.

Bagažo apsauga „Compensa“ ir „ERGO“ draudimo bendrovėse taikoma bagažo vėlavimui virš 6 valandų, atlyginama iki 175 Eur, o maksimali išmoka už vieną daiktą „Compensa“ draudimo bendrovėje taikoma iki 25 proc. draudimo sumos, o „ERGO“ – iki 50 proc. draudimo sumos. „Compensa“ draudimo bendrovėje bagažo draudimo suma siekia 1000 Eur, o „ERGO“ – 750 Eur, pirmojoje draudimo išskaita yra apskaičiuojama kaip 10% iš apskaičiuotos mokėti draudimo sumos, o „ERGO“ siekia 25 Eur. Vadinas, draudimo bendrovių „Compensa“ ir „ERGO“ kelionės draudimo sąlygos skiriasi, todėl renkantis draudimo bendrovę sudaryti kelionės draudimo sutartį, reikia atsižvelgti ne tik į kainą, bet ir pateikiamas sąlygas. Analizuotu atveju (nevertinant asmeninių konkretaus keliautojo poreikių), draudimo apsauga būtų taikoma didesniai nelaimingų atsitikimų skaičiui draudimo bendrovėje „ERGO“, taip pat ši draudimo bendrovė siūlo kiek platesnį ir medicininių išlaidų draudimo paketą, o vertinant civilinės atsakomybės ir bagažo draudimo sąlygas abiejose draudimo bendrovėse, reikia atsižvelgti į išskaitos ir išmokamos sumos dydį.

IŠVADOS

Atlikus „Compensa“ ir „ERGO“ draudimo bendrovių kelionės draudimo produkto kainos analizę modeliuojant pasirinktus rizikos kriterijus nustatyta, kad didžiausią poveikį kelionės draudimo kainai gali daryti pasirinkta kelionės kryptis – modeliuotoje situacijoje keliaujant į JAV apskaičiuota kelionės medicininių išlaidų draudimo kaina buvo brangiausia abiejose draudimo

bendrovėse ir lyginant su bazine situacija, draudimo kaina padidėjo apie 3,5 karto. Tuo tarpu modeliuotose situacijose keliavimo būdas abiejose draudimo bendrovėse poveikio kainai neturėjo (lyginant su baziniu variantu). Visose modeliuotose situacijose „ERGO“ draudimo bendrovė galėtų pasiūlyti žemesnę kelionės draudimo kainą nei „Compensa“ draudimo bendrovė.

Atlikus draudimo bendrovių kelionės draudimo produkto sąlygų analizę išsiaiškinta, kad „Compensa“ ir „ERGO“ sąlygos, kuriomis remiantis išmokama draudimo išmoka, skiriasi. Vertinant apibendrintai, „ERGO“ draudimo bendrovė suteikia platesnį draudiminių įvykių paketą, kuriems įvykus išmokama draudimo išmoka. Taigi, vertinant tiek kainos, tiek sąlygų atžvilgiu, draudėjui palankesni „ERGO“ draudimo bendrovės pasiūlymai.

LITERATŪRA

1. Compensa Vienna Insurance Group (2020). *Kelionių draudimo taisyklės*. Prieiga per internetą: https://www.compensa.lt/uploads/ECB/content_1593609474/kelioniu-draudimo-taisykles-galioja-nuo-2020-07-01_1075.pdf

Draudimas.lt. (2020). *Kelionių draudimas. Skaičiuoklė*. Prieiga per internetą: <https://www.draudimas.lt/kelioniu-draudimas>

ERGO Insurance SE Lietuvos filialas (2020). *Kelionių draudimo taisyklės Nr. 028*. Prieiga per internetą: <https://www.ergo.lt/assets/Uploads/BusinessServicePhotos/Kelioniu-draudimo-taisykles-Nr.-028-galioja-nuo-2020-02-06.pdf>

Lezgovko, A. (2010). *Draudimo ekonomikos pagrindai*. Klaipėda.

Kiyak, D., & Pranckevičiūtė, L. (2014). *Vartotojų suvokiamos draudimo produktų kainos tyrimas*. Vadybos mokslas ir studijos-kaimo verslų ir jų infrastruktūros plėtrai, 36(3), 535-546.

Lietuvos draudikų asociacija (2020). *Draudimas*. Prieiga per internetą: <http://www.draudikai.lt/lt/draudimas>

Tykocinski, O., E. (2008). *Insurance, risk, and magical thinking*. Personality and Social Psychology Bulletin, 34(10), 1346-1356.

Vainienė, R. (2005). *Ekonomikos terminų žodynas*. Vilnius: Tyto alba, 12.

COMPARATIVE ANALYSIS OF TRAVEL INSURANCE PROVIDED BY "COMPENSA VIENNA INSURANCE GROUP" AND "ERGO INSURANCE SE LIETUVOS FILIALAS"

MIGLĖ DZEDULIONYTĖ

Kaunas University of Technology

Tutor doc. dr. Aušrinė Lakštutienė

ANNOTATION

Travelling became inevitable part of people everyday life. Individuals buy travel insurance in order to lower financial costs that could arise in case of an accident on journey. However, it is usually really difficult to evaluate, which exact risk or occurrence does significant influence to insurance price so is to pick a most suitable, cost-effective insurance provider. This research measures what impact on insurance prices has certain risks criterias selection and compares different conditions and terms of services.

Key words: travel/trip insurance, risk criteria.

FINANSINIŲ TECHNOLOGIJŲ SKVERBIMASIS Į VARTOTOJŲ FINANSINIUS ĮPROČIUS

MONIKA GASEVIČIŪTĖ

Kauno technologijos universitetas

Vadovė doc. Aistė Dovalienė

ANOTACIJA

Straipsnyje atskleidžiama Finansinių technologijų (FinTech) svarba, pateikiami pagrindiniai jų plėtros bruožai pasaulyje bei Lietuvoje. Siekiant išsiaiškinti kaip finansinės technologijos skverbiasi į vartotojų finansinius įpročius, analizuojami ir interpretuojami atlikto kiekybinio tyrimo rezultatai. Šio tyrimo metu buvo sužinota, koks yra respondentų požiūris bendrai į naująsias bei finansines technologijas, kokie dabar yra pagrindiniai finansiniai įpročiai bei kokią naudą teikia respondentams naudojimasis tam tikromis „FinTech“.

Raktiniai žodžiai: finansinės technologijos (FinTech), finansinės paslaugos, finansiniai įpročiai.

IVADAS

Technologinės inovacijos skverbiasi į visas sritis, keisdamos žmonių gyvenimą bei jų įpročius. Finansų sektoriaus plėtra taip pat priklauso nuo inovatyvių technologijų diegimo bei jų priimtumo vartotojams. Pastaraisiais metais vis dažniau galima išgirsti terminą – „FinTech“. Tai dviejų žodžių (Fin – finansai, Tech – technologijos) junginys kuris apibūdina naują ir besiformuojančią sritį, kuri pritraukia visuomenės dėmesį (Zavolokina, 2016). Finansinės technologijos apima skaitmenines technologijas įgalinančias verslo modelio naujoves finansų sektoriuje. Pasak Philippon (2016), tokios naujovės gali sutrikdyti esamas finansines struktūras bei padaryti perversmą kuriant naujus verslus arba išlaikant esamus. Tačiau būtent šis finansinis perversmas turėtų būti kaip suprantamesnis ir lengvesnis būdas naudotis finansinėmis technologijomis visuomenei. Šiandien „FinTech“ svarbiausių naujovių pavyzdžiai yra siejami su kriptovaliutomis, skaitmeniniu konsultavimu, prekybos sistemomis, skolinimo ar atsiskaitymo paslaugų tobulinimu (Philippon, 2016). Kai kurios iš šių funkcijų skirtos ir gyventojams, ne tik verslo sektoriui. Anot Dhar ir Stein, visuomenei finansai tiesiogiai siejasi su pasitikėjimu (Dhar ir Stein, 2017). Žmonės pasitiki bankų sektoriumi, ten laikdami savo pinigus arba verslo sektoriumi, iš kurio perka tam tikras paslaugas investuojant savo pinigus (Dhar ir kt, 2017). Kadangi šie sektoriai žmonėms taip siejasi su pasitikėjimu ir keliais aukštesniais standartais, bankams ar verslui yra lengviau įtraukti žmones į naujus procesus. Siekiant užtikrinti sėkmingą „FinTech“ diegimą ir yra tikslinga išsiaiškinti kaip finansinių technologijų atsiradimas veikia visuomenės finansinius įpročius.

Straipsnio tikslas: išsiaiškinti kaip finansinės technologijos keičia kasdienes finansinius įpročius.

Tyrimo uždaviniai:

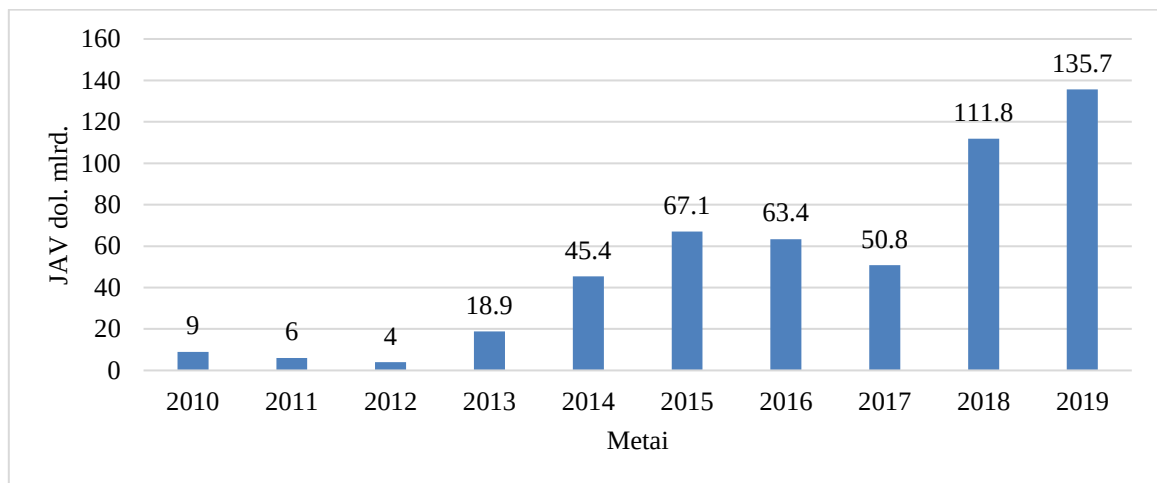
1. Atskleisti finansinių technologijų svarbą bei jų plėtros charakteristikas;
2. Atlikus empirinį tyrimą, išsiaiškinti vartotojų finansinius įpročius bei jų požiūrį į finansines technologijas.

Tyrimo metodai: mokslinės literatūros analizė, statistinių duomenų analizė, kiekybinis tyrimas apklausos būdu bei aprašomoji statistinė analizė.

FINANSINIŲ TECHNOLOGIJŲ SVARBA IR PLĖTROS CHARAKTERISTIKOS

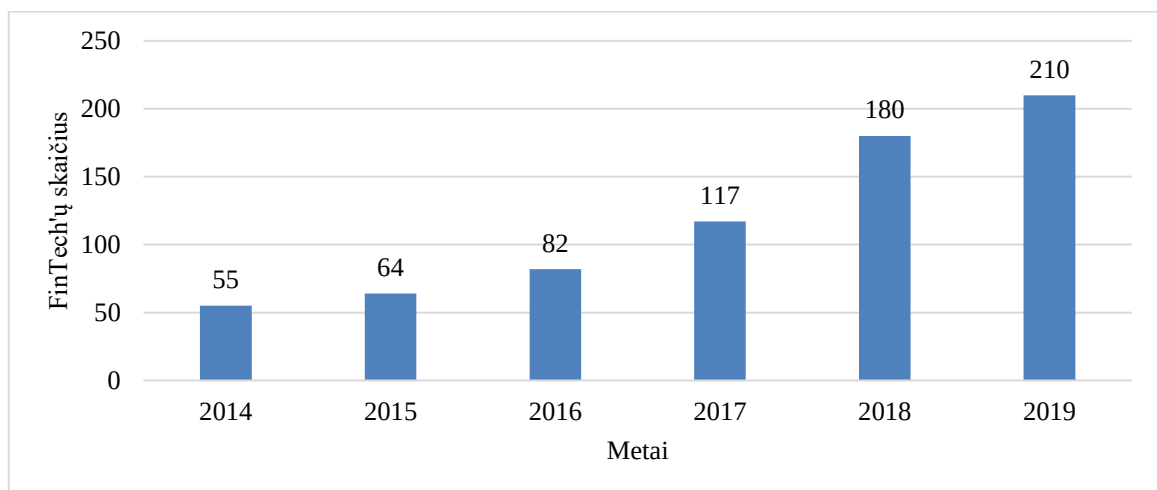
Finansų pasaulis, o ypač banko ir verslo sektoriai, yra vienareikšmiškai svarbūs aspektai žmonių gyvenimuose. Tačiau per pastarąjį dešimtmetį tiek banko, tiek kitų verslų veikla vis tobulėja. Šis tobulėjimas vyksta diegiant naująsias finansines technologijas. Toks finansinių technologijų arba kaip dabar įprasta girdėti „FinTech“ taikymas įvardinamas kaip naujoji finansinių paslaugų epocha

(Zavolkina, 2016). Būtent per šį laikotarpį neabejotinai pastebima kaip pasikeitė visos technologijos, bet būtent naujosios finansinės technologijos pastaruoju metu traukia žmonių dėmesį. 1 Paveiksle matoma bendra investicijų į „FinTech“ įmones vertė visame pasaulyje nuo 2010 m. iki 2019 m.



10 pav. Bendra investicijų į „FinTech“ įmones vertė visame pasaulyje 2010 – 2019 m.
(Rudden, 2020)

Remiantis šiais statistiniais duomenimis galima pastebėti, kad visos investicijos „FinTech“ sektoriuje pasaulio rinkoje 2019 m. siekė 135,7 mlrd. JAV dolerių ir per visą dešimtmetį pakilo 126 mlrd. dolerių, kas ir parodo, jog pasaulyje finansinės technologijos tampa vis labiau patrauklesnės ir svarbesnės visuomenei. Ši industrija sparčiai plečiasi ir Lietuvoje. Pasak „Invest Lithuania“ spartus Lietuvos „FinTech“ augimas ekosistemoje prasidėjo 2016 m. (Invest Lithuania, 2020.) Nuo tada metinis augimas vidutiniškai svyravo apie 30 – 40 proc. (žr. 11 pav.)



11 pav. FinTech skaičius Lietuvoje 2014 – 2019 m.
(Invest Lithuania, 2020)

Su tokiu augimu tikimasi, jog 2020 m. pabaigoje „FinTech“ veikiančių Lietuvoje skaičius galėtų siekti 250. Šiame sektoriuje 2019 m. pabaigoje Lietuva užėmė 4 vietą pasauliniame „FinTech“ reitinge, o Vilnius užėmė 1 vietą pasauliniame technologijų startuolių TUI pritraukimo reitinge turėdama 3,4 tūkst. darbuotojų šioje srityje. Šie skaičiai siejami su finansinių technologijų svarbos įmonių veikloje pripažinimu, jų diegimu siekiant užtikrinti sėkmingą verslo plėtrą. Finansinių technologijų taikymas versle taip pat priklauso nuo šių technologijų priimtumo vartotojams, nuo vartotojų galimybių naudotis šių technologijų teikiamomis galimybėmis.

„FinTech“ populiarumas siejamas ir su augančiu išmaniųjų įrenginių naudojimu versle bei asmeniniame gyvenime. Anot O’Dea 2019 metais viso pasaulio mastu 3,5 mlrd. žmonių naudojo išmaniaisiais mobiliaisiais telefonais, tai yra 45 proc. visos pasaulio populiacijos (O’Dea, 2020a.). Lietuvoje tuo metu išmaniaisiais telefonais naudojo 1,68 mln. žmonių, o tai yra 60 proc. (O’Dea, 2020b.). Lietuvos gyventojų. Taigi, šiomis dienomis didelė pasaulio dalis gali interaktyviai dalyvauti skaitmeniniame pasaulyje, kuris keičia visuomenės narių socialinę, ekonominę, finansinę padėtį ir visą gyvenimo būdą (Dapp, Smolka, Hoffmann, 2014).

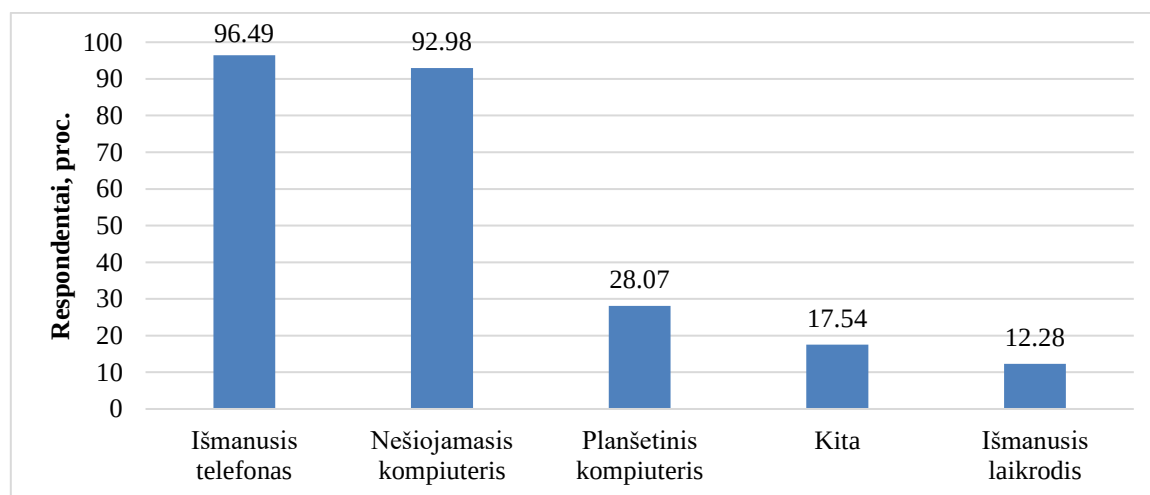
VARTOTOJŲ FINANSINIŲ ĮPROČIŲ BEI POŽIŪRIO Į „FINTECH“ EMPIRINIS TYRIMAS IR JO REZULTATAI

Tam, kad išsiaiškinti kaip Lietuvos gyventojai vertina finansines technologijas ir ar jas naudoja buvo atliktas empirinis tyrimas. Siekiant įvertinti situaciją dominančių požymių atžvilgiu, atliktas aprašomasis kiekybinis tyrimas. Pirminių duomenų rinkimo metodas – apklausa internete. Respondentai tyrimui parinkti netikimybinės (neatsitiktinės), patogumo atrankos būdu, anketos nuorodą patalpinus socialiniuose tinkluose, tokiuose kaip „Facebook“, „Instagram“ ir pan.

Atlikus apklausą buvo gauti atsakymai: iš jų 68,4 proc. moterų ir 31,6 proc. vyrų. Daugiausiai apklaustųjų buvo 18 – 25 metų amžiaus asmenys (86 proc.). 7 proc. apklaustųjų 26 – 40 metų, o kiti likę 41 ir daugiau.

Pirmieji 3 klausimai buvo skirti išsiaiškinti, koks yra vartotojų polinkis naudotis ir domėtis naujausiomis technologijomis. Paklausus klausimo ar naudojatės naujausiomis technologijomis tik 3,5 proc. apklaustųjų teigė, jog jomis nesinaudoja.

Pasiteiravus, kokiomis naujausiomis technologijomis naudojasi respondentai, buvo sulaukta įvairių atsakymų (žr. 12 pav.).



12 pav. Respondentų naudojamos naujausios technologijos
(Sudaryta autorės, 2020)

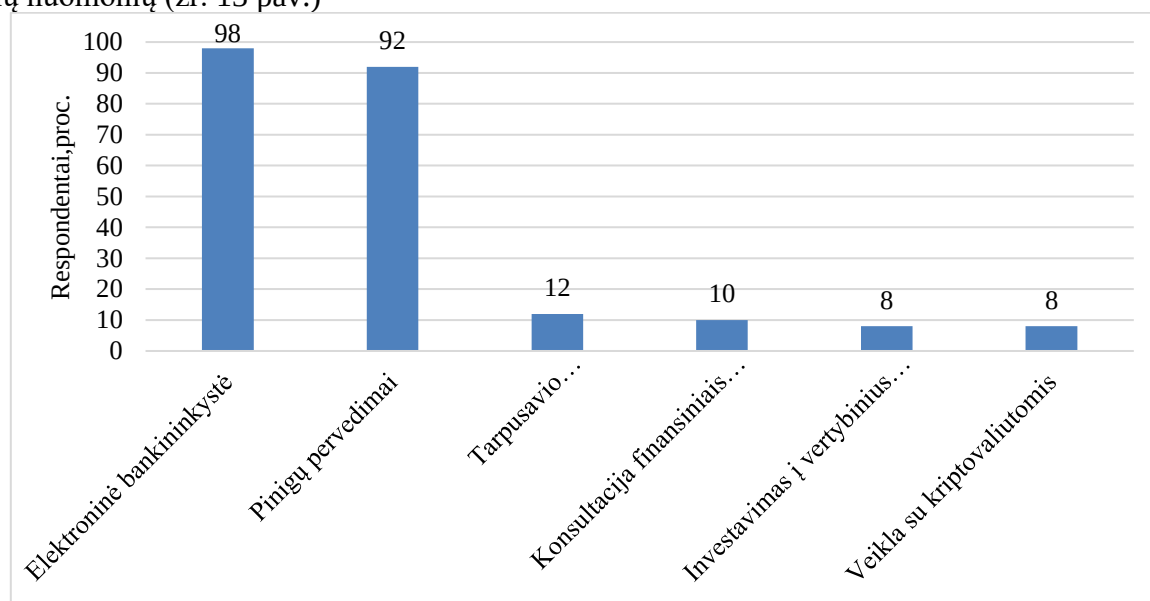
Visi apklaustieji, kurie naudoja naujosiomis technologijomis, nurodė, jog naudoja išmaniaisiais telefonais. Beveik 93 proc. iš jų naudoja nešiojamaisiais kompiuteriais, 28 proc. – planšetiniais kompiuteriais, 12 proc. – išmaniais laikrodžiais, o 17,5 proc. respondentų naudoja ir kitomis technologijomis, kaip išmanieji dulkių siurbiai, išmanieji šaldytuvai, stalo kompiuteriai ir kt.

Uždavus klausimą ar respondentai seka naujienas susijusias su naujosiomis technologijomis 20 proc. atsakė, jog naujienas seka. 70,9 proc. teigė, jog apie naujas technologijas pasidomi tik kartais, jei pamato įdomų straipsnį socialiniuose tinkluose, na o 9,1 proc. įvardino, kad naujienų apie inovacijas neseka iš viso.

Taigi, išanalizavus pirmuosius 3 klausimus, galime teigti, jog daugiau nei 95 proc. apklaustųjų naudojami išmaniosiomis technologijomis. Iš jų populiariausi yra išmanieji telefonai arba nešiojamieji kompiuteriai. Ir net gi 70 proc. respondentų patys domisi naujosiomis technologijomis. Taigi, galima teigti, jog respondentai yra linkę naudotis naujosiomis technologijomis.

Toliau esantys 4 – 6 klausimai buvo skirti ištirti, kokie yra skirtingų amžiaus grupių žmonių finansiniai įpročiai. Iš visų apklaustųjų, 88 proc. naudojami finansinės paslaugos, todėl toliau analizuojami būtent šių respondentų atsakymai į klausimus.

Uždavus klausimą, kokiomis finansinėmis paslaugomis apklaustieji naudojami buvo sulaukta įvairių nuomonių (žr. 13 pav.)



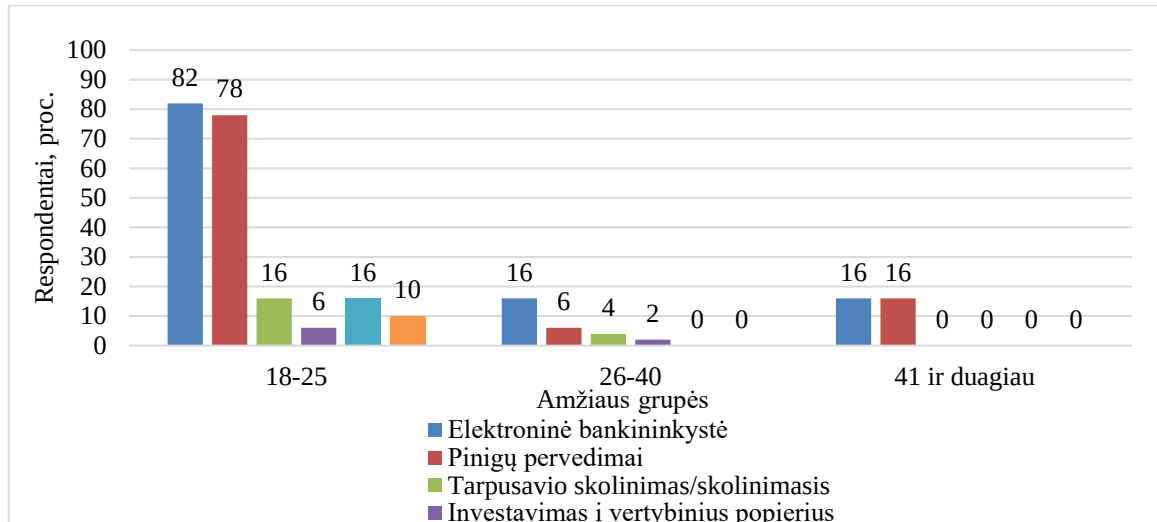
13 pav. Respondentų naudojamos finansinės paslaugos
(Sudaryta autorės, 2020)

Daugiausiai respondentai naudojami elektronine bankininkyste (98 proc.) ir pinigų pervedimo (92 proc.) paslaugomis. Nedaugelis naudojami investicinėmis ar konsultavimo paslaugomis.

Pasiteiravus kaip dažnai apklaustieji naudojami nurodytomis finansinėmis paslaugomis 58 proc. apklaustųjų nurodė, kad jomis naudojami 2 – 3 kartus per savaitę. 26 proc. atsakė, jog naudojami kiekvieną dieną, 10 proc. – 1 kartą savaitėje, o likę 6 proc. dažniau nei 1 kartą per mėnesį.

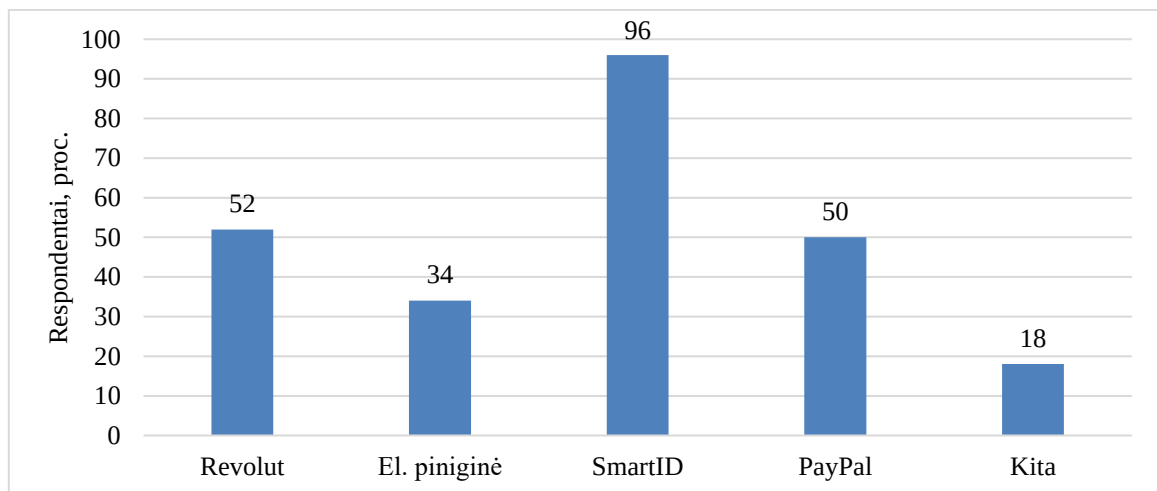
Taigi, išanalizavus atsakymus respondentų, kurie naudojami finansinėmis paslaugomis, beveik visi nurodė, jog naudojami elektronine bankininkyste ir pinigų pervedimo paslaugomis. Taip pat apžvelgus finansinių paslaugų naudojimo dažnumą galima teigti, jog apie 95 proc. apklaustųjų turi tam tikrus finansinius įpročius.

Tam, kad išsiaiškinti kokiais „FinTech“ naudojami tam tikros žmonių amžiaus grupės yra svarbu pirmiau sužinoti, kokios finansinės paslaugos jiems yra aktualios. 5 paveiksle galima matyti jog, 26 – 40 metų grupės žmonės yra labiau linkę naudotis elektronine bankininkyste, pinigų pervedimo paslaugomis. Rečiau renkasi investicines paslaugas. Kita amžiaus grupė, 41 ir daugiau, renkasi tik elektroninės bankininkystės ir pinigų pervedimo paslaugas. 18 – 25 metų amžiaus grupės daugiau kaip $\frac{3}{4}$ naudojami tomis pačiomis paslaugomis, kaip ir vyresniosios amžiaus grupės, tačiau taip pat jie domisi konsultacinėmis paslaugomis bei veikla su kriptovaliutomis.



14 pav. Naudojamos finansinės technologijos pagal amžiaus grupes
(Sudaryta autorės, 2020)

7 anketos klausimas buvo skirtas išsiaiškinti, kokios finansinės technologijos yra dažniausiai naudojamos. Tie apklaustieji, kurie teigė, naudojami finansinėmis paslaugomis nurodė 4 pagrindines inovacijas („Fintech“), kuriomis naudojasi (žr. 15 pav.).

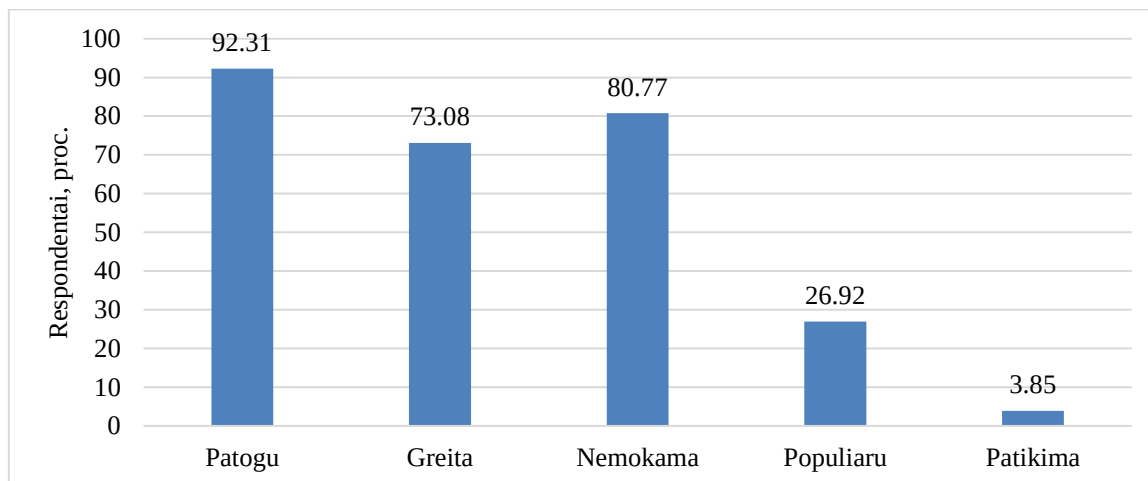


15 pav. Respondentų naudojamos finansinės technologijos (FinTech)
(Sudaryta autorės, 2020)

96 proc. apklaustųjų nurodė, jog naudojami išmaniojo tapatybės patvirtinimo įrankiu – „SmartID“. Daugiau kaip 50 proc. respondentų naudojami elektroniniu banku „Revolut“ ir jo sąskaita bei internetine mokėjimų platforma „PayPal“. 34 proc. apklaustųjų naudojami įvairiomis elektroninėmis pinigėmis, na o dar 18 proc. respondentų renkami kitas finansines technologijas: pinigų perlaidos sistemas, skolinimosi/skolinimo, kriptovaliutų platformas ir kt.

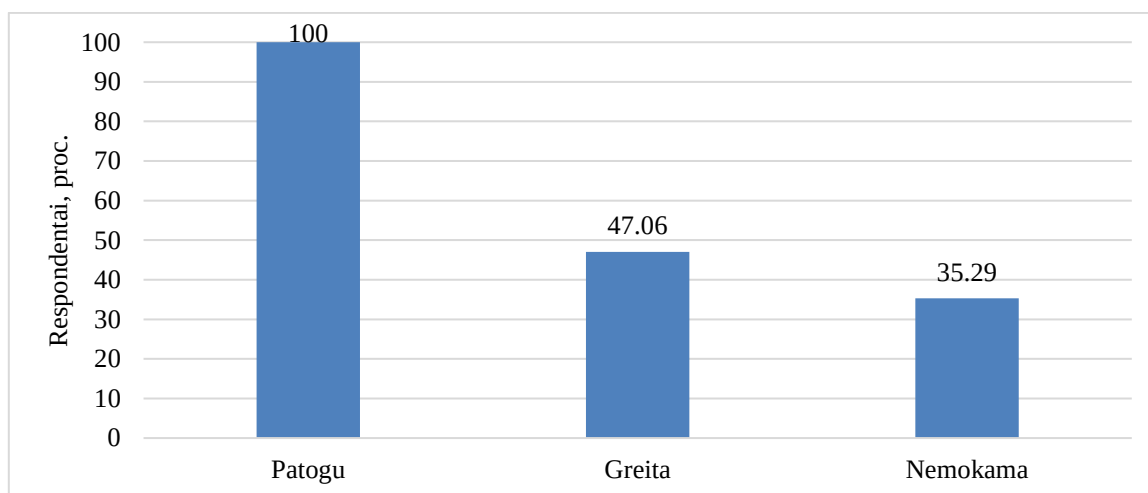
Įvertinus dažniausiai pasirenkamus „FinTech“, kyla klausimas, o kodėl respondentai renkami būtent šias. Respondentų buvo paprašyta įvardinti kodėl jie naudoja savo pasirinktus „FinTech“

52 proc. respondentų, kurie naudojami finansinę technologiją – Revolut įvardino keletą priežasčių, kodėl renkami būtent šį internetinį banką (žr. 16 pav.). Beveik visi respondentai teigia, jog Revolut naudojami, nes tai yra patogiu ir nemokama. Apie 3/4 apklaustųjų teigia, jog Revolut naudotis yra greita. 27 proc. sako, jog naudojami šiuo „FinTech“ dėl to kad, tai yra populiaru, na o beveik 4 proc. – nes tai saugu ir patikima.



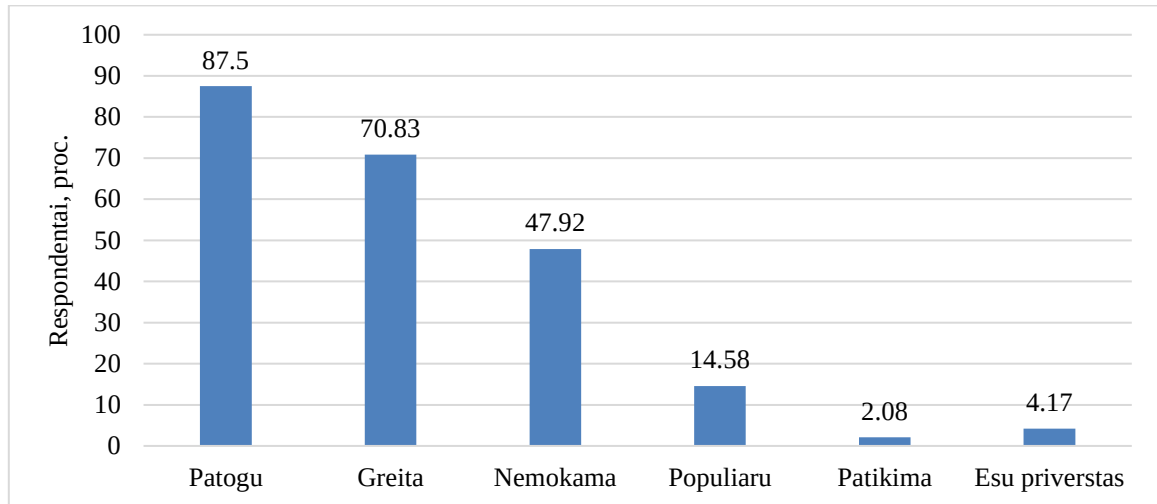
16 pav. Priežastys dėl ko respondantai renkasi finansinę technologiją Revolut
(Sudaryta autorės, 2020)

Visi, kurie naudojami el. pinigines paslauga vienareikšmiškai įvardino patogumą (žr. 17 pav.). 47 proc. iš apklaustųjų, kurie naudojami el. pinigine teigė, jog šią paslaugą renkasi, nes sutaupo laiko, o 35 proc. – nes nemokama.



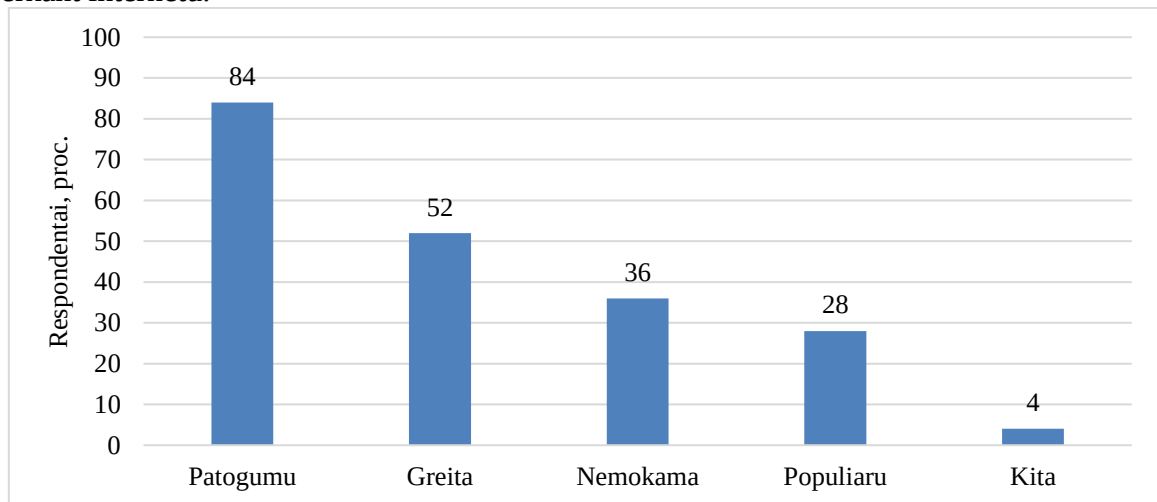
17 pav. Priežastys dėl ko respondantai renkasi finansinę technologiją El. Piniginę
(Sudaryta autorės, 2020)

Net 96 proc. apklaustųjų paminėjo, jog naudojami SmartID paslauga, o iš tų 92 proc. 88 tvirtino, jog renkasi šią paslaugą dėl patogumo. Kiek mažiau – apie 70 proc. išskyrė laiko sutaupymą. Taip pat buvo paminėta, jog respondantai renkasi šią paslaugą, nes tai yra nemokama, populiari ar patikima. Tačiau 4 proc. apklaustųjų pasakė, jog šia paslauga naudojami, dėl to jog yra priversti (žr. 18 pav.).



18 pav. Priežastys dėl ko respondentai renka finansinę technologiją SmartID
(Sudaryta autorės, 2020)

„FinTech“ PayPal 84 proc. respondentų naudojami dėl patogumo (žr. 19 pav.). 52 proc. apklaustųjų paminėjo paslaugos greitumą, šiek tiek mažiau išskyrė populiarumą ir tai, jog ji yra nemokama. 4 proc. respondentų teigė, jog PayPal renkami, nes kartais neturi kito pasirinkimo apsiperkant internetu.



19 pav. Priežastys dėl ko respondentai renka finansinę technologiją PayPal
(Sudaryta autorės, 2020)

Apžvelgus 4 finansines technologijas, kurios yra labiausiai naudojamos, ir priežastis, kodėl jos yra pasirenkamos buvo išsiaiškintos pagrindinės teikiamos „FinTech“ naudos jų naudotojams. Buvo išvystyta tendencija, jog visos yra naudojamos dėl patogumo. Vidutiniškai 94 proc. išskyrė patogumą. Taip pat dažnai buvo paminėtas greitis – 61 proc., o tai, kad „FinTech“ yra nemokamas – 50 proc.

IŠVADOS

1. „FinTech“ diegimas verslo ir bankų sektoriuje paskatino naujosios finansinių paslaugų epochos atsiradimą. Ši epocha su metais tampa vis aktualesnė visuomenei, taigi investicijos į „FinTech“ visame pasaulyje auga, kaip ir pačių finansinių technologijų skaičius.
2. Apibendrinus gautus tyrimo duomenis, galima teigti, jog respondentų požiūris į naujas ir finansines technologijas yra teigiamas. Apklaustieji ne tik jomis naudojami, bet kartais nuo karto

pasidomi naujienomis susijusiomis su inovacijomis. Tyrimo rezultatai rodo, kad nepriklausomai nuo jų amžiaus grupės, respondentai renkasi elektroninės bankininkystės ir pinigų pervedimo paslaugas. Respondentų finansiniai įpročiai apsprendžia tai, kokiomis „FinTech“ naudojamosi. Populiariausi respondentų tarpe „FinTech“ pasirinkimai yra Revolut, el. piniginė, SmartID ir PayPal. Analizuojant dažniausiai naudojamų finansinių technologijų teikiamą naudą respondentams, išsiaiškinta, jog vienareikšmiškai šios inovacijos yra naudojamos dėl patogumo, greičio ir dėl to jog paslauga yra nemokama. Taigi žmonės sutaupo pinigų, laiko ir jaučia komfortą naudodami tam tikras finansines technologijas.

LITERATŪRA

1. Zavolokina, L., Dolata, M., & Schwabe, G. (2016). FinTech–What's in a Name?
2. Philippon, Th. (2016). *The fintech opportunity*. No. w22476. National Bureau of Economic Research.
3. Dhar, V., & Stein, R. M. (2017). FinTech platforms and strategy. *Communications of the ACM*, 60(10), 32–35. doi:10.1145/3132726
4. Zavolokina, L., Dolata, M., & Schwabe, G. (2016). The FinTech phenomenon: antecedents of financial innovation perceived by the popular press. *Financial Innovation*, 2(1), 1-16.
5. Rudden, J. (2020) *Total investments into Fintech companies globally 2010-2019* [žiūrėta 2020 – 10 – 28] prieiga per internetą: <https://www.statista.com/statistics/719385/investments-into-fintech-companies-globally/>
6. Rudden, J. (2020) *In-depth: Fintech 2020* [žiūrėta 2020 – 10 – 28] prieiga per internetą: <https://www.statista.com/study/45600/statista-report-fintech/>
7. Invest Lithuania (2020) *The Fintech Landscape in Lithuania 2019-2020* [žiūrėta 2020 – 10 – 30] prieiga per internetą: <https://investlithuania.com/fintech-report-2019/>
8. O’Dea, S. (2020a) *Smartphone users worldwide 2016 – 2021* [žiūrėta 2020 – 10 – 30] prieiga per internetą: <https://www.statista.com/statistics/330695/number-of-smartphone-users-worldwide/>
9. O’Dea, S. (2020b) *Forecast of smartphone user numbers in Lithuania 2015-2022* [žiūrėta 2020 – 10 – 30] prieiga per internetą: <https://www.statista.com/statistics/566148/predicted-number-of-smartphone-users-in-lithuania/>
10. Dapp, T., Slomka, L., AG, D. B., & Hoffmann, R. (2014). Fintech–The digital (r) evolution in the financial sector. *Deutsche Bank Research*, 1-39.

FINANCIAL TECHNOLOGIES IMPACT ON CONSUMERS’ FINANCIAL HABITS

MONIKA GASEVIČIŪTĖ

Kaunas University of Technology
Tutor doc. Aistė Dovalienė

ANNOTATION

The article analyzes the importance of Financial Technologies (FinTech) and the main features of their development in the world and Lithuania. In order to find out how financial technologies penetrates the financial habits of the consumers, the results of the performed quantitative research are analyzed. This study found out the respondents attitudes towards new and financial technologies in general, what are the main financial habits now, and what are the benefits for respondents of using certain FinTech

Keywords: Financial Technologies (FinTech), Financial Services, Financial Habits.

ADB „GJENSIDIGE“ KELIONĖS IR ASMENS DRAUDIMO PRODUKTŲ KAINŲ ANALIZĖ

MARTYNA GRIGAITYTĖ

Kauno technologijos universitetas
Vadovė doc. dr. Aušrinė Lakšutienė

ANOTACIJA

Suvaldyti riziką, susijusią su kelionėmis, padeda galimybė įsigyti kelionės draudimą, o vengiant neplanuotų išlaidų, susijusių su asmens sveikata, kasdieniame gyvenime - nelaimingų atsitikimų draudimas. Atsižvelgiant į tai, kad draudimo produktų kainos svyruoja ne tik priklausomai nuo draudimo bendrovės, tačiau ir dėl tam tikrų atskirų papildomos rizikos faktorių – analizuojamos ADB „Gjensidige“ kelionės ir asmens draudimo kainos, priklausomai nuo skirtingų veiksnių pokyčių. Vertinant vidutinius atskirų veiksnių sąlygotus kainų pokyčius išsiaiškinta, jog kelionės draudimo kainai daugiausia įtakos turi kelionės trukmė, o asmens draudimo kainai – draudžiamų asmenų skaičius.

Raktiniai žodžiai: draudimas; kelionės draudimas; draudimas nuo nelaimingų atsitikimų; draudimo kaina.

IVADAS

Šiais laikais, kuomet sulaukiama nemažai naujienų apie teroro išpuolius, tarptautinius konfliktus, sveikatos problemų protrūkius ar net stichines nelaimes, rizika yra dažniausias kelionės kompanionas (Kerr, Kelly, 2019). Taip pat, kadangi kelionės dažnai vyksta į naujas, dar asmeniui nebūtinai pažįstamas vietas, rizika auga dėl su nežinomybe susijusių faktorių (Korstanje, George, 2017). Būtent dėl to, dažnas turistai, siekdamas sumažinti su kelionėmis susijusią riziką naudoja kelionės draudimą (Korstanje, George, 2017). Egzistuojant skirtingiems būdams, kaip su turizmu susijusi rizika gali paveikti keliaujantį asmenį (medicininės išlaidos, atšaukiami ar vėluojantys skrydžiai, sukelti neplanuotas papildomas išlaidas ir pan.), yra nustatyta, jog būtent didesnis rizikos suvokimas sukelia didesnę kelionių draudimo paklausą (Xiang, Gretzel, 2010).

Kelionių draudimo naudotojai išskiria 10 skirtingų kelionės draudimo atributų į kuriuos įeina ne tik draudimo brokerio aptarnavimo faktoriai, bet ir reputacija, kokybiška apsauga, medicininių išlaidų padengimas bei mokėjimai už tai, ką klientas gauna (Kerr, Kelly, 2019). Šie požymiai yra susiję su asmens noru įsigyti kelionės draudimą kaip rizikos mažinimo strategiją (Kerr, Kelly, 2019). Reiktų nepamiršti ir to, kad klientai dažnai renkasi kelionės draudimą atsižvelgdami į kainą. Yra galimybė pasirinkti kokybišką apsaugą arba mokėti už tai, kokią apsaugą gauna. Tačiau, bet koku iš šių dviejų pasirinkimo atvejų, sumažėja su kelionėmis susijusi rizika ir padidėja keliaujančio ramybė (Kerr, Kelly, 2019). Atlikta apklausa rodo, jog kai kurie remiasi paskatinimu ar rekomendacijomis iš aplinkos, kelionės draudimas yra perkamas atsižvelgiant į patogumą, patikimumą bei praktiškumą, kita dalis apklaustųjų nekreipia dėmesio į kainą ir perka atsižvelgdami į medicininių išlaidų apsaugos lygį, atsižvelgdami tik į saugumo faktorių (Kerr, Kelly, 2019). Nors kelionės draudimo kaina, nėra vienintelis veiksnys turintis įtakos kelionės draudimo pirkėjų elgsenai, tačiau atsižvelgiant į tai, kokios apsaugos pirkėjas siekia, kaina daugiau ar mažiau kinta.

Iš esmės, galima teigti, jog klientas rinkdamasis, kurioje draudimo įmonėje draustis, atsižvelgia į greitą aptarnavimą, tinkamą žalų atlyginimą, aptarnavimą po draudimo įsigijimo, darbuotojus ir žinoma - kainą (Kiyak, Pranckevičiūtė, 2014). Atliktas tyrimas rodo, kad net 40 proc. respondentų (iš 420) yra nepatenkinti draudimo nuo nelaimingų atsitikimų kainomis Lietuvoje, tačiau taip pat buvo pastebėta, kad dauguma respondentų negali palyginti šio draudimo kainų tarp skirtingų draudimo bendrovių, kadangi produktas nėra toks populiarus kaip transporto priemonės valdytojo civilinės atsakomybės draudimas (Kiyak, Pranckevičiūtė, 2014). Kadangi draudimas nuo nelaimingų atsitikimų nėra privalomas Lietuvoje ir jo kaina dažnai svyruoja dėl pasirenkamų

apsaugų kiekio, dėl skirtingų draudimo bendrovių, todėl tik nedidelė dalis apklaustųjų turėjo pakankamai žinių vertinti draudimo nuo nelaimingų atsitikimų kainą (Kiyak, Prancevičiūtė, 2014).

Atsižvelgiant į tai, kad draudimo produkto kaina svyruoja tarp skirtingų įmonių, dėl skirtingų marketingo strategijų, pasirinkta analizuoti draudimo nuo nelaimingų įvykių kainos priklausomybę nuo skirtingų veiksnių vienoje draudimo bendrovėje, taip išryškinant faktorius lemiančius kainos svyravimus toje pačioje draudimo įmonėje.

Tikslas – atlikti ne gyvybės draudimo bendrovės kelionės bei asmens draudimo paslaugų analizę ir nustatyti veiksnius, kurie daro didžiausią ir mažiausią įtaką pasirinktoms paslaugų kainoms.

Uždaviniai:

1. Atlikti ADB „Gjensidige“ kelionės draudimo kainos analizę ir išskirti veiksnius, lemiančius paslaugos kainą.
2. Atlikti ADB „Gjensidige“ asmens draudimo kainos analizę ir išskirti veiksnius, lemiančius paslaugos kainą.

Tyrimo metodai: tyrimui atlikti, naudojamosi ADG „Gjensidige“ internetiniame puslapyje pateikta informacija, kurios dėka galima pasirinkti po penkis skirtingus veiksnius, darančius įtaką kiekvieno draudimo produkto kainai. Kiekvienas veiksnys tiriamas atskirai, taip išsiaiškinant jų sukeltus vidutinius procentinius pokyčius bei vidutines kainas. Pagal šiuos gautus rezultatus visur braukite buvo/bus atrenkami didžiausią ir mažiausią įtaką draudimo kainai darantys veiksniai.

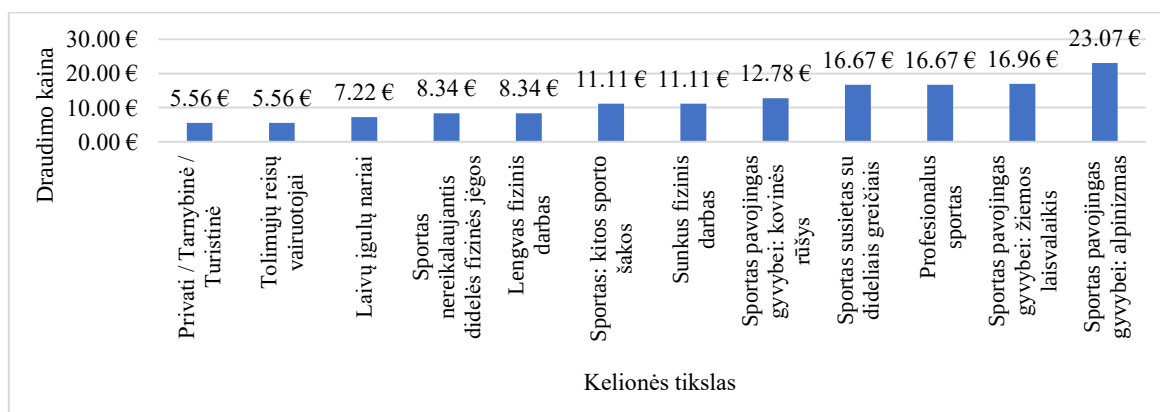
ADB „GJENSIDIGE“ KELIONĖS DRAUDIMO KAINOS POKYČIŲ ANALIZĖ

ADB „Gjensidige“ tai įmonė teikianti gyvybės ir ne gyvybės draudimo paslaugas ir produktus Norvegijoje, Danijoje, Švedijoje ir Baltijos šalyse. Būtent Lietuvoje ši draudimo įmonė teikia su ne gyvybės draudimu susijusias paslaugas: turto, kelionės, asmens, pirkinio, privalomąjį vairuotojų bei kasko draudimus („Apie mus“). Iš viso šio sąrašo buvo pasirinkta analizuoti kelionės bei asmens draudimo produktų kainas, jų pokyčius, keičiantis skirtingiems veiksniams.

ADB „Gjensidige“ skaičiuojant kelionės draudimo kainą siūlo 4 skirtingus draudimo paketus: minimalų, standartinį, išplėstinį, asmeninį. Asmeninis paketas tai yra „Gjensidige“ siūloma paslauga susidaryti tokį kelionės draudimo paketą, kokio būtent reikia kiekvienam konkrečiam asmeniui („Kelionių draudimas“). Pasirinkus minimalų paketą būtų padengiamos tik medicininės išlaidos, standartinio paketo atveju papildomai prisideda draudimas nuo nelaimingų įvykių, išplėstinis paketas draudžia dar ir asmens civilinę atsakomybę, apdraudžia kelionės dokumentus bei su bagažo praradimu susijusias išlaidas („Kelionių draudimas: Draudimo produkto informacinis dokumentas“).

Kelionių draudimo kainos analizei pasirinkti 5 rizikos veiksniai, darančius įtaką draudimo kainai: kelionės tikslas, kryptis, trukmė, keliaujančių asmenų skaičius, jų amžius. Pirminis atvejis, draudimo kainos analizei, buvo sudarytas toks: tikslas – Privati / Tarnybinė / Turistinė; kryptis – Europa / Azija (išskyrus Rusiją ir Baltarusiją); trukmė – 5d.; dalyvių skaičius – 1 asmuo; dalyvio amžius – 22 metai. Kelionės draudimo kainos analizei pasirinktas standartinis paketas. Tokiu atveju gaunama draudimo kaina yra 5,56 Eur.

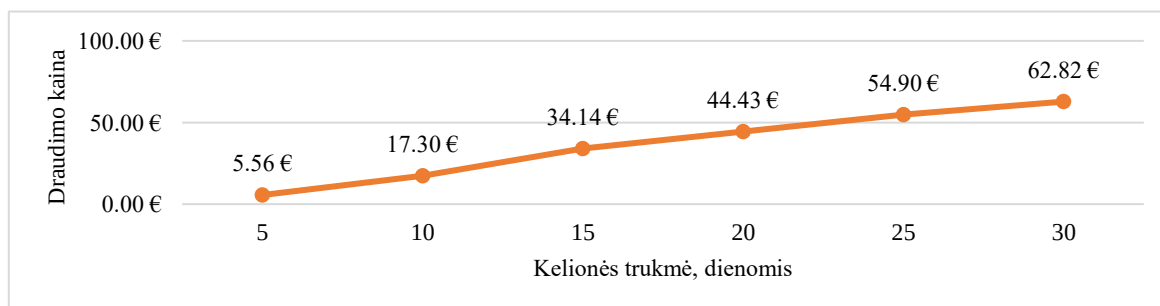
Pirmasis veiksnys, kurio įtaką draudimo paketo kainai galima analizuoti - kelionės tikslas. Vertinant „Gjensidige“ kelionės draudimo kainą leidžiama pasirinkti iš 8 kelionės tikslų (ir 6 sporto rūšių, jeigu kelionė yra sporto tikslu). Išdėliojus draudimo kainą, keičiantis kelionės tikslui, didėjimo tvarka (žr. 1 pav.), gaunama, kad alpinizmo kelionės lemia didžiausią draudimo kainą - 17,51 Eur arba 4,15 karto didesnę, lyginant su pradine kaina. Taip pat pastebima, kad didžiausias draudimo kainas, keičiantis tik kelionės tikslui, lemia būtent sporto kelionės.



1 pav. **Draudimo kaina, keičiantis kelionės tikslui**
(sudaryta autorės)

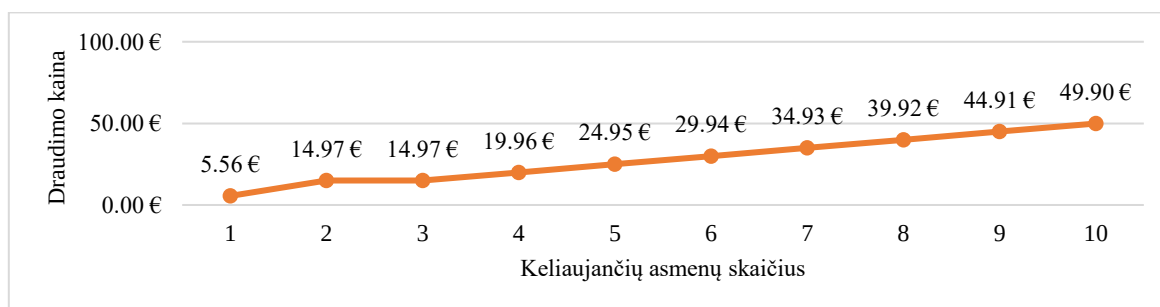
Antrasis veiksnys, pagal kurį yra analizuojami draudimo paketo kainos pokyčiai – kelionės kryptis. ADB „Gjensidige“ išskiria dviejų rūšių kelionės kryptį: Europa / Azija (išskyrus Rusiją ir Baltarusiją), visas pasaulis. Pakeitus tik kelionės kryptį (į visas pasaulio šalis), draudimo kaina padidėja iki 18,07 Eur. Taigi kelionės krypties pakeitimas sąlygojo draudimo kainos augimą 3,25 karto.

Trečiasis veiksnys – kelionės trukmė. Kelionės trukmės įtakos nustatymui, buvo pasirinkta, nekeičiant kitų veiksnių, keisti kelionės kryptį po 5 dienas (iki 30 dienų). Didžiausią draudimo kainą sąlygojo ilgiausia kelionė, kadangi vis ilgesnį laiko tarpą turi galioti pasirinkto draudimo suteikiamos apsaugos. Taip pat buvo pastebėta, jog keičiantis kelionės trukmei 5-15 dienų intervale, draudimo kaina didėja sparčiau nei 15-30 dienų intervale (žr. 2 pav.).



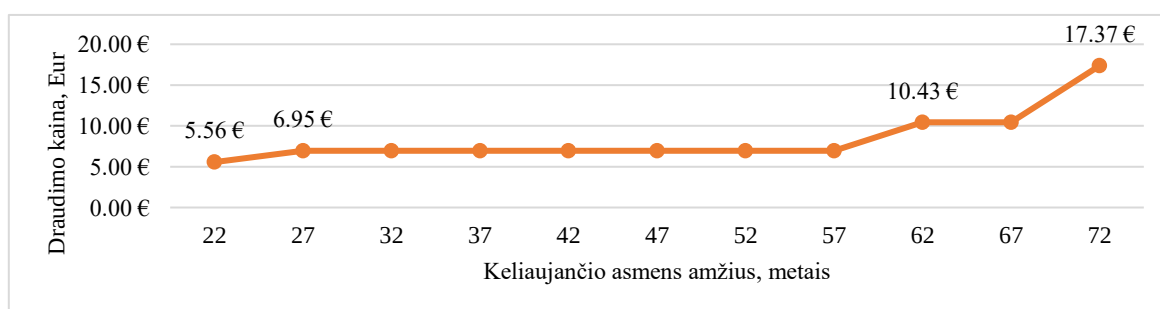
2 pav. **Draudimo kaina, keičiantis kelionės trukmei**
(sudaryta autorės)

Ketvirtasis veiksnys, kurio įtaka draudimo kainai yra akivaizdi – kelionės dalyvių skaičius. Šio veiksnio įtakos nustatymui buvo pasirinkta didinti asmenų skaičių iki 10. Taigi, 10 keliaujančių asmenų skaičius lėmė didžiausią draudimo kainą (žr. 3 pav.), kadangi tos pačios apsaugos turi galioti kiekvienam asmeniui, o būtent dėl to rizika didėja. Taip pat, buvo pastebėta, jog dviem ar trimis asmenims skirtas kelionės draudimas kainuoja tiek pat – 14,97 Eur. Be to, 4-10 keliaujančių asmenų skaičiaus intervale kiekvienas papildomas asmuo draudimo kainą didina 4,99 Eur, todėl draudimo kaina auga, vienuodu tempu.



3 pav. Draudimo kaina, keičiantis keliaujančių asmenų skaičiui
(sudaryta autorės)

Penktasis veiksnys, kurio įtaką draudimo kainai reikia išsiaiškinti – keliaujančio asmens amžius. Šio veiksnio įtakos nustatymui buvo pasirinkta keisti tik keliaujančio asmens amžių kas penkerius metus iki 72 metų. Didžiausia kaina, keičiantis tik amžiaus veiksniai, pasiekama 72 metų amžiaus asmeniui – 17,37 Eur. Taip pat buvo pastebėta, kad 27-57 metų asmeniui draudimo kaina yra tokia pati – 6,95Eur. Be to 62-67 metų amžiaus asmeniui toks pat draudimas kainuotų 10,43 Eur. Atsirado tam tikri intervalai, kuomet didėjantis amžius nedidino kelionės draudimo kainos vis labiau (žr. 4 pav.).



4 pav. Draudimo kaina, keičiantis keliaujančio asmens amžiui
(sudaryta autorės)

Kelionės draudimo kainos pokyčių apibendrinimas

Nors sunku lyginti kiekybinių bei kokybinių veiksnių įtaką kelionės draudimo kainai, tačiau kiekvieno veiksnio įtaka nėra nepastebima. Veiksnių, kurie darė didžiausią ar mažiausią įtaką kelionės draudimo kainai nustatymui, remiamasi vidutinėmis, kiekvieno veiksnio kitimo sąlygotomis kainomis bei vidutiniais procentiniais pokyčiais, nuo pradinės kainos (žr. 1 lent.). Taigi, galima daryti išvadą, jog kelionės trukmė lėmė didžiausius kelionės draudimo kainų pasikeitimus, kadangi pasiekama didžiausia draudimo vidutinė kaina bei vidutinis procentinis pokytis taip pat yra didžiausias. Tuo tarpu dalyvių amžius sąlygojo mažiausius vidutinius pokyčius.

1 lentelė

Vidutinė draudimo kaina, pagal keičiamus veiksniai

	Tikslas	Kryptis	Trukmė	Dalyvių skaičius	Dalyvių amžius
Vidutinė draudimo kaina	11,95 €	11,82 €	36,53 €	28,00 €	8,40 €
Vidutinis procentinis pokytis	125,36%	225,00%	668,31%	448,46%	56,26%

Būtent kelionės trukmė galėjo daryti didžiausią įtaką, kadangi ji yra labiausiai tiesiogiai susijusi su draudimo apsaugų galiojimu, būtent galiojimo trukme, kuomet vis labiau didėja rizika

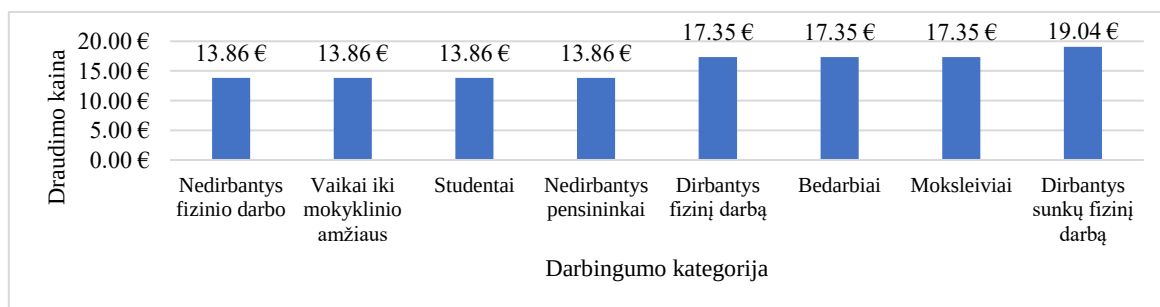
įvykti draudžiamajam įvykiui. Dėl to, kad keliaujančio asmens amžius, turėjo intervalų, kuomet draudimo kaina nesikeitė, jo įtaka kelionės draudimo kainai ir tapo pačia mažiausia iš visų veiksnių.

ADG „Gjensidige“ draudimo nuo nelaimingų įvykių kainos pokyčių analizė

ADB „Gjensidige“ („Asmens draudimas“) asmens draudimą įvardija kaip draudimą nuo kūno sužalojimų, sveikatos sutrikimų ir (ar) mirties dėl nelaimingo atsitikimo. Šis draudimas padeda apsisaugoti nuo papildomų išlaidų susijusių su traumomis, kūno sužalojimais ir pan.

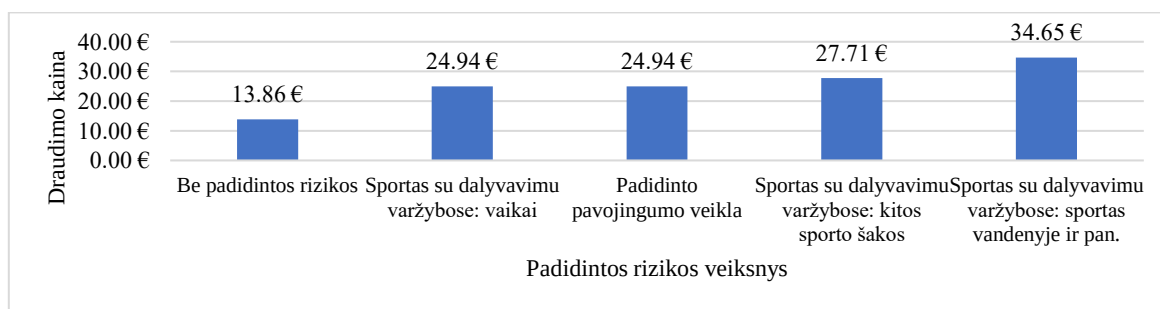
Asmens draudimo kainos analizei pasirinkti 5 rizikos veiksniai, darantys įtaką draudimo kainai: darbingumo kategorija, padidintos rizikos veiksnys, draudimo įsigaliojimo pradžia, draudžiamų asmenų skaičius, draudimo paketas. Pirminis atvejis, draudimo kainos analizei, buvo sudarytas toks: darbingumo kategorija – nedirbantys fizinio darbo; padidintos rizikos veiksnys – be padidintos rizikos; draudimo įsigaliojimo pradžia – 2020m. birželio 1d.; draudžiamų asmenų skaičius – 1 asmuo; draudimo paketas – mini. Tokiu atveju gaunama tokio draudimo kaina yra 13,86Eur/metams.

Pirmasis veiksnys, kurio poveikis asmens draudimo kainai bus analizuojamas – darbingumo kategorija. Naudojantis ADB „Gjensidige“ informacija apie asmens draudimą, galima pasirinkti iš 8 darbingumo kategorijų. Išdėliojus gautas draudimo kainos didėjimo tvarka (žr. 5 pav.), gauta, jog asmenims nedirbantiems fizinio darbo, vaikams iki mokyklinio amžiaus, studentams bei nedirbantiems pensininkams draudimo kaina yra vienoda – 13,86 Eur/metams. Tuo tarpu dirbantiems fizinį darbą, bedarbiams bei moksleiviams kaina yra 25,18 proc. didesnė, tačiau taip pat visiems vienoda – 17,35Eur/metams. Didžiausia draudimo kaina yra pasiekama, pasirinkus darbingumo kategoriją: dirbantys sunkų fizinį darbą. Tokiu atveju draudimo kaina yra 19,04Eur/metams ir ji yra 37,37 proc. didesnė nei pradinio atvejo.



5 pav. Asmens draudimo kaina, keičiantis darbingumo kategorijai
(sudaryta autorės)

Antrasis veiksnys, kurio įtaką, asmens draudimo kainai, reikia išsiaiškinti – padidintos rizikos veiksnys. ADB „Gjensidige“, vertinant asmens draudimą pateikiami 4 variantai padidintos rizikos kriterijui bei dar 3 sporto rūšis, pasirinkus su sportu susijusią riziką. Taip pat yra galimybė apsidrausti asmens draudimu užsiimant profesionaliu sportu, tačiau pasirinkus šio tipo padidintą riziką nepateikiama draudimo kainos, o yra siūloma susisiekti su specialistais ir tiesiogiai aptarti šio asmens draudimą, jo kainas bei sąlygas. Dėl to šio tipo rizika nebus įtraukta į analizę. Kaip matoma iš paveikslėlio (žr. 6 pav.), išdėčius padidintos rizikos veiksnius didėjimo tvarka, pagal draudimo kainą, gaunama, jog didžiausia kaina pasiekama pasirinkus laisvalaikio sportą su dalyvavimu varžybose, pasirinkus būtent sportą vandenyje / kalnuose ir pan. Šiuo atveju draudimo kaina išauga 2,5 karto. Taip pat buvo pastebėta, jog pasirinkus laisvalaikio sportą su dalyvavimu varžybose (vaikai) ir pasirinkus padidinto pavojingumo laisvalaikio veiklą draudimo kaina gaunama tokia pati 24,94 Eur, t.y. 79,94 proc. daugiau nei pradinio atveju.



6 pav. **Draudimo kaina, keičiantis padidinto rizikos veiksniai**
(sudaryta autorės)

Trečiasis veiksnys, kuris galėtų daryti įtaką draudimo kainai – draudimo įsigaliojimo data. Pradiniam atvejui pasirinkus draudimo sutarties galiojimo pradžią 2020m. birželio 1d., pokyčių vertinimui buvo pasirinkta pridėti po mėnesį, taip stebint pasikeitimus. Atlikus šiuos pakeitimus, draudimo kaina visiškai nesikeitė. Tai reiškia, kad sutarties galiojimo pradžia neturi jokios įtakos draudimo kainai.

Ketvirtasis veiksnys, kuris turėtų daryti įtaką draudimo kainai – draudžiamų asmenų skaičius. Atlikus pakeitimus (didinant asmenų skaičių iki 5 po 1), buvo pastebėta, jog kiekvienas papildomas asmuo prideda po lygiai tokią pačią, pradinio atvejo sumą, t.y. 13,86 Eur. Taip gaunama, kad 5 asmenų draudimas yra 5 kartus didesnis nei vieno asmens. Todėl galima teigti, kad draudimo kaina tiesiogiai priklauso nuo draudžiamų asmenų skaičiaus.

Penktasis veiksnys, kurio įtaką draudimo kainai galima analizuoti – draudimo paketas. ADB „Gjensidige“ leidžia pasirinkti iš 3 draudimo paketų: mini, midi, maxi. Šie trys paketai skiriasi pagal pasirinktas apdrausti rizikas. Pasirinkus mini paketą yra apdraudžiama mirtis dėl nelaimingo įvykio, neįgalumas, kaulų ir sąnarių traumos, pasirinkus midi paketą, prie šių rizikų prisideda vidaus organų ir minkštųjų audinių traumų, ligų / infekcinių ligų draudimas, maxi draudimo paketo atveju dar prisideda ir pagalba traumų, mirties ir neįgalumo atvejais, mirties dėl kritinės ligos draudimas bei ligonpinigiai („Asmens draudimas: Draudimo produkto informacinis dokumentas). Asmens draudimo paketo pakeitimas, kitoms sąlygoms nesikeičiant, turėjo įtakos draudimo kainai. Midi paketo kaina gaunama 20,37 Eur/metams, o maxi – 33,69 Eur/metams. Kainų didėjimą dėl draudimo paketų įtakos galima pagrįsti tuo, kad midi ir maxi paketai apdraudžia daugiau rizikų nei mini paketas.

Asmens draudimo kainos pokyčių apibendrinimas

Taip pat, kaip ir kelionės draudimo atveju, norint išsiaiškinti, kuris veiksnys darė didžiausią įtaką asmens draudimo kainai, bus remiamasi vidutinėmis draudimo kainomis bei vidutiniais procentiniais pokyčiais, pagal veiksnus. Taigi, galima teigti, jog didžiausius pokyčius lėmė draudžiamų asmenų skaičius, o mažiausius draudimo įsigaliojimo pradžia (žr. 2 lentelę).

2 lentelė

Vidutinė draudimo kaina, pagal keičiamus veiksnus

	Darbingumo kategorija	Padidinta rizika	Draudimo įsigaliojimo pradžia	Draudžiamų asmenų skaičius	Draudimo paketas
Vidutinė draudimo kaina	15,82 €	25,22 €	13,86 €	41,58 €	22,64 €
Vidutinis proc. pokytis	16,13%	102,45%	0,00%	250,00%	95,02%

Be to, galima paminėti ir darbingumo kategorijos įtaką draudimo nuo nelaimingų įvykių kainai, kadangi draudimo įsigaliojimo pradžia kaip ir nedarė jokios įtakos draudimo kainai. Atmetus draudimo įsigaliojimo pradžios veiksnį, mažiausią įtaką draudimo kainai darė būtent darbingumo kategorija.

IŠVADOS

Atlikus dviejų draudimo produktų kainų pokyčių analizę, galima teigti, kad:

1. ADB „Gjensidige“ siūlomo kelionės draudimo kainai, didžiausią įtaką daro kelionės trukmė. Tai gauta atsižvelgiant į vidutinę draudimo kainą, keičiant tik kelionės trukmę bei vidutinį procentinį pokytį. Taip pat šio veiksnio tokią stiprią įtaką galima paaiškinti stipria tiesiogine priklausomybe, kadangi kelionės draudimo suteikiamos apsaugos turi galioti vis ilgesnį laikotarpį. To paties kelionės draudimo kainai, mažiausią įtaką darė būtent kelionės dalyvio amžius. Tokį rezultatą galima paaiškinti tuo, kad didėjantis amžius, tik ties tam tikromis ribomis sukeldavo pokyčius. Dažnu atveju buvo gaunama ta pati kelionės draudimo kaina, kadangi ne visais atvejais didėjantis amžius galėjo sukelti ryškiai didesnę draudiminio įvykio riziką.

2. ADB „Gjensidige“ parduodamo asmens draudimo (draudimo nuo nelaimingų įvykių) kainai, didžiausią įtaką darė draudžiamų asmenų skaičius. Pasitelktus tokį patį metodą, kaip ir kelionės draudimo atveju, buvo gauta, kad didžiausius vidutinius pokyčius lėmė būtent draudžiamųjų asmenų skaičius. Tai, taip pat, galima paaiškinti stipria priklausomybe tarp draudimo suteikiamų apsaugų bei vis didesnės draudžiamąjo įvykio įvykimo tikimybės. Draudimo nuo nelaimingų įvykių kainai įtakos visai neturėjo – draudimo įsigaliojimo pradžia. Pasirinkus šį veiksnį, kaip galintį daryti įtaką kainai, buvo išsiaiškinta, kad įsigaliojimo pradžia nesukėlė jokių, draudimo kainos pokyčių. Asmens draudimo kainai mažiausią įtaką darė, atmetus draudimo įsigaliojimo pradžios veiksnį, darbingumo kategorija. Būtent šis veiksnys sukėlė mažiausius pokyčius draudimo kainai, jeigu yra nevertinamas draudimo įsigaliojimo veiksnys.

LITERATŪRA

1. Gayle, K., Louise, K. (2019). Travel Insurance: The attributes, consequences and values of using travel insurance as a risk-reduction strategy. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 36(2), 191-203.
2. Gjensidige. *Apie mus*. [žiūrėta 2020-03-25]. Prieiga per internetą: <https://www.gjensidige.lt/apie-mus>
3. Gjensidige. *Asmens draudimas*. [žiūrėta 2020-04-01]. Prieiga per internetą: <https://www.gjensidige.lt/asmens-draudimas/isigykite-asmens-draudima>
4. Gjensidige. *Asmens draudimas: Draudimo produkto informacinis dokumentas*. [žiūrėta 2020-04-01]. Prieiga per internetą: https://www.gjensidige.lt/-/media/lt/dokumentai/taisykles-ir-ipid-20200211/ipid_t009_asmens_draudimas20200211.pdf
5. Gjensidige. *Kelionių draudimas*. [žiūrėta 2020-03-25]. Prieiga per internetą: <https://www.gjensidige.lt/keliones-draudimas>
6. Gjensidige. *Kelionių draudimas: Draudimo produkto informacinis dokumentas*. [žiūrėta 2020-03-25]. Prieiga per internetą: https://www.gjensidige.lt/-/media/lt/dokumentai/taisykles-ir-ipid-20200211/ipid_t061_kelioniu_draudimas_20200211.pdf
7. Kiyak, D., Pranckevičiūtė, L. (2014). Vartotojų suvokiamos draudimo produktų kainos tyrimas. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*. 36(3).
8. Korstanje, M., E., George, B., P. (2017). The Constructuon of a security coefficient for tourist destinations based on travel insurance purchase behavior. *Tourism Analysis*, 22.
9. Xiang, Z., Gretzel, U. (2010). Role os social media in online travel information search. *Tourism Management*, 31(2), 179-188.

ADB “GJENSIDIGE” TRAVEL AND PERSONAL INSURANCE PRODUCT PRICE ANALYSIS

MARTYNA GRIGAITYTĖ

Kaunas University of Technology
Tutor doc. dr. Aušrinė Lakštutienė

ANOTATION

Travel insurance helps to manage the risks associated with traveling, and accident insurance helps to avoid unplanned expenses related to person's health in their daily lives. Given that the prices of insurance products fluctuate not only depending on the insurance company, but also due to certain individual additional risk factors, travel and personal insurance prices of ADB “Gjensidige” are analyzed depending on the changes in different factors. Assessing the average price changes caused by individual factors, it was found that the price of travel insurance is mainly influenced by the duration of the trip, and the price of personal insurance is mainly influenced by the number of insured persons.

Key words: insurance; travel insurance; accident insurance; price of insurance.

GEOKEČINGO VAIDMUO TURIZME IR JO VYSTYMOSI TENDENCIJOS LIETUVOJE

TADAS KARANAUSKAS

Vytauto Didžiojo universitetas
Dėstytoja doc. dr. Regina Navickienė

ANOTACIJA

Šiuolaikinių technologijų diegimas turizmo lauke yra neišvengiamas procesas. Šis darbas teoriniu lygmeniu nagrinėja geokečingo įtaką turizmui ir jo ypatumus pasaulyje bei praktiškai apžvelgia šio žaidimo sklaidą Lietuvoje 2020-aisiais metais. Straipsnyje daroma išvada, kad geokečingas, kaip išmanojo ir kūrybinio turizmo rūšis, apima įvairių tipų makroveiklas ir platų turizmo galimybių spektrą. Išsiaiškinta, kad tiek pasaulyje, tiek Lietuvoje šia veikla užsiimančios asmenys specialiai keliauja į geologijų išvykas, labiausiai siekdami aplankyti gamtoje esančius objektus. Įvardijama, kad vietos organizacijos turėtų plėsti geokečingo bendruomenę ir siekti tikslingai propaguoti kultūrinį bei gamtinį turizmą.

Raktiniai žodžiai: geokečingas, išmanusis turizmas, kūrybinis turizmas, Lietuva, teorija.

IVADAS

Aktualumas ir problema. Globalizacija, mobilumas, virtualumas ir greita komunikacija yra vieni pagrindinių veiksnių, lemiančių šiandieninės ekonomikos ir visuomenės raidą. Turizmo lauke šie veiksniai pasireiškia labiausiai per mobiliųjų technologijų diegimą turizmo procesuose. Šiuolaikinis turistai, derindamas keletą kelionės tikslų, nori, kad informacija apie turizmo objektus būtų laisvai prieinama mobiliesiomis technologijomis, nepriklausomai nuo buvimo vietos ir skatintų interaktyvų ir patrauklų vietovės pažinimą (Skinner et al., 2018). Viena iš šiuolaikinių priemonių, leidžianti turistui pačiam pažinti lankomas vietas yra visame pasaulyje vykdomos lobių paieškos.

Ši tema mokslinėje srityje paliesta nedaug – yra sukurta mokslinių publikacijų užsienyje, o Lietuvoje geokečingo temą nagrinėja tik I. Veliutės (2014) straipsnis „Naujosios technologijos lokalaus paveldo animavimui“, kas rodo, kad nors veikla yra aktyviai vystoma visame pasaulyje ir Lietuvoje, bet vis dar neanalizuojama moksliniu lygmeniu šios inovatyvios turizmo veiklos daroma įtaka turizmo vystymuisi.

Šio darbo **tikslas** yra išanalizuoti geokečingo vaidmenį turizmo vystymuisi.

Darbo **uždaviniai**:

1. Išnagrinėti geokečingo koncepcija teoriniu aspektu;
2. Apžvelgti lobiavimo tendencijas Lietuvoje 2020-aisiais metais;
3. Išsiaiškinti geokečingo vaidmenį turizmo vystymuisi Lietuvoje.

Metodika. Šis straipsnis teoriniu lygmeniu nagrinėja geokečingo koncepciją, vietą turizmo sferoje, šią veiklą skatinančius veiksnius ir problematiką. Tam pasitelkti užsienio ir Lietuvos autorių straipsniai, kurie ir suformuoja teorinę geokečingo apžvalgą. Ją papildė praktinė geocaching.com svetainės turinio analizė. 2020 metų lapkričio mėnesį buvo atlikta paieška geocaching.com svetainėje, siekiant išsiaiškinti geokečingo tendencijas tarp Lietuvos lobiautojų: lobių slėpimo, paieškų ir renginių ypatumus. Peržiūrėta aktyviausių Lietuvos lobiautojų 2020-aisiais metais virtualių įrašų, taip pat peržiūrėtas 2020-aisiais sukurtų lobių sąrašas ir padarytos apibendrinančios išvados.

GEOKEČINGO KONCEPCIJA TEORINIU ASPEKTU

Geokečingas (angl. Geocaching, kilęs nuo žodžių „geo“ – žemė ir „cache“, prancūziško termino, apibūdinančio laikiną slėptuvę) yra GPS technologijomis grįstas žaidimas, kurio metu vartotojas (geokečintojas), pasinaudodamas mobiliąja programėle užsiima paslėptų **lobių (geokečų)**

paieška. Ši veikla atsirado 2000-aisiais metais tobulėjant GPS ir iki šių metų pasaulyje buvo registruota jau daugiau kaip 3 milijonai geolobių (geocaching.com).

Lobis (geokečas) dažnai būna paslėptas šalia gamtiškai ar kultūriškai reikšmingos vietos. Lobį sudaro dažniausiai plastikinė dėžutė arba PET butelio ruošinys, kuriuose yra užrašinė, į kurią reikia užsirašyti, ir lobį palikti vietoje, kaip buvo rasta. Ta pati užsiregistravimo procedūra atliekama ir mobiliojoje programėlėje.

Egzistuoja įvairaus tipo geokečų. Kartais gali būti reikalaujama išspręsti uždavinį, kad būtų sužinota lobio galutinė vieta. Taip pat egzistuoja virtualūs lobiai, kur nėra fizinio konteinerio, ir užtenka tik atsakyti į klausimus arba pasidaryti nuotrauką. Sparčiai populiarėja ir virtualūs „Nuotykių laboratorijos“ tipo lobiai, kuriuose tenka atsakyti į klausimus apie lankomą vietovę, kartais naudojantis QR kodais gilinantis į informaciją apie vietas.

Tačiau lobių paieškos nėra vienintelė makroveikla, susijusi su šiuo žaidimu. Žaidimo dalyviai taip pat patys gali užsiimti **lobių slėpimu** turizmui patraukliose vietose.

Dar viena iš svarbių makroveiklų – **renginiai**. Lobiautojų bendruomenė susiburia į įvairaus masto tradicinius renginius, organizuoja CITO (Cache In Trash Out) aplinkos tvarkymo renginius.

Skinner et al. (2018) pateikia tipologinę geokečingo schemą, kurioje atsiskleidžia mikro ir makro užsiėmimai, galimi užsiimant šia praktika. Vis dėlto šioje schemoje galima pasigesti vieno svarbaus turizmui skirtos produkto, kurį taip pat galima laikyti ir geokečingo makroveikla – **geoturų**. Tai struktūrizuoti maršrutai, kurie geokečintojus orientuoja į svarbiausius regiono, miesto, nacionalinio parko ir pan. objektus, tokius kaip architektūros, gamtos paminklai, tradicinė virtuvė, apžvalgos vietos ar net nakvynę pas vietinį asmenį (Falcao et al., 2017). Tad nors tai galima priskirti lobių paieškai, bet šiuo atveju labiausiai orientuojamasi į pažintinį procesą.

Geokečinge funkcionuoja ir geomonetos ir „keliauninkai“. Geomonetos yra suvenyrai, kuriuos galima atrasti lobiuose ir pasiimti sau, įvykdant mainus su kitu tokios pačios vertės ar vertingesniu daiktu, o „keliauninkai“ – keliaujantys suvenyrai, kurie negali būti pasisavinami, o perkelti iš vieno lobio į kitą. Geokečingo žaidimo struktūrą, pateikiamą Skinner et al. (2018) straipsnyje ir papildytą mūsų supratimu, galima pamatyti 1 paveiksle.

Geomonetos, „keliauninkai“, GPS įrenginys, žemėlapiai, užrašinė, internetas	Lobių kūrimas	Priemonių pasirinkimas Lobių vietos išrinkimas Koordinatų publikavimas Lobio priežiūra
	Lobių paieška	Užduočių sprendimas Žemėlapių ir užuominų naudojimas Lobio vietos paieška GPS įrenginio skaitymas ir supratimas
	Renginiai	Dalyvavimas virtualiuose forumuose Dalyvavimas varžybose per renginius Komandinė lobių paieška ir dalinimasis istorijomis
	Geoturai	Svarbiausių objektų aplankymas Susipažinimas su vietos kultūra Siūloma žmogiškoji pagalba

1 pav. Geokečingą sudarančių elementų, makro ir mikro veiklų schema

Kaip matyti iš 1 pav. geokečingo veiklos yra pagrįstos mūsų įvardintomis GPS technologijomis. Naudojamos priemonės (dėžutės, užrašinės) sudaro lobių kūrimo ir ieškojimo pagrindą, geomonetos ar „keliauninkai“ skatina paieškas, susibūrimus į renginius, o lobių paieškos sukuria ir naują, geoturų koncepciją, kuri leidžia turistams tikslingai susipažinti su turizmo objektais.

Tad geokečingas kaip žaidimas skatina žmones ne tik rinkti lobius, bet ir keliauti ir aplankyti tam tikras vietas. Galima teigti, jog ši veikla užima tam tikrą nišą turizmo sferoje. Kadangi geokečingas laikomas kaip realybę papildantis žaidimas, grindžiamas GPS technologijomis, jį galima priskirti prie **išmaniojo turizmo** rūšies. Šio tipo turizmas yra itin patrauklus Y ir Z kartos atstovams ir geokečingas gali suderinti šių kartų keliavimo poreikius per interaktyvias pažintines užduotis (Skinner et al., 2018)

Tačiau nors išmanusis turizmas dažniausiai aptinkamas miestuose, geokečingas yra kur kas adaptyvesnis ir gali lengvai būti integruojamas į užmiesčio teritorijas (Skinner et al., 2018). Pavyzdžiui, turistai, naudodamasis savo mobiliuoju įrenginiu ir skatinamas geokečingo, gali pasirinkti kaimo vietovę kaip savo tikslą lobių paieškoms. Tuo tarpu Veliutė (2014) teigia, kad Lietuvos ir užsienio turistai galėtų būti kreipiami į retai lankomus regioninius objektus, o renginiai ir lobiautojų bendruomenės susibūrimai tokiose vietose galėtų išviešinti tokius objektus.

Kita vertus, Matoga ir Pawlowska (2018) geokečingą pažymi kaip priemonę pažinti ir mažiau žinomas populiarių miestų vietas. Tad vienu ar kitu atveju galima teigti, kad geokečingas pasitarnauja ir kaip **nuošalių vietų turizmą** skatinantis veiksnys.

Skinner et al. (2018) taip pat pabrėžia, kad išmanusis turizmas labai priklauso ir nuo atsakingų už turizmą asmenų įsitraukimo – ypač užmiesčio teritorijose reikėtų skatinti lobių kūrimą. Galima numanyti, kad geokečingo propagavimas į tokias vietas „atneštų“ išmaniojo turizmo aspektą, net jei jos neturi itin išvystytos šiuolaikinių technologijų infrastruktūros.

Tuo tarpu Ihamaki (2011) geokečingą apibūdina ir kaip **kūrybinio turizmo** sritį. Tą indikuoja lobių paieškos procesas: geokečintojas turi pats rasti lobį arba komandiniu darbu išspręsti tam tikrą užduotį, kad pasiektų lobį. Geokečingas leidžia turistui įsitraukti į šią praktiką ilgesniam laikui, pačiam ne tik ieškoti, bet ir kurti lobius kitiems keliautojams, taip pat tai yra veikla, apimanti tiek vietos aplankymą realybėje, tiek virtualius elementus, pavyzdžiui, diskusijas Geocaching forumuose (Ihamaki, 2011). Veliutė (2014) taip pat pabrėžia kūrybiškumo ir animavimo svarbą šio žaidimo procese (Veliutė, 2014).

Taip pat minima, kad geokečingas gali būti ir **nuotykių bei sveikatingumo turizmo** dalis. Tai labiausiai atpažįstama per vaikščiavimo veiklą ir lobių rinkimo metu patiriamus nuotykius. Pabrėžtina, kad kai kurių lobių paieška dėl jų sudėtingumo gali būti ir itin pavojinga – tam reikalinga speciali įranga ar įgūdžiai (Ihamaki, 2011). Tarp tokių galima įvardinti ir uolų laipiojimą, keliones baidarėmis, alpinizmą – tad geokečingas taip pat buvo integruotas ir kaip **sporto turizmo** dalis (Falcao et al., 2017).

Nereikia pamiršti, kad turizmo kryptys užsiimant šia veikla priklauso nuo vietos, kurioje yra slepiamas geolobis, tad geokečingas gali skatinti praktiškai didžiąją daugumą turizmo sričių. Svarbiausiomis iš jų galima laikyti **kultūrinį ir gamtinį turizmą**. Corrieu (2017), tyrinėdama Ihamaki straipsnius, pastebėjo, kad geokečingas gali būti kaip priemonė moksleiviams pažinti krašto istoriją, o Veliutė (2014) pastebi, kad kitose šalyje geokečingas yra įprasta praktika mokymo programose (Veliutė, 2014). Geolobio aprašymuose pateikiama informacija neretai supažindina su objekto istorija, o jau minėti geoturizmai leidžia apžvelgti kultūros vertybes, esančias tam tikroje teritorijoje. Skinner et al. (2018) straipsnyje geokečingas taip pat apibūdinamas kaip informacijos apie kultūros paveldą, bet taip pat kaip informacijos sklaidos priemonė apie viešąsias vietas ir infrastruktūrą.

Tad galima daryti išvadą, jog geokečingas apima platų turizmo sričių spektrą ir turi didelį potencialą vystant turizmą tiek regioniniu, tiek nacionaliniu, tiek pasauliniu mastu. Šis žaidimo įvairiapusiškumas leistų žmonėms pasirinkti sau patinkančius objektus, vietas ir atitinkamas kelionės kryptis pagal patinkančią turizmo rūšį. Kyla klausimas, kokie veiksniai skatina pačius žmones užsiimti šia veikla – tam apžvelgiama keletas užsienio nuomonės tyrimų.

Geokečinimą skatinantys veiksniai

Falcao et al. (2017) atliktas tyrimas parodė, kad net pusė lobiautojų specialiai keliavo motyvuodami kelionę geokečingu. Kita dalis praktikavo šią veiklą per keliones, kurių pagrindinis tikslas nebuvo geokečingas. Kone visi apklaustieji teigė, kad planuojant lobiavimo kelionę pirmiausiai išsirenka kelionės vietą, kurioje vėliau ieškos paslėptų lobių. Taip pat respondentai teigė, kad ateityje tikrai tikisi lobiauti ir tokiu būdu organizuoti kelionę (Falcao et al.). Cord et al. (2015) taip pat nustatė, kad lobiautojai taip pat norėtų antrą kartą aplankyti tą pačią vietą.

Tuo tarpu kiti tyrimai atskleidė, kad geokečingą dažniausiai praktikuoja vyrai (Cord et al., 2015), turintys aukštąjį išsilavinimą (Skinner et al., 2018), o kaip pagrindiniai tikslai geokečinant įvardijami noras pasivaikščioti su kitais žmonėmis ir pažinti įvairias vietas (Skinner et al., 2018). Pagrindiniais motyvaciniais tikslais lobiavimui buvo minimi noras būti arčiau gamtos ir atitrūkti nuo kasdienio gyvenimo rutinos (Falcao et al., 2017). Vokietijoje atliktas tyrimas taip pat išskyrė tikslą išvykti į gamtą, o antraeilis veiksnys įvardintas buvimas su šeima ir draugais (Cord et al., 2015).

Įdomu ir tai, kad nors ir žmonės pabrėžia didžiausią norą lobiaujant aplankyti gamtos objektus, daugiausiai lobiautojų sulaukia geokečiai, vadinamieji geomonetų arba „keliauninkų“ „viešbučiai“, kuriuose žmonės gali aptikti šių anksčiau minėtų suvenyrų (Cord et al., 2015). Tą galima paaiškinti tuo, jog šie „viešbučiai“ yra gausiai turistų lankomose vietose (tokios kaip miestų centrai), o gamtos lobiukai dėl santykinai didelio jų skaičiaus sulaukia atitinkamai ir mažiau lobiautojų.

Tam, kad būtų išsiaiškintos tendencijos apie Lietuvos lobiautojų ypatumus ir palygintos su turimais kitų šalių duomenimis, buvo atliktas nedidelis tyrimas ir struktūrizuotai pateikta informacija apie geokečingo makroveiklas Lietuvoje tais metais, kuriais rašytas šis straipsnis.

Lobiavimo tendencijos Lietuvoje 2020-aisiais metais

Lobių paieškų tendencijos Lietuvoje:

- Lobiautojų vyrų yra maždaug dvigubai daugiau, nei moterų.
- Lobiaujama įvairiomis grupėmis: dažniausiai susiburia keletas lobiautojų kolegų, lobiaujama poromis arba po vieną.

• Aktyviausi lobiautojai dažnai keliauja į specialiai lobiavimui pasirinktas vietas Lietuvoje, per vieną dieną susirinkdami nemažai lobių, taip pat pasitaiko atvejai, kai keliaujama kitais tikslais (poilsio, darbo) ir lobiai tampa antraeile veikla (renkama kas netoliese) – tokiu atveju surenkama ir mažiau lobių. Rečiau pasitaiko ir ilgesnės nei vienos dienos išvykos (vidutiniškai 2-4 dienų ilgio), ilgiausia – 14 dienų.

• Užsienio kelionės (Latvija, Lenkija) būna arba vien lobiavimo tikslais, arba lankantis užsienyje ne geokečimo tikslais, kai kelionės metu aplankomi netoliese esantys lobiai. Koronaviruso krizė apribojo lobiavimo keliones, tad šiais metais dažniausiai buvo lankomasi kaimyninėse šalyse vasaros laikotarpiu.

• Siekiama iššūkių – keletas lobiautojų buvo išsikėlę tikslą kasdien rasti bent po 1 lobį arba konkuruoti su kitais dėl pirmųjų radybų – dėl to neretai atsitiktinės vietos tampa kelionių tikslais.

Lobių kūrimo tendencijos Lietuvoje:

• Per 2020-uosius metus daugiausiai buvo sukurta geokečų gamtos paveldo ir kitiems gamtos objektams: prie ežerų, reikšmingų medžių, upių. Svarbu paminėti, kad sukurta nemažai geokečų maršrutų gamtoje, todėl tai itin padidina šių lobių skaičių.

• Antroje vietoje pagal gausumą – kultūros paveldo objektai: dvarai, senosios kapinės, pilikalniai, paminklai, taip pat kiti istoriniai objektai ar infrastruktūriniai objektai.

• Kelios dešimtys lobių atsirado prie pramogų ir poilsio vietų, bendrai tariant, prie turistams patrauklių infrastruktūrinių objektų.

• Kelios dešimtys lobių skirti Lietuvos vietovėms įamžinti, taip pat Lietuvos žinomoms asmenybėms.

- Sukurta taip pat apie pusšimtis atraktyvių lobių, kurie nėra nei gamtiškai, nei kultūriškai svarbioje teritorijoje, bet yra įdomūs savo sprendimo būdu.

- Deja, bet taip pat daugiau nei pusšimtis lobių neturi jokios vertės (paslėpti atsitiktinėse vietose, nėra atraktyvūs).

- Lobių maršrutai sukurti Panevėžio-Petrašiūnų nebeveikiančio geležinkelio atkarpoje, Anykščių-Panevėžio siauruko atkarpoje, taip pat veikiančio geležinkelio Aleksote, Kaune, bėgiais, piligriminiu Camino Lituano keliu, koncepcinis Klebonišio miške (prie Kauno), skirtas įamžinti Lietuvos keliautojus, gamtoje (prie Vilniaus, Kaune), dviračių take Klaipėdoje, pažintiniuose takuose Aukštadvario RP, pajūryje, Varėnoje.

- Sparčiai padidėjo „Nuotykių laboratorijos“ programėlės tipo lobių, kviečiančių apeiti keletą virtualių punktų ir atsakant į klausimus susipažinti su Vilniaus, Kauno, kitų miestų svarbiausiais objektais, Lietuvos pajūriu.

Renginių tendencijos Lietuvoje:

- Didžiausias 2020-ųjų renginys – Lietuvos lobiautojų asociacijos rengtas National Awards 2020 renginys, surengtas Kauno marių regioniniame parke ir pritraukęs daugiau nei 50 Lietuvos lobiautojų.

- Iš renginių paminėtini Lietuvos lobiautojų asociacijos steigimo susirinkimai, baidarės Aukštaitijoje, pora geokečingo bendruomenės paminėjimo renginių.

- Renginių organizavimas itin buvo apribotas koronaviruso pandemijos.

Apžvelgus šiuos duomenis, galima teigti, kad Lietuvoje šiais metais aktyviai buvo užsiimama tiek lobių kūrimu, tiek lobių paieškomis. Nors ir sumažėjo renginių, bet juos inicijuoti pradėjo šiais metais suburta Lietuvos lobiautojų asociacija, burianti Lietuvos lobiautojų bendruomenę kokybiškesnių renginių ir lobių kūrimui.

Taip pat, kaip matome iš 1 lentelės, per metų pirmuosius 10 mėnesių, 2020 metais pastebima lobių radimo (+10%), naujų lobių kūrimo (+30%) ir lobiautojų (+23%) skaičiaus didėjimo tendencija, lyginant su 2019 metais. Tad taip pat galima sakyti, kad ši veikla nemažina (bent vietinio) turizmo potencialo koronaviruso krizės atveju dėl galimybės keliauti ir lobius rinkti individualiai. Tačiau išaugęs lobių radybų ir kūrimo skaičius Lietuvoje gali taip pat būti nulemtas apribotu judėjimu po pasaulį per koronaviruso pandemiją.

1 lentelė

Lobių paieškos, kūrimo ir bendruomenės dydžio rodiklių Lietuvoje 2019 m. ir 2020 m. palyginimas

(Šaltinis: <https://project-gc.com/Statistics/Overview>)

Lietuvoje esančių lobių skaičius	Aktyvių	Laikiniai išjungti	Archyvuoti	Iš viso
	7043	60	4621	11 724
Rastų lobių skaičius Lietuvoje	2020 m.	2019 m.	Skirtumas	
	7240	6585	675	+10%
Naujų lobių skaičius Lietuvoje	2020 m.	2019 m.	Skirtumas	
	958	736	222	+30%
Aktyvių lobiautojų skaičius Lietuvoje	2020 m.	2019 m.	Skirtumas	
	6952	5653	1299	+23%

Duomenys pateikti skaičiuojant nuo sausio 1 d. iki lapkričio 1 d.
Per visus 2019 metus Lietuvoje buvo rasta 6701 lobių, paslėpta 817 lobių ir registruota 5902 aktyvių lobių ieškotojų.

Geokečingo vaidmuo turizmo vystymuisi Lietuvoje

Kaip matome iš teorinės temos analizės, Lietuvoje geokečingas daugiausiai populiarina gamtos ir kultūros paveldo objektus. Panašus rezultatas buvo gautas Vokietijoje, kur didžiausias sukurtų lobių skaičius taip pat yra gamtoje, o antroje vietoje – kultūrinėse teritorijose (Cord et. al, 2015). Lyginant užsienio apklausų rezultatus galima teigti, kad tiek užsienyje, tiek Lietuvoje geokečingas dažnai naudojamas kaip veikla, skatinanti atitrūkti nuo kasdienės veiklos, dažniausiai į gamtą.

Ateityje vietos organizacijos turėtų skatinti turistus lobių paieškoms, slėpimui, ir renginių organizavimui (Skinner et al., 2018). Tą šiuo metu sėkmingai atlieka Neries regioninis parkas, kviečiantis turistus užsiimti šia veikla ir ieškoti parko lobių. Šįmet Plungėje įvykdytas „Plungės geoparko“ projektas, siekiantis supažindinti turistus su Oginskių dvaru. Turą „Plungės geoparkas“ sukūrė Plungės rajono savivaldybės viešoji biblioteka, įgyvendindama Lietuvos kultūros tarybos remiamą projektą (plungesparkas.lt). Jo metu paslėpti keturi geolobiai, įkurdinti greta kultūrinių pastatų, dar keturi – šalia gamtos objektų. Lobiautojas įveikęs maršrutą turi galimybę atsiimti „keliauninką“ bibliotekoje. Tad vietos organizacijų įsitraukimas yra itin svarbus kuriant lobių maršrutus. Lietuvoje vis dar nėra registruota geoturų, tad ši veikla galėtų būti kaip siekiamybė ateityje. Dar vienas iš ateities projektų, kurio organizavimu rūpinasi Lietuvos lobiautojų asociacija, remiantis asociacijos Facebook oficialia paskyra – MEGA renginys 2022-aisiais, į Lietuvą sieksiantis pritraukti daugiau nei 500 geoturistų iš kitų pasaulio vietų.

Visgi geokečingas išlaikydamas pramoginę vertę turėtų orientotis į vietovės pažinimo tikslus (Skinner et al., 2018). Pažvelgus į Lietuvos lobiautojų tendencijas galima teigti, kad nemaža dalis lobiukų vis dar yra kuriami diletantiškai, visiškai betikslėje aplinkoje, taip pat ne visi kultūros ar gamtos paveldo objektai turi sukurtus lobius. Eilinis geokečingo vartotojas galimai pasirinks kurią nors kryptį lobių paieškoms ir sėkmingai naudosis šiuo turizmą skatinančiu produktu, bet tikslingu lobių kūrimu ir kultūros paveldo animacija, ypač nuošalesnėse vietose, turėtų aktyviau užsiimti vietos organizacijos (Veliutė, 2014). Galėtų būti skatinamas maršrutų atsiradimas regioniniuose ar nacionaliniuose parkuose. Turėtų taip pat būti orientuojamasi į papildomos informacijos prieinamumą turistui, jos interaktyviam pateikimui (Skinner et al., 2018). Tam pasitarnauti gali ir specialaus dizaino geomonetos, kurios, kaip kultūros paveldo sklaidos priemonė, atspindėtų tam tikrą įvykį, asmenybę ir pan. (Veliutė, 2014).

Labiausiai reiktų orientotis į geokečingo bendruomenės plėtimą (Skinner et al., 2018). Tenka pripažinti, kad ši bendruomenė yra uždara ir, kaip rodo tyrimai, žmonės informacija apie ją pasiekia per pažįstamus, draugus (Falcao et al., 2016), taip pat nėra įpareigojanti, nes dažniausiai bendravimas tarp bendruomenės narių yra virtualus (Veliutė, 2014). Veliutė (2014) taip pat pastebi tai, kad žmonės labiau prarę prie pasyvesnių veiklų, tad geokečingas ne visada yra patrauklus ne itin aktyvaus poilsio mėgėjams. Kadangi geokečingas reikalauja dalyvavimo šioje praktikoje, svarbu yra bendruomenės nariams kurti veiklas ir dalyvauti jose, taip pat išlaikyti bendruomenės narius. Pavyzdžiui, Lenkijoje jau buvo stebimas šios veiklos susidomėjimo mažėjimas (Samolys, 2018). Bendruomenės išlaikymui Lietuvoje gali pasitarnauti jau įkurta Lietuvos lobiautojų asociacija.

IŠVADOS

1. Geokečingas, kaip interaktyvi ir ne vieną turizmo sritį apimanti veikla, tinkamai išnaudojant gali patenkinti daugelio turistų poreikius. Ši veikla jungia išmanųjį, kūrybinį, sveikatinimosi, sporto, nuotykių, kultūrinį, gamtinį, nuošalių vietų turizmą.

2. Dažnai turistui geokečimas tampa svarbiausia veikla, dėl kurios planuojamos išvykos, su tikslu pabūti gamtoje. Lietuvoje dominuoja gamtos ir kultūros paveldo objektų pažinimas užsiimant šia veikla, todėl ir ateityje propaguojant šių objektų išryškinimą ir buriant gausesnę bendruomenę, geokečingas gali būti svarbus akstinas turistams rinktis lobiais gausias teritorijas.

3. Geokečingo potencialą turizmui Lietuvoje būtų galima išnaudoti kuriant lobius ir kviečiant žmones užsiimti šia veikla nacionaliniuose, regioniniuose parkuose, kitose gamtiniu ir kultūriniu požiūriu turtingose arba nuošalesnėse vietose, taip pat kuriant įvairaus tipo lobių, skatinančio įvairias turizmo rūšis, pasiūlą. Tai yra gana veiksminga priemonė skatinti vietiniam turizmui net ir pasaulinės koronaviruso krizės metu.

LITERATŪRA

1. Corrieu, H., D. (2017). The use of Geocaching in Cultural Heritage Tourism. Case study of Pays Dieppois-Terroir de Caux. Master thesis. University of Ljubljana.
2. Falcão, A., Damásio, A., Melo, R. (2017). Profile of practice, travel behaviour and motivations for geocaching. *European Journal of Tourism Research*. 16. 92-107.
3. Ihmāki, P. (2012). Geocachers: The creative tourism experience. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*. 3. 152-175.
4. Matoga, Ł., Pawłowska, A. (2018). Off-the-beaten-track tourism: a new trend in the tourism development in historical European cities. A case study of the city of Krakow, Poland, *Current Issues in Tourism*, 21:14, 1644-1669
5. Samołyk, M. (2018). The development of geocaching in the theory of a tourism area cycle of evolution by Butler. *Geography And Tourism*, Vol. 6, No. 2 (2018), 41-46.
6. Skinner, H., Sarpong, D., White, G., R., T. (2018). Meeting the needs of the Millennials and Generation Z: gamification in tourism through geocaching. *Journal of Tourism Futures*. 4. 10.1108/JTF-12-2017-0060.
7. Veliutė, I. (2014). Naujosios technologijos lokalaus paveldo animavimui. *Meno istorija ir kritika*. Kaunas: Vytauto Didžiojo universitetas, 2014, [T.] 10(2): Kultūros paveldas: medžiagiškumo ir simbolinių prasmų sąveika, p. 108-119.

Interneto puslapiai:

1. <https://plungesparkas.lt/lt> [prieiga 2020-11-06]
2. <https://newsroom.geocaching.com/fast-facts> [prieiga 2020-11-07]

THE ROLE OF GEOCACHING IN TOURISM AND DEVELOPMENT TENDENCIES IN LITHUANIA

TADAS KARANAUSKAS

Vytautas Magnus University
Tutor doc. dr. Regina Navickienė

ANNOTATION

Development of smart technology in tourism sphere is an inevitable process. This paper theoretically examines the impact of geocaching on tourism and its peculiarities worldwide and practically reviews the development of this game in Lithuania in 2020. The paper proposes that geocaching as a form of smart and creative tourism covers various macro-activities and wide spectrum of tourism possibilities. We found out that both worldwide and in Lithuania geocachers make personal geotrips in order to visit natural objects. It is stated that local entrepreneurs must broaden the community of geocachers and promote cultural and natural tourism purposefully.

Key words: creative tourism, geocaching, Lithuania, smart tourism, theory.

RENGINIŲ TURIZMAS KAIP NIŠINĖ TURIZMO DALIS: KAUNO VALSTYBINIO MUZIKINIO TEATRO ATVEJIS

LUKRECIJA MAČIONYTĖ

Kolpingo kolegija

Konsultantė doc. dr. R. Navickienė

ANOTACIJA

Straipsnyje atliktas muzikinių renginių pristatymas parodė, kad Kauno mieste yra organizuojami išskirtinai patrauklūs renginiai. Organizuojami įvairūs muzikiniai festivaliai, kurie jau yra tapę tradicija - lankytojus traukia dėl galimybės aktyviai praleisti laiką patrauklioje muzikos apsuptyje. Galima išskirti tokius pagrindinius muzikinius festivalius Kauno mieste: Pažaislio muzikos festivalis, Kaunas Jazz, Nerk į teatrą, ConTempo. Taip pat, viena iš lankytinų vietų yra Kauno valstybinis muzikinis teatras, kuris lankytojams siūlo ne tik spektaklius, bet ir akį veriančią edukaciją po nežinomus aktorijų užkulius.

IVADAS

Temos aktualumas. Renginys – tai ugdymo forma. Tai, kas pagal tam tikrą programą bei vidinę struktūrą padaryta arba daroma kultūros, sporto ir kitose srityse (Straipsniai.org, 2012 <https://straipsniai.org/kulturiniu-renginiu-organizavimas/>). Tuo tarpu turizmas yra perspektyvi, sparčiausiai besivystančių pasaulio ekonomikos sričių verslo rūšis (lietuvizodinas.lt, 2009-2019). Nors šiuo metu visas pasaulis yra paveiktas netikėtu Covid-19 viruso išpuoliu ir jo paliestose šalyse žymiai sumažėjo turizmo paslaugų teikimas keliautojams, tačiau šiuo intensyviu laikotarpiu išryškėjo kitos turizmo rūšys. Išpopuliarėjusios kitos turizmo rūšys išryškino nublankusius Lietuvos miestus ir suaktyvino juose gyvenančių žmonių kultūrinį gyvenimą. Ypač didele nišine turizmo dalimi tapo renginių turizmas. Renginiai tapo neatsiejama žmonių gyvenimo dalimi. Į renginių turizmo rėšį įeina ir pažintinis kultūrinis turizmas. Pažintinis, kultūrinis turizmas įvardina tai, kad turistai yra suinteresuoti į savo ar lankomos šalies žmonių gyvenimo būdą bei kultūrą. Taip pat į šią sąvoką įeina tokia veikla kaip meno įstaigų lankymas, susipažinimas su įvairiomis skirtingomis kultūromis (Eglė Andrijauskaitė, 2013).

Nišinių renginių turizmu pasižymi Kauno miestas. Mieste kiekvienais metais vyksta įvairūs jau tradicija tapę renginiai bei festivaliai. Organizuojami renginiai daro didelę įtaką – populiariai miestą, bei jame esančias žymias istorines vietas. Tiek tradiciniai, tiek nuolatos organizuojami renginiai pritraukia kuo daugiau lankytojų – atvyksta tiek vietiniai, tiek iš kitų Lietuvos miestų ar šalių lankytojai. Kauno miestas yra labai žymus kultūriniais renginiais. Antrasis pagal dydį Lietuvoje Kauno valstybinis muzikinis teatras pasižymi itin gausia ir ištikima lankytojų auditorija. Modernistinis, neobaroko architektūros pastatas lankytojams siūlo ne tik pasigrožėti aukšto profesinio, meninio lygio spektakliais, bet ir teikia edukacijos paslaugas, kurios leidžia artimiau susipažinti su pastato istorija bei aktorijų kasdieniniu gyvenimu teatre.

Tyrimo tikslas – pristatyti populiariausius Kauno miesto muzikinius įvykius.

Tyrimo problema: Kauno miesto žymių renginių bei renginių vietų išviešinimas.

Darbo metodai: mokslinės literatūros ir kitų literatūros šaltinių analizė.

Uždaviniai:

1. Apžvelgti Kauno miesto tradicinius muzikinius renginius.
2. Išanalizuoti Kauno miesto tradicinių festivalių vertinimą lankytojų atžvilgiu.
3. Pristatyti Kauno valstybinio muzikinio teatro istoriją ir jo vykdomas veiklas.

KAUNO MIESTO TRADICINIAI MUZIKINIAI RENGINIAI

Nuo 1985 metų, kiekvienais metais yra suteikiamas bent viename Europos miestui Europos kultūros sostinės statusas. 2017 metais šį projektą laimėjo Lietuva, o Europos kultūros sostinės statusas 2022 atiteko Kauno miestui. Kauno miestas laimėjo konkurse dėl savo išskirtinio

pristatymo. Miestas prisistatė kaip šiuolaikinė sostinė, kuris susijęs su miesto tarpukarine laikinosios sostinės tapatybe (BNS inf. , 2017).

Laukiant 2022 metų Kauno mieste yra nuolatos organizuojami renginiai. Dažnų miesto kultūrinių renginių iniciatoriai yra Kaunas 2022 – Europos kultūros sostinė komanda, įvairūs kiti kultūros operatoriai, menininkai, kūrybininkai, bendruomeninių veiklų organizatoriai bei norintys prisidėti miestiečiai. Vieni jų renginių yra jau tapę tradiciniais ir vyksta kiekvienais metais, taip pat yra ir naujai besikuriančių. Organizuojamais įvairių temų renginiais siekiama atminti laikinosios sostinės (1919–1940) titulą, kuriuo Kaunas tapo moderniu europietišku miestu. Siekiama pažadinti žmonių kultūrinį gyvenimą, užmegsti partnerystes, kad įgyvendintos programos paliktų ilgalaikį poveikį tiek pačiam miestui, tiek pasiliktų žmonių atmintyje (Kaunas 2022, 2018).

Kauno miestas yra garsus įvairiais muzikiniais festivaliais. Vienas tarp žymiausių yra Pažaislio vienuolyno muzikinis festivalis. Daug žmonių pritraukusio festivalio veikla prasidėjo prieš daugiau kaip dvi dešimtis metų. Vienu metu Kauno valstybinis choro vadovas Petras Bingelis ir Kauno valstybinės filharmonijos vadovas Justinas Krėpšta daug keliavo po pasaulį su savo Kauno valstybiniu choru koncertuoti įvairiuose vasaros festivaliuose. Buvo pastebėta, kad Lietuvoje sulig pavasario pabaiga baigiasi įvairių koncertinių įstaigų bei teatrų sezonai. Galima įvardinti, kad visi menininkai išeina atostogauti, tik Palangos miestas turėjo savo senas tradicijas, kai vasaros metu šiame mieste skambėdavo muzika. Todėl buvo norima, kad Kaune nesustotų kultūrinis gyvenimas ties vasaros sezonu. Šiuo atveju buvo surengtas vienas koncertas Pažaislio vienuolyne tarsi eksperimentas. Koncerto dalyviai į visą tai žiūrėjo skeptiškai, nes koncerto vieta neturėjo normalios scenos bei stogo – vieta tikrai neįprasta. Taip pat buvo svarstoma ar žmonės visa tai pritrauks, ar jiems bus įdomu ir patogiu sėdėti ne ant kėdžių, bet ant žolės (Lina Krėpšaitė, 2020).

Liepos mėnesio vakarą buvo organizuojamas koncertas, kuriame dalyvavo dirigentas Petras Bingelis, jo diriguojamas Kauno valstybinis choras kartu su Lietuvos nacionaliniu simfoniniu orkestru ir solistais. Tą išskirtinį vakarą į koncertą susirinko apie tris trūkstančius klausytojų, todėl tokiu pasižymėjusiu dideliu klausytojų skaičiumi, koncertas tapo neeiliniu įvykiu. Po tokios sėkmingai sutiktos didelės klausytojų minios, gimė mintis pradėti organizuoti muzikos projektą, kuris sėkmingai vykdomas iki dabar, tai yra Pažaislio muzikos festivalis. Į festivalį, kuris tradiciškai organizuojamos dažniausiai vasaros gale arba rugsėjo mėnesį, kiekvienais metais atvyksta žymūs muzikos pasaulio atlikėjai. Taip pat su kiekvienais metais festivalyje auga skirtingų renginių skaičius. Pažaislio vienuolyne galima pamatyti ir išgirsti skirtingų žanrų muzikos pasirodymų. Galima išgirsti simfoninę, kamerinę, pramoginę muziką, taip pat kaip buvo minėta, galima apsilankyti išskirtiniuose festivalio renginiuose, kurių čia yra gausu.

2020 metais liepos 19 dieną festivalis buvo organizuojamas jau 25 kartą. Įvairių mažesnių koncertų programa prasidėjo šiek tiek anksčiau, tai yra birželio 20 dieną. Į šią nepagrindinę festivalio programą įėjo edukaciniai kultūriniai turizmo renginiai, prie koncertų buvo jungiamos ekskursijos ir pažintinės edukacijos ne tik Kaune, bet ir kituose Lietuvos miestuose. Taigi, tiek pagrindinis Pažaislio muzikos festivalis, tiek iki jo organizuojamos kitos kultūrinės ir edukacinės programos, suteikia galimybę praturtinti ir suaktyvinti žmonių kultūrinį gyvenimą ne tik menininkų sezono metu.

Kauno miestą išryškinantis ir daug lankytojų pritraukiantis tradicinis festivalis yra Kaunas Jazz. Kaunas Jazz – tai yra pats didžiausias Lietuvos džiaz festivalis. Festivalis pradėtas organizuoti tuo metu kai Lietuva atgavo nepriklausomybę, tai yra 1991 metais. Jo iniciatorius yra Jonas Jučas. Šis žmogus buvo svarbus džiaz muzikos gerbėjams, kuris tapo išskirtiniu įvykiu Lietuvos kultūriniame gyvenime. Pasak Jono Jučo, „festivaliu siekiama paskatinti jaunuosius atlikėjus kūrybinei laisvei, suteikti galimybę pristatyti savo originalią kūrybą plačiajai visuomenei, užtikrinti tobulėjimo galimybes, užmegsti naujus kontaktus ir atverti vartus į didesnes džiaz scenas“. Festivalis yra išsikovojęs reikšmingą poziciją tiek Lietuvos, tiek Europos muzikiniame gyvenime, nes įprasmina ypatingus šalies ir miesto įvykius, paminint svarbiausias istorines datas. Kaunas Jazz

festivalis yra „Europe Jazz Network“ narys. „Europe Jazz Network“ – tai pelno nesiekianti Europos, prodiuserių, laidų vedėjų ir remiančių organizacijų asociacija, kuri specializuojasi į kūrybinę muziką, šiuolaikinį džiazą ir improvizuotą muziką, sukurtą iš aiškos europietiškos perspektyvos. Asociacijos misija yra skatinti remti kūrybinės muzikos sektoriaus plėtrą Europoje ir sudaryti galimybes įvairių šalių menininkams, organizatoriams bei auditorijai artimiau susipažinti ir bendradarbiauti. Todėl į Kaunas Jazz festivalį atvyksta garsiausiai vertinamos džiaz muzikos žvaigždės, taip pat pasiklausyti ar garsių atlikėjų atvyksta džiaz muzikos mėgėjai iš įvairių pasaulio valstybių (Europe Jazz Network, 2020, Kaunas Jazz, 2020).

Tarptautinis festivalis visada yra organizuojamas balandžio mėnesio pabaigoje tiek Kaune, Vilniuje ir kituose Lietuvos miestuose. 2020 metais Kaunas Jazz minėjo svarbias 30 jubiliejinės metines, kuriomis stengiamasi kaip ir visada toliau tobulinti savo nuoširdų ir aktyvų darbą. Organizatoriai tiki, kad „muzika prisideda prie socialinio bei emocinio augimo, ekonominio klestėjimo“ (Kaunas Jazz, 2020). Festivalyje organizuojami ne tik žymių žvaigždžių koncertai, bet ir kitos įvairios kultūrinės veiklos. Festivalio metu organizatoriai vykdo edukacinę programą, kuria pasinaudoję lankytojai gali susitikti su džiaz kūrėjais. Organizuojamos meistriškumo pamokos, kuriose diskutuojama apie įvairios muzikos ritmus, pasidalinama savo patirtimi bei gyvomis praktikomis. Taip pat, Kaunas Jazz festivalio dienomis organizatoriai kviečia prisijungti miestiečius prie Džiaz Gatvės. Džiaz Gatvė prasideda nuo Laivės alėjos ir baigiasi ties senamiesčiu. Džiaz Gatvėje galima pamatyti ir išgirsti profesionalių kūrėjų sukurtas įvairias meno formas, tokias kaip judesio, muzikos bei vizualaus meno. Festivalio gatvėje vykstantys jaunųjų meninkų pasirodymai suteikia retą, bet didelę galimybę pabendrauti, o vėliau gal ir bendradarbiauti, keistis idėjomis su pačiais menininkais, tuo pačiu yra skatinami tarpkultūriniai mainai (Kaunas Jazz, 2020).

Žengiant į teatrų pasaulį, kiekvienais metais Kauno mieste yra organizuojamas festivalis „Nerk į teatrą“. Festivalis yra edukacinis skirtas ypač vaikams ir jaunimui. „Nerk į teatrą“ festivalio atsiradimą įtakojo didelis ir žymus pastebėjimas. Dažniausiai spektakliai yra rengiami suaugusiųjų miniai, taip pat yra ir rytiniai spektakliai skirti mažiems vaikams, tačiau į paauglius nebuvo atsižvelgta. Paauglių amžiui tinkami spektakliai nebuvo rodomi, bei kokios nors edukacinės veiklos teatro erdvėje nebuvo vykdoma. Todėl pirmasis edukacinis „Nerk į teatrą“ festivalis buvo pradėtas organizuoti nuo 2011 metų ir yra skirtas būtent jaunimui. Festivalio tikslas yra „suteikti galimybę jaunimui ir vaikams pažvelgti į teatrą iš nematomos pusės – užkulisių“.

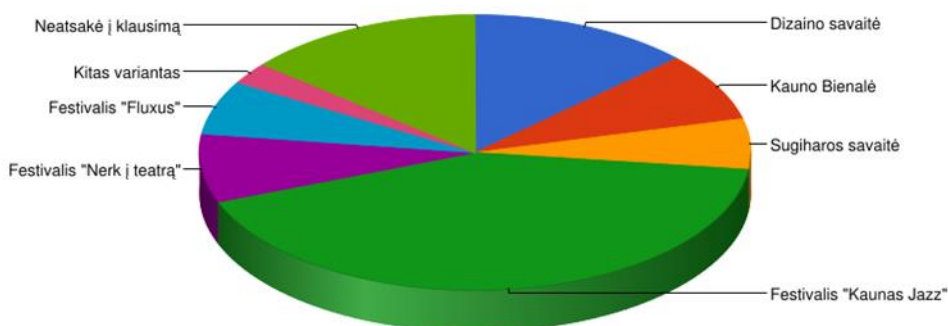
Kiekvienais metais į priekį, festivalio metu yra organizuojama vis daugiau skirtingo pasirinkimo edukacinių renginių. Kaip buvo minėta pirmieji festivaliai buvo pradėti organizuoti jaunimui, tačiau šiuo metu į teatro edukacinę veiklą yra įtrauktas ne tik jaunimas, bet ir šeimos su vaikais. Festivalio dalyviai turi galimybę apsilankyti kūrybinėse dirbtuvėse, kuriose yra galimybė išbandyti įvairių kostiumų, dekoracijų, butaforijos sukūrimo ir pagaminimo procesus. Dalyviai, kurie nori artimiau susipažinti su teatro istorija ir jo patalpomis, gali dalyvauti ekskursijoje po teatro erdves. Taip pat, yra organizuojami ir vedami aktorių seminarai, kurių metu yra kalbama apie tai kaip išlaisvinti savo kūrybines galias. Festivalio metu yra stipriai praplečiamas akiratis, nes yra galimybė pabendrauti su teatro kūrėjais, režisieriais, pamatyti jaunųjų menininkų spektaklius, bei baigiamuosius būsimųjų aktorių diplominius spektaklius. Mokoma scenos judesio, kurį veda kino choreografai, scenografijos. Dalyviai yra vedami į aktorines dirbtuves, tokias kaip grimo, aktoriaus meistriškumo, scenos kalbos režisūros, improvizacijos bei netgi pantomimos, leidžiama pasiklausyti skirtingų muzikos garsų su multiinstrumentalistu. Vyresni dalyviai yra kviečiami į paskaitas apie kūrybišką mąstymą, į rengiamas atviras diskusijas, kuriose atvirai kalbama apie nepatogias scenas aktorių gyvenime. Taip pat su režisieriais yra diskutuojama ir mokomasi kaip galima pasimokyti pamokų, kurias mums siunčia gyvenimas. Taigi, kiekvienas festivalyje „Nerk į teatrą“ organizuojamas spektaklis yra suskirstytas į skirtingas amžiaus grupes ir toms skirtingų amžiaus grupėms aktualias temas. Aktualiausios rodomų spektaklių temos yra tradicijos ir atsakomybė, šeimos svarba ir meilė (R. Beržausko, D. Stankevičiaus nuotraukos 2020).

Vienas iš naujesnių atsiradusių festivalių yra „ConTempo“. ConTempo – tai yra scenos ir menų festivalis, Jį organizuoti rugpjūči mėnesio gale iniciavo „Kaunas – Europos kultūros sostinė 2022“ komandos nariai. Festivalis pirmą kartą suorganizuotas 2019 metais, o šiais 2020 metais sėkmingai buvo vykdomas jau antrąjį kartą. ConTempo festivalio tikslas yra pristatyti Lietuvos menininkus, unikalios užsienio kūrėjų darbus, kurie yra aktualūs šiuolaikiniam žmogui, tuo pačiu išryškinti miesto įvairias erdves bei pastatus. Taip pat, festivaliu siekiama bendradarbiauti ir skatinti tarptautiškumą su Europos, Kauno ir visos Lietuvos kūrėjais.

Festivalis dažniausiai yra organizuojamas atvirose erdvėse. Organizuojamas įvairiuose miesto parkuose tam, kad neįtamtų į scenarijų būtų įtraukti ir festivalio dalyviai. Daugelis festivalio renginių yra nemokami, todėl juose gali dalyvauti tiek sceninė trupe besidomintys žmonės, tiek paprasčiausi praeiviai. Abiem atvejais žmonės yra stipriai įtraukiami ir emociškai paveikiami festivalio programos. Pasak V. Vitkienės (2020), artėjant svarbiems 2022 metams, kada Kaunas taps Europos kultūros sostine, yra rengiama išskirtinė programa. Europos kultūros sostinės metais, Kauno festivalyje žadama daugiau atrasti tiek teatro, tiek šiuolaikinio šokio, tiek cirko trupių ir performansų. Planuojama daug keliauti su menininkais po Europą ir artimiausiu bendradarbiauti su užsienio šalių meno atstovais (Virginija Vitkienė, 2020, Gintarė Masteikaitė, 2020).

KAUNO TRADICINIŲ FESTIVALIŲ VERTINIMAS LANKYTOJŲ ATŽVILGIU

Atliktas tyrimas apie Kauno tradicinius renginius įrodo, kad miestas yra gausus įvairiais kultūriniais, tradiciniais festivaliais (1 pav.). Išanalizavus, lankomiausius tradicinius festivalius galima teigti, kad daugiausiai lankytojus pritraukiantis muzikinis festivalis yra „Kaunas Jazz“.



1 pav. Kokiuose tradiciniuose Kauno festivaliuose Jums teko dalyvauti.
(Juliagirman, 2020)

Tai įrodo, kad muzika yra labai svarbi žmonių gyvenime ir ji artina kiekvieną burtis ten, kur ji garsiausiai skamba. Festivalis „Kaunas Jazz“ yra pats populiariausias 2020 metų muzikinis festivalis, kuris suartina žmones, bet ir ne tik tai. Festivalis išpopuliarina ir patį miestą - Kauno miestą.

Kauno valstybinio muzikinio teatro istorija ir vykdomos veiklos

Kaunas garsus ne tik kultūriniais festivaliais, bet ir lankytinomis kultūros vietomis. Dažnai sulaukiantis lankytojų yra Kauno valstybinio muzikinio teatro pastatas. XIX a. pabaigoje Kaunas buvo valdomas Rusijos imperijos. Tuo metu buvo svarstoma ir galiausiai nutarta miesto vadybos, kad mieste turėtų iškilti teatro rūmai. Statyti teatrą buvo norima su tikslu – patenkinti nedidelio provincinio miesto kultūrinius poreikius. Teatro rūmams statyti pasirinktas miesto sodas, kuriame po metų, pagal vieno gubernijos architekto projektą buvo pastatytas pastatas. Iškilęs dviaukštis teatro pastatas turėjo panašų stilių į neorenesansinį. Jame buvo įkurta keturkampė salė su dviem balkonais, kurioje buvo talpinama iki 500 žmonių. Taip pat, teatro pastate buvo įrengtos dvi fojė, įvairios pagalbinės patalpos, specialios ložės, kuriose galėdavo sėdėti ir spektaklius žiūrėti tik

kilmingi žmonės, tokie kaip Kauno gubernatorius ir tvirtovės komendantas. Pabaigtas teatro statybos projektas įgalino vykdyti teatro atidarymą – jis įvyko 1892 metais sausio 9 dieną. Nors Kauno mieste teatro rūmai buvo galutinai įrengti, tačiau spektakliai nebuvo nuolatos rodomi. Spektakliai vykdavo tik tuo metu, kai į miestą atvykdavo keliaujantys artistai. Todėl nuo 1901 metų buvo pradėti rodyti gastroliniai spektakliai, tarp kurių buvo italų operos trupė. Vėliau buvo paskelbtas tolerancijos aktas, kurio metu jau buvo pradėta nuolatos rengti spektaklius bei organizuoti įvairius kultūrinius vakarus.

Teatras buvo ir yra iki šių dienų daug kartų rekonstruotas. Po pirmojo teatro sezono prasidėjo rekonstrukcijos darbai dėl šalčio ir nelygios pastato apdailos, kurie truko labai ilgai. 1916 metais buvo praplėsta scena ir patvarkyti kambariai skirti aktoriams. Kai Kaunas buvo paskelbtas laikinąja sostine (1920 m.) teatro pastate savo darbą pradėjo Lietuvos Steigiamasis Seimas, kuris tą pačią dieną tai yra gegužės 15 dieną, iškilmingai paskelbė Lietuvos nepriklausomybę. Po žymaus Lietuvos įvykio – Lietuvos nepriklausomybės paskelbimo, teatro rūmuose išsivystė pačios pirmosios profesionalios lietuvių dramos, operos ir baleto trupės (pjesė „Joninės“ 1920 metais, opera „Traviata“ 1920 metais ir baletas „Kopelija“ 1925 metais). Dar vėliau pastatas įgavo modernizmo – neobaroko stilių. Žiūrovų salė įgavo pasagos formą bei joje sėdimų vietų skaičius vėl padidinamas iki 763 vietų. Prie visų darbų prisideda ir tai, kad buvo įrengtas ir trečiasis balkonas su centrine lože bei įrengta vieta teatro orkestrui. Stipriai atsižvelgta į teatro rūmų interjerą, kuriame buvo ryškiai pastebimos liaudiškos formos išpūdingoje pastato architektūroje. Liaudiškos formos, pastebėtos teatro architektūroje buvo tokios: tautiškos tulpės, lelijos, saulutės. 1930-1933 metais buvo atkreiptas dėmesys į sceną. Tuo metu, rengiamai scenografijai scena buvo per maža, todėl vėl buvo vykdomi, atrodo niekada nesibaigiantys, rekonstrukcijos darbai. Šiuo metu buvo dar labiau išplėstas teatro pastatas – pastatyti nauji dviaukščiai korpusai, kurie buvo skirti dekoracijų dirbtuvėms, įvairiems sandėliams, kostiumų siuvyklai, paaukštintai scenos dėžei. Taip pat atsinaujino abiejų aukštų fojė, kuri taip pat buvo praplėsta, sumontuota uždanga iš geležies su automatiškai paleidžiamu vandeniu paskirtu aušinimui. Toliau apie penkiasdešimt metų pastate nevyko naujų permainų. Paskutinė ryškiausia rekonstrukcija vyko 1980 metais ir truko ilgiau nei įprastai, tai yra keturis metus. Jos metu teatro požeminėse patalpose buvo įrengtos žiūrovų rūbinės, repeticijų salė, patobulinta scenos įranga bei naujai sukurtas interjeras, kuriame atsinaujino dekoras bei spalvų žaismas. Teatro fojė praturtėjo šiuolaikiniais lietuvių dailininkų paveikslais, pirmosios teatre vykusios operos „Traviata“ veikėjos Violetos skulptūra, bei kito operos personažo Onegino skrybėlės skulptūra (Kristina Karlonė, 2020, Kauno Valstybinis muzikinis teatras, 2013).

Teatro pavadinimo kilmę įtakoja tam tikri įvykiai. 1922 metais tai buvo Operos teatras, kuris vėliau buvo sujungtas su dramos teatru ir 1925 metais buvo suvalstybintas. Tačiau po 1948 metų operos ir baleto trupės ėmė ir persikėlė į Vilniaus miestą. Todėl, tuo metu veikė vadinamas Kauno valstybinis muzikinis dramos teatras. Dar vėliau, 1959 metais kitur persikėlė ir dramos trupė, todėl vieninteliais teatro rūmų šeiminingais tapo muzikinis teatro kolektyvas, kuris ir įtakojo dabartinį pastato pavadinimą – Kauno valstybinis muzikinis teatras.

Kauno valstybinis muzikinis teatras žiūrovams siūlo įvairius spektaklius. Teatras siūlo populiarias operas („Makbetas“, „Traviata“), operetas („Karaliaus antrininkas“, „Misteris X“), miuziklus („Mano puikioji ledi“, „Adamsų šeimynėlė“, „Grafas Montekristas“, „Aida“, „Karmen“ šokio spektaklius („Kita pelenės istorija“, „Notrdamo legenda“) bei rytinius spektaklius mažiesiems („Mažoji burtų fleita“, „Sniego karalienė“, „Auksinė kepurė“ ir daugelis kitų neįvardintų. Taip pat, teatre yra įrengta baltoji salė, kurioje anksčiau buvo vykdomos repeticijos. Vėliau šioje salėje buvo vykdomas ilgalaikis koncertų ciklas „Šeštadieniai su muzika“, kurio popietiniu vedliu buvo muzikologas Viktoras Gerulaitis. O šiuo metu, baltoje salėje yra vykdomi tik įvairių organizacijų užsakomi jubiliejiniai renginiai. (Šarūnė Kutinskaitė, 2009).

Idomu tai, kad teatras vykdo edukacinę veiklą. Nors apie tokią įdomią galimybę kaip pasivaikščiojimą po teatro erdves nėra viešai paskelbta, tačiau tie, kurie tikrai domisi ir intensyviai

ieško jiems reikiamos medžiagos, visada randa ir susitaria su paskirtos srities atstovais. Apklausus teatro reklamos ir informacijos vadovę Liną Stankevičiūtę, buvo sužinoma, kad ekskursija po Kauno valstybinio muzikinio teatro erdves yra vykdoma už minimalią kainą ir norinčiųjų ekskursijoje dalyvauti skaičius nėra griežtai nustatytas. Ekskursijos metu lankytojai susipažįsta su pastato istorija, pasivaikšto po teatro fojė, kuriose yra iškabinti lietuvių menininkų paveikslai ir aktorių bei įvairių teatro darbuotojų juodai baltos nuotraukos. Einama į užkulisių, kuriuose artimiaus susipažįstama su visa aktorių virtuve. Užeinama į butaforijos, siuvyklos, dailės dirbtuves, kuriose yra aiškiai matoma kaip yra kuriamos scenos dekoracijos, kaip yra siuvami aktorių išpūdingo grožio kostiumai. Užeinama į grimo cechus, kuriuose matoma kosmetikos įvairovė. Jeigu tuo metu, kada ekskursantai įeina į grimo cechą pamato dirbančią grimo tuoją, yra galimybė, kad ji juos nugrimuos. Taip pat, teatro ekskursijos planuose yra numatyta galimybė lankytojams užsidėti autentiškus aktorių kostiumus. Šiuo metu tokia veikla nėra vykdoma dėl griežtų higienos taisyklių. Prieš Covid-19 viruso paplitimą, teatro teikiama edukacinę veiklą užsisakydavo daugiau lankytojų. Dažniausiai tai būdavo vietiniai Lietuvos gyventojai, tokie kaip meno studentai ar vyresnio amžiaus žmonės besidomintys kultūrinių gyvenimu. Ne paslaptis, kad užsukdavo ir užsieniečiai, tačiau toks atvejis būdavo labai retas.

IŠVADOS

1. Atsižvelgus į Kauno mieste organizuojamus muzikinius renginius, galima teigti, kad mieste yra rengiami gausių lankytojų minią pritraukiantys festivaliai. Festivaliai pritraukia lankytojus atvykti į Kauno miestą, taip pat renginių įtaka yra išpopuliarinami lankytojų miesto objektai.
2. Išanalizavus Kauno lankytojų festivalių pasirinkimą, galima teigti, kad populiariausias muzikinis festivalis yra Kaunas Jazz. Tai įrodo, kad žmonės muziką labai vertina ir ji žmonių gyvenime užima didelę dalį.
3. Pristačius Kauno valstybinio muzikinio teatro istoriją ir jo vykdomą edukacinę veiklą, galima teigti, kad teatras kaip turizmo dalis yra labai patrauklus tiek savo žymiais spektakliais, tiek išskirtinėmis edukacinėmis veiklomis. Tačiau, tokia teikiama paslauga, kaip edukacija po teatro erdves nėra stipriai išviešinta.

LITERATŪRA

1. Andrijauskaitė, E. (2013). Paimta 2020-10-24 iš <http://egleandrijauskaite.blogspot.com/2013/12/turizmoklasifikavimas.html>
2. BNS inf. (2017). 2022 metų Europos kultūros sostinė tapo Kaunas. Paimta 2020-10-25 <https://kauno.diena.lt/naujienos/kaunas/miesto-pulsas/kaunas-ar-klaipeda-siandien-paaiskes-kuris-miestas-taps-europos-kulturos-sostine-804514>
3. Kaunas 2022 (2018). Apie projektą - Kaunas – Europos kultūros sostinė 2022. Paimta 2020-10-25 iš <https://kaunas2022.eu/apie-europos-kulturos-sostine/>
4. Krėpškaitė, L. (2020). Pažaislio muzikos festivalis: nuo eksperimento iki tradicijų. Paimta 2020-10-26 iš <https://kauno.diena.lt/naujienos/kaunas/menas-ir-pramogos/pazaislio-muzikos-festivalis-nuo-eksperimento-iki-tradiciju-971088>
5. Europe Jazz Network (2020). Paimta 2020-10-27 iš <https://www.europejazz.net/who-we-are>
6. Kaunas Jazz (2020). Apie Kaunas Jazz. Paimta 2020-10-27 iš <http://kaunasjazz.lt/apie-kaunas-jazz/>
7. Beržausko, R., Stankevičiaus, D. nuotraukos (2020). Festivalis „Nerk į teatrą“. Festivalio istorija. Paimta 2020-10-28 iš <https://dramosteatras.lt/lt/projektai/festivalis-nerk-i-teatra/>
8. Vitkienė, V. (2020). Kaune – naujas scenos menų festivalis „ConTempo“. Paimta 2020-10-29 iš <https://www.contempofestival.lt/kaune-naujas-scenos-menu-festivalis-contempo/>
9. Masteikaitė, G. (2020). Festivalis „ConTempo“ kviečia nerti į scenos menus: Kaune pristato net dvi programas. Paimta 2020-10-29 iš <http://dance.lt/new/2020/07/24/festivalis-contempo-kviecia-nerti-i-scenos-menus-kaune-pristato-net-dvi-programas/>
10. Karlonė, K. (2020). Kauno muzikinis teatras – vieta, kur Lietuva buvo paskelbta respublika. Paimta 2020-11-01 iš <https://www.lrt.lt/naujienos/lietuvoje/2/1178120/kauno-muzikinis-teatras-vieta-kur-lietuva->

buvo-paskelbta-respublika?fbclid=IwAR2i194P_Nk-L21vkgeAxuRyw7z3-H9DiT4DFQTNsso9CoyCbtJN-AvCF8

11. Kauno Valstybinis muzikinis teatras (2013). Pastato istorija. Paimta 2020-11-01 iš <http://www.muzikinisteatras.lt/#/Pastato-istorija.html>

12. Kutinskaitė, Š. (2009). Muzikiniame teatre atgimė baltoji salė. Paimta 2020-11-07 iš <https://kauno.diena.lt/naujienos/miesto-pulsas/muzikiniame-teatre-atgime-baltoji-sale-216759>

13. Apklausą vykdė gyvai su Kauno valstybinio muzikinio teatro reklamos ir informacijos vadove Lina Stankevičiūtė (2020).

EVENT TOURISM AS A NICHE: THE CASE OF KAUNAS STATE MUSICAL THEATRE

LUKRECIJA MAČIONYTĖ

Kolping University of Applied Sciences

Consultant: doc. dr. R. Navickienė

ANNOTATION

The presentation in the article showed the exceptionally engaging nature of musical events held in Kaunas city. Various traditional musical festivals attract people for their pleasant aura and the ability to spend time more actively. The main events in the city include Pažaislis musical festival, Kaunas Jazz, Nerk į teatrą, ConTempo. A popular tourist attraction is Kaunas state musical theatre, which is not only a place to visit for various performances - it also offers a charming educational activity of seeing the behind-the-scenes part of theatre.

ARCHEOLOGINIO PAVELDO PATRAUKLUMAS TURIZMO SKATINIMUI

JUSTĖ MARTIŠAUSKAITĖ

Vytauto Didžiojo Universitetas
Konsultantė doc. dr. Regina Navickienė

ANOTACIJA

Straipsnyje analizuojamas archeologinis paveldas, kaip vis labiau populiarėjanti turizmo rūšis. Archeologinės ir istorinės vietos yra vieni pagrindinių turistų lankomų objektų visame pasaulyje. Kiekvienais metais keliautojų vis didėja jie domisi istorinės reikšmės vietovėmis, muziejais, tradiciniais amatais.

Raktiniai žodžiai: archeologija, archeologinis paveldas, turizmas, archeologinio paveldo turizmas.

IVADAS

Aktualumas ir problema. Archeologinės vietovės yra viena svarbiausių kultūros paveldo dalių ir vieni pagrindinių turistų lankomų objektų visame pasaulyje. Kiekviename pasaulio kampelyje gausu archeologinių vietovių, kurios traukia turistus, ne išimtis ir Lietuva, kuri gali pasigirti turimais ištekliais. Nacionaliniu ir tarptautiniu lygiu archeologiniai objektai turi didelę socialinę, kultūrinę ir ekonominę vertę. Archeologinės vietovės yra neatsiejama regioninės istorijos, paveldėjimo ir tapatybės dalis. Turistai domisi praeitimi, gali pamatyti, kaip anksčiau gyveno jų protėviai. Archeologinis paveldas ir tinkamas jo pritaikymas lankyti yra labai svarbus turizmo geografijai ir turistinių vietovių klestėjimui. Kiekvienais metais keliautojų vis didėja jie domisi istorinės reikšmės vietovėmis, muziejais, tradiciniais amatais, bet nepavyko rasti mokslinių straipsnių, kurie vertintų archeologinį paveldą turizmo kontekste.

Darbo tikslas: išsiaiškinti archeologinio paveldo patrauklumą turizmo skatinimui.

Darbo uždaviniai:

1. Atlikti mokslinės literatūros analizę, siekiant išsiaiškinti archeologinio paveldo sampratą ir jos santykį su turizmu.
2. Apžvelgti užsienio ir Lietuvos archeologinį paveldą bei jo pritaikymą turizmui.

ARCHEOLOGINIO PAVELDO SAMPRATA TEORINIU ASPEKTU

Archeologijos terminą pirmą kartą pavartojo Platonas, o pati sąvoka buvo apibrėžta daugelio autorių nuo tada, kai prieš 150 metų atsirado archeologijos mokslas. Dažniausiai šie apibrėžimai yra tiesiog subjektyvūs ir atspindi tai, kaip individai žiūri į archeologiją ir ją jaučia (Hirst, 2019). Tačiau bendrai kalbant, archeologiją galima apibūdinti, kaip mokslo ar istorijos šaką, tiriančią žmonijos praeitį bei pirmąją kultūrą, o svarbiausia - archeologinį paveldą. Kaip teigia Europos archeologijos apsaugos konvencija (1992) „Archeologijos paveldo objektais yra laikytinos visos archeologinės liekanos ir objektai bei kiti iš praeities epochų mus pasiekę žmonijos pėdsakai:

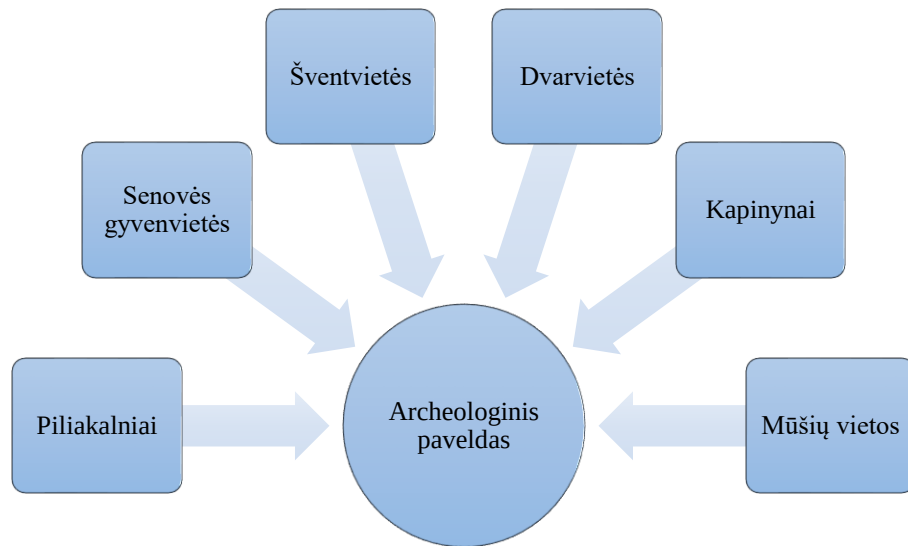
- kurių išsaugojimas ir tyrimas padeda geriau suvokti žmonijos istoriją ir jos ryšį su natūralia aplinka;
- kurių atžvilgiu pagrindiniai informacijos šaltiniai yra kasinėjimai bei kiti žmonijos ir aplinkos tyrimo metodai;
- kurie yra bet kokioje šalių jurisdikcijai priklausančioje teritorijoje“.

Kilnojamąjį archeologinį paveldą sudaro įvairūs archeologiniai radiniai arba artefaktai, kurie yra randami archeologinėse vietovėse. Dažniausiai tai gali būti:

- „Įvairūs darbo įrankiai;
- Ginklai;
- Papuošalai;

- Buities reikmenys;
- Drabužiai“ (Kazakevičius, 2020).

Nekilnojamais archeologinis paveldas skirstomas pagal busvusių objektų paskirtį, jų sandarą ir kitus ypatumus (1 pav.). Paveiksle pateikiami pagrindiniai šio paveldo elementai.



1 pav. Nekilnojamojo archeologinio paveldo elementai
(sudaryta darbo autorės remiantis UNESCO, 2019)

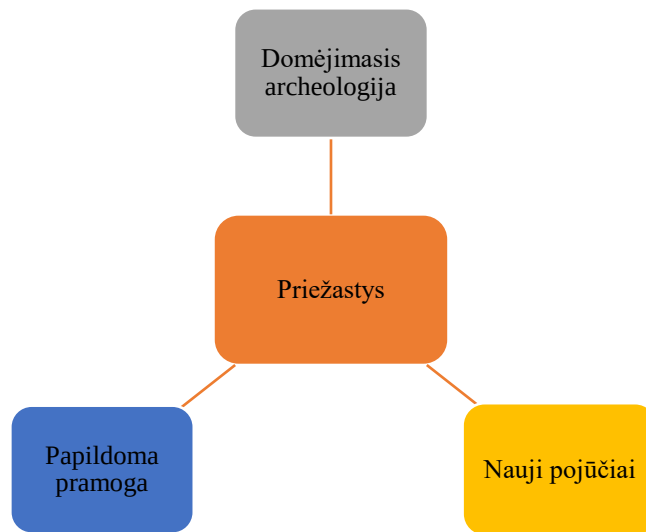
Archeologinis paveldas - tai įvairios žemėje ar vandenyje išsaugotos relikvijos, senovės statinių, laidojimo, gynybinių objektų liekanos, sukurtos žmogaus veiklos metu ir pristatančios ankstyvuosius žmonijos istorijos laikotarpius. Taip pat archeologiniai artefaktai, kurie atskleidžia žmonių iš praeities gyvenimą.

Archeologinis paveldo sąsajos su turizmu

Nacionaliniu ir tarptautiniu lygmeniu archeologinio paveldo vietovės turi didelę socialinę, kultūrinę ir ekonominę vertę. Archeologinio paveldo vietovės yra neatsiejama regionų istorijos, paveldo ir tapatybės dalis. Tai – vieni pagrindinių lankytinų objektų. Turizmas plečia vietos galimybes ir teikia pajamų. Tinkamai planuojant, daug ateities galimybių slypi bendradarbiaujant kultūros vadybininkams ir turizmo ekspertams. Labai svarbu sudominti visuomenę ir įtraukti vietines bendruomenes, nes nuo to priklauso archeologinio paveldo pristatymas (Robinson, Picard, 2006).

Archeologinės ir istorinės vietos yra vieni pagrindinių turistų lankomų objektų visame pasaulyje. Žmonių, kurie lankosi archeologinėse vietose, skaičius kasmet didėja, ir šis padidėjimas gali turėti tiek teigiamą, tiek neigiamą poveikį. Dėl padažnėjusių vizitų buvo padaryta žala, tam tikros teritorijų dalys buvo suniokotos. (Archaeological Institute of America, 2008). Pavyzdžiui, vienas lankomiausių objektų pasaulyje - Maču Pikču, kuris yra pagrindinis pajamų šaltinis Peru. Šioje vietovėje esantys karališkas dvaras, saulės laikrodis, nebuvo suprojektuoti tam, kad atlaikytų tokį didelį srautą atvykstančių turistų. Čia statomi viešbučiai ir aikštelės tik dar labiau pagreitina objektų nykimą (Mink, 2009).

Archeologiniai griuvėsiai turistus traukia bent dėl trijų priežasčių (2 pav.).



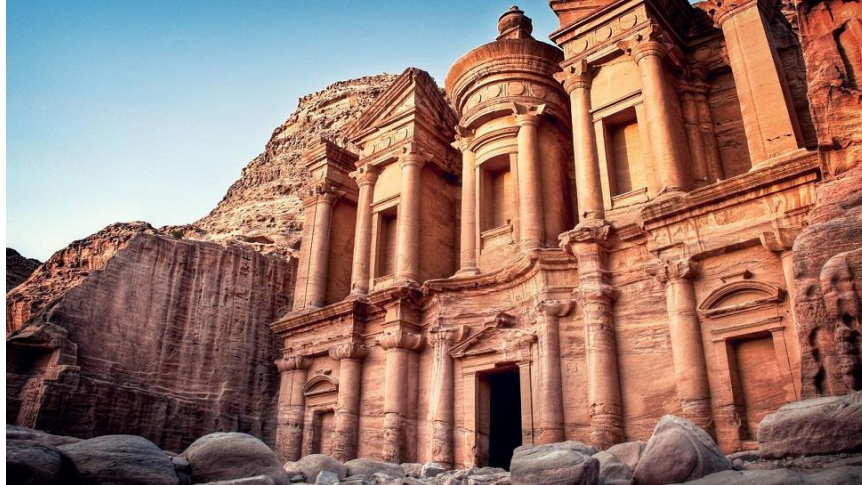
2 pav. **Priežastys, dėl kurių lankytojai domisi archeologiniais griuvėsiais**
(sudaryta darbo autorės remiantis Walker, 2005)

Lankytojai dažnai nuoširdžiai domisi archeologija ar istorija ir nori apžiūrėti archeologines liekanas. Kiti atostogaudami turi laisvo laiko ir aplanko archeologines vietas, o treči vyksta į organizuojamas ekskursijas ar lydi bendražygius dėl galimybės patirti ką nors naujo ir neįprasto (Walker, 2005).

Archeologinio paveldo turizmo kelionės yra orientuotos į senovinių ir istorinių vietų lankymą ir patyrimą. Šį turizmą motyvuojančios jėgos yra aistra praeičiai ir pomėgis sužinoti apie senovės kultūras, gyvenusias lankomoje vietoje. Archeologinio paveldo turizmas apima apsilankymus muziejuose, istorinės reikšmės vietose ir netgi tradicinių šokių, festivalių renginiuose. Šimtai tūkstančių turistų kasmet lankosi archeologinėse vietose, o archeologinis turizmas tapęs pelningu verslu. Daugelis šalių siūlo derinius, leidžiančius lankytojams mėgautis regiono gamtos ir kultūros stebuklais (Archaeological Institute of America, 2008).

Archeologinis turizmas tapo ypač svarbiu ekonominiu rodikliu besivystančios šalims, kur archeologinės vietovės dažnai yra nutolusiose vietose ar vešliuose miškuose. Tai suteikia galimybių ir ekoturizmo mylėtojams. Pavyzdžiui, saugomi archeologiniai parkai dažnai yra daugelio rūšių paukščių prieglobstis, kur suteikiamos paukščių stebėjimo galimybės. Archeologinėse vietovėse taip pat galima pamatyti egzotinių ar vietinių augalų, o žygių entuziastai gali tyrinėti vietas, aplinkinį kraštovaizdį ir ieškoti pažintinių takų (Walker, 2005).

Vienas žinomiausių archeologinio paveldo objektų pasaulyje yra Jordanijoje esantis *Petros miestas* (3 pav.). Šiame retai apgyvendiname mieste aštuntajame dešimtmetyje kasmet apsilankydavo tik keli tūkstančiai turistų. Tačiau, kai prasidėjo nebrangios kelionės lėktuvu, keliai buvo žymiai patobulinti, atsirado pasaulinės reklamos, apsilankymų skaičius per metus išaugo beveik milijonu (Milstein, 2020).



3 pav. **Petros miestas Jordanijoje**

Petra yra kalnuotoje dykumoje, apsuptoje keliais beduinų kaimais. Anksčiau čia gyvenusios bendruomenės išsikėlė į naują netoliese esantį kaimą, o pats miestas tapo viena įspūdingiausių pasaulio archeologinių vietovių. Petra yra pagrindinis turizmo centras Jordanijoje, kuris taip pat yra ir vienas iš septynių naujųjų pasaulio stebuklų. Šis miestas gali pasigirti ne tik įspūdingu kraštovaizdžiu, bet ir jame esančiu muziejumi. Jame yra 280 artefaktų, datuojamų skirtingais amžiais, parodą sudaro penkios salės, kuriose galima pažinti Petros istoriją, nabatijiečių gyvenimą ir jų civilizacijos ypatumus. Taip pat pristatomi nabatajiečių naudoti įrankiai, statulos, kuriuos Petroje atrado archeologinių kasinėjimų komandos (Milstein, 2020).

Dar viena, gerai žinoma archeologinė vietovė – *Tikal miestas*, įsikūręs Gvatemaloje (4 pav.). Tai senovės majų civilizacijos miestas bei apeigų centras. Miesto griuvėsiai yra pagrindinis Tikal nacionalinio parko akcentas, kuris 1979 m. buvo įtrauktas į UNESCO Pasaulio paveldo sąrašą. Tikal mieste yra penkios piramidės šventyklos, trys dideli kompleksai, kurie dažnai vadinami akropoliais. Tokius kompleksus sudaro daugybė pastatų, po kuriais rasta gausiai paruoštų laidojimo kamerų. Tikal nacionalinio parko archeologinės liekanos atspindi majų visuomenės kultūrinę evoliuciją nuo medžiotojų rinkimo iki ūkininkavimo. Liekanos rodo skirtingus architektūros raidos etapus, susijusius su religine veikla ir apeigomis. Jie taip pat iliustruoja pasiektą politinę, socialinę ir ekonominę organizaciją, kurią išreiškia miesto rūmai, šventyklos, iškilmingos platformos ir gyvenamieji rajonai bei gausybė paminklų, papuoštų hieroglifiniais užrašais.

Tikal miestas yra mėgstamas ir dažnai lankomas turistų. Turizmas yra reikšmingas vietos ekonomikos veiksnys, turintis didelį potencialą prisidėti prie švietimo ir gamtos apsaugos finansavimo, papildant vyriausybės biudžetus, mokslinių tyrimų ir gamtos apsaugos institucijų paramą (UNESCO, 2020).



4 pav. Tikal miestas Gvatemaloje

Kultūros paveldo objektus dažniausiai tenka specialiai pritaikyti turizmui – tinkamai restauruoti patį objektą, sutvarkyti jo aplinką, įrengti lankymo takus, tinkamai parengti ir pateikti informacinę medžiagą, atitverti saugomą objektą nuo aplinkinės teritorijos, išspręsti privažiavimo, priežiūros ir lankymo mokesčio klausimus (Povilanskas, Vaitekūnas, 2011).

Nors turizmas ir archeologija atrodo atskiros sritys, jas sieja nemaža dalis bendrų interesų. Archeologinė turizmo rinka, kaip svarbi didesnės paveldo turizmo rinkos dalis, apima archeologų, turizmo ekspertų ir paveldo vietų tvarkytojų sąveiką visame pasaulyje (Walker, Carr, 2013).

Archeologinio paveldo turizmas yra populiari turizmo rūšis. Turistai ieško naujų pojūčių, atradimų. Turizmo srityje dirbantys specialistai siekia pristatyti naujoves, kurios padėtų pritraukti lankytojus ir juos sudominti dar neatrasta veikla.

Lietuvos archeologinio paveldo apžvalga

Archeologijos paveldas – sudėtinė Lietuvos kultūros paveldo dalis. Be jo neįmanoma pažinti daugelio tūkstantmečių Lietuvos istorijos. Jis išsiskiria ne tik savo senumu ir įvairove, bet ir pažeidžiamumu, kontekstine verte. Norint jį pažinti būtini specialūs teoriniai, metodiniai ir techniniai įgūdžiai. Pagal sandarą, nustatytą Lietuvos Respublikos nekilnojamojo kultūros paveldo apsaugos įstatymu, archeologijos paveldą sudaro pavieniai ir kompleksiniai objektai bei vietovės (Nekilnojamojo archeologijos paveldo apsaugos programos koncepcija, 2008).

Vienas svarbiausių šalies archeologinių kompleksų - *valstybinis Kernavės kultūrinis rezervatas*, įkurtas 1989 metais (5 pav.). Kernavė yra sudėtingas archeologijos vertybių kompleksas, apimantis penkis piliakalnius, kelias neįtvirtintas gyvenvietes, kapinynus ir kitus archeologijos paminklus nuo vėlyvojo paleolito iki viduramžių. Valstybinis Kernavės kultūrinis rezervatas 2004 metais įrašytas į UNESCO Pasaulio paveldo objektų sąrašą. Čia taip yra įsikūręs Kernavės archeologinės vietovės muziejus, kuriame galima susipažinti su pačia archeologine vietove, archeologų darbu ir kasmetinių archeologinių tyrimų medžiaga. Eksperimentinės archeologijos meistrai, atkūrė daugelio eksponuojamų įrankių gamybą. Lankytojai tai gali išvysti ekspozicijoje demonstruojamoje filmuotoje medžiagoje. Taip pat lankytojai čia gali susipažinti su Kernavės priešistorė ir viduramžiais. Vykdomos įvairios edukacinės programos (Valstybinis Kernavės Kultūrinis Rezervatas, 2020).



5 pav. Valstybinis Kernavės kultūrinis rezervatas

Šakių rajono pakraštyje, prie sienos su Kaliningrado sritimi, esantis penkių *Sudargo piliakalnių kompleksas* yra reikšmingas savo istoriniu ir archeologiniu požiūriu bei mena čia vykusias lietuvių kovas su kryžiuočiais. Kiekvienas piliakalnis turi savo pavadinimą – Balnakalnis, Žydkapiai, Bevardis, Pilaitė ir Vorpilis. Prie piliakalnių yra informacijos stendai, įrengti laiptai, tilteliai (Sudargo piliakalniai, 2020).

Senųjų Trakų piliavietė, esanti kultūrinio rezervato teritorijoje, dar vienas unikalus archeologinio paveldo objektas. Tai viena seniausių mūrinių pilių Lietuvoje, pastatyta pačio Gedimino. Piliavietėje buvo vykdomi archeologiniai tyrimai, kurių metu rasta skirtingų laikotarpių įdomių radinių: žvėrių kaulų, peilių, raktų, arbaletų strėlių antgalių. Senųjų Trakų piliavietė yra naudojama pažintinei rekreacijai. Vykdomos įvairios ekskursijos, paruošti kultūriniai pažintiniai maršrutai. Tai valstybinės reikšmės kultūros paminklas (Trakų istorinis nacionalinis parkas, 2020).

Marvelės kapinynas – didžiausias kapinynas Baltijos šalyse, esantis Nemuno ir Neries upių santakoje, prie buvusio Marvos dvaru ir piliakalniu. Tai vienas iš gausiausiai tyrinėtų Lietuvos archeologinių paminklų. Jame rasta pavienių ir žirgų kapų. Marvelės kapinyno tyrimų rezultatai teikia išsamią informaciją apie bendruomenės gyvenseną, tradicijas, materialiąją kultūrą. Tyrinėjimų metu buvo rasta įvairių ginklų, darbo įrankių, bronzinių, sidabrinių, stiklo bei emalio papuošalų, sagčių. Taip pat įvairios žirgų įkapės – balnakilpės, apkalai. Kapinyne rasti radiniai saugomi Vytauto Didžiojo karo muziejuje. Į Lietuvos Kultūros vertybių registrą kapinynas įtrauktas 2012 metais (Bertašius, 2019).

Polinės Luokesų ežero gyvenvietės - unikalios, retos ir reikšmingos archeologinės vertybės Molėtų krašte, laikomos išskirtiniu Europos archeologiniu paminklu. Iki šių dienų išliko vertikalūs poliai ir horizontalios medinių konstrukcijų dalys. Daugiau nei 10 metų trukę archeologiniai tyrinėjimai, atskleidė tuomet gyvenusių žmonių papročius, o rasti radiniai saugomi Lietuvos nacionaliniame muziejuje.

Lietuva gali didžiuotis turimais archeologinio paveldo ištekliais. Netruksta įdomių objektų, mininčių savo istoriją. Visa tai pagerina Lietuvos įvaizdį ir padeda pritraukti daugiau turistų

IŠVADOS

1. Atlikus mokslinės literatūros analizę, galima teigti, jog archeologinio paveldo objektai gali būti kilnojamieji ir nekilnojamieji. Archeologinio paveldo turizmas apima apsilankymus muziejuose, istorinės reikšmės vietose ir netgi tradicinių šokių, festivalių renginiuose. Turistai

kasmet lankosi archeologinėse vietose, o archeologinis turizmas yra pelningas verslas ir svarbus ekonominis rodiklis.

2. Visame pasaulyje gausu archeologinio paveldo išteklių, tarp jų tokios žymios vietovės kaip Maču Pikču, Petros miestas Jordanijoje, Tikal nacionalinis parkas Gvatemaloje. Lietuvoje taip pat žymių archeologinių vietovių, kurios garsina mūsų šalį, tai Kernavės kultūrinis rezervatas, Sudargo pilakalniai, Trakų piliavietė, Kauno rotušės rūšiai, polinės Luokesų ežero gyvenvietės. Kiekvienas objektas yra autentiškas ir išsiskiriantis, galintis sudominti įvairaus amžiaus žmones ir pritraukti turistus iš įvairių pasaulio kampelių.

LITERATŪRA

1. Archeology. A publication of the Archaeological Institute of America (2008). Prieiga per internetą: <https://archive.archaeology.org/online/features/guidelines/>.
2. Bertašius, M. (2019). Visuotinė lietuvių enciklopedija. Marvelės kapinynas. Prieiga per internetą: <https://www.vle.lt/Straipsnis/Marvelės-kapinynas-12587>.
3. Hirst, K. (2019). Defining Archaeology: 40 Different Ways to Describe Archaeology. Prieiga per internetą: <https://www.thoughtco.com/different-ways-to-describe-archaeology-169847>.
4. Kazakevičius, V. (2020). Archeologiniai radiniai. Prieiga per internetą: <https://www.vle.lt/Straipsnis/archeologiniai-radiniai-75360>.
5. Milstein, M. (2020). Lost city Petra. National Geographic. Prieiga per internetą: <https://www.nationalgeographic.com/history/archaeology/lost-city-petra/>.
6. Mink, J. (2009). Top 5 Endangered Heritage Sites – Tourism. Prieiga per internetą: <https://www.cyark.org/about/top-5-endangered-heritage-sites-tourism>.
7. Nekilnojamojo archeologijos paveldo apsaugos programos koncepcija. 2008 m. lapkričio 18 d., nr. S-13(141).
8. Povilanskas, R., Vaitekūnas, S. (2011). Turizmo ir kelionių geografija. Vilnius: Mokslo ir enciklopedijų leidybos centras.
9. Robinson, M., Picard, D. (2006). Tourism, culture and sustainable development. Prieiga per internetą: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000147578>.
10. Sudargo piliakalniai (2020). Prieiga per internetą: sudargas.lt/.
11. Trakų istorinis nacionalinis parkas (2020). Senujų Trakų piliavietė. Prieiga per internetą: <http://www.seniejitrakai.lt/place-lt-8/text>.
12. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. Culture (2020). Prieiga per internetą: <https://whc.unesco.org/en/list/64/>.
13. Valstybinis Kernavės Kultūrinis Rezervatas (2020). Ekspozicija. Prieiga per internetą: <https://www.kernave.org/lt/archeologine-vietove/muziejus/ekspozicija>.
14. Walker, C. (2005). Archaeological Tourism: Looking for Answers along Mexico's Maya Riviera. Doi: 10.1525/napa.2005.23.1.60.
15. Walker, C. J., & Carr, N. (2013). Tourism and Archaeology: Sustainable Meeting Grounds. Routledge. Prieiga per duomenų bazę EBSCOhost.
16. 1992 metų pataisyta Europos archeologijos paveldo apsaugos konvencija. 1992 m. sausio 16 d. Valstybės žinios, 1999, nr. 100-2895.

ATTRACTIVENESS OF ARCHAEOLOGICAL HERITAGE FOR TOURISM PROMOTION

JUSTĖ MARTIŠAUSKAITĖ

Vytautas Magnus University

Consultant doc. dr. R. Navickienė

ANNOTATION

The article analyzes the archaeological heritage as an increasingly popular type of tourism. Archaeological and historical sites are among the major tourist attractions around the world. Every year, travelers are increasingly interested in historical sites, museums, traditional crafts.

Keywords: archeology, archeological heritage, tourism, archeological heritage tourism.

„TIMESHARE“ – ALTERNATYVUS ATOSTOGŲ APSISTOJIMO PASIŪLYMAS TURISTAMS

SANDRA MIKALONYTĖ

Kolpingo kolegija

Dėstytoja dr. Regina Navickienė

ANOTACIJA

Užsienio literatūroje angl. „timeshare“ sąvoka yra paplitusi kaip pakaitinio naudojimosi bendra nuosavybe teisė. Šiame straipsnyje apibrėžiama kas yra „timeshare“, kokie „timeshare“ išskiriami produkto privalumai bei trūkumai. Pateikiami du išnagrinėti „timeshare“ verslo modeliai apie kainos nustatymo sudėtinės dalis bei įsigyjimo etapus. Šio straipsnio tikslas - atliekant tyrimą įvertinti „timeshare“, kaip alternatyvų atostogų nakvynės pasirinkimo būdą. Tyrimo metu buvo nustatyta, kad daugelis nėra girdėję apie „timeshare“, todėl norėtų sužinoti daugiau apie tai iš specialistų ir išsinuomoti už patrauklią kainą. Palyginus su hosteliais, moteliais, viešbučiais, kempingais, stovyklavietėmis ir kt. apklausus respondentus apklausoje, „timeshare“ buvo įvertinta kaip puikus alternatyvus apgyvendinimo būdas.

Raktiniai žodžiai: „Timeshare“, alternatyvus apgyvendinimo būdas, verslo modelis, atostogos, turizmas..

IVADAS

Temos aktualumas. Turizmo sąvoka apibrėžiama kaip sparčiausiai besivystanti verslo šaka, kurios populiarumas nuolatos auga. Turizmas yra tiesiogiai susietas su apgyvendinimo sektoriumi, todėl šiandieną turime labai didelį pasirinkimą, pradedant nuo hostelių, motelių, kempingų, stovyklaviečių ir net gi privačių butų, kuriuos galima užsisakyti tiesiogiai per įvairias svetaines tokias kaip „Booking“, „AirBnb“, „Capital“. Tačiau atsiranda vis naujų svetainių, kurios tenkina turistų poreikius. Viena iš naujausių apgyvendinimo formų kelionių metu yra pakaitinis naudojimas bendra nuosavybe (angl. „timeshare“ – laiko pasidalinimas). Šis apsistojimo būdas Lietuvoje nėra praktikuojamas, bet Ispanijoje, Anglijoje yra itin populiarius. Timeshare koncepcija yra nagrinėję Goldstein, (2016); Grecevičius (2002); Hyde (2008); Jarmantavičiūtė, (2010); Laesser (2008); Landman, (2020); A. Powanga (2008); L. Powanga (2008); Svetikienė, (2002).

Problemos apibūdinimas. Viena didžiausių problemų yra ta, jog Lietuvoje nėra analizuojamas šis apgyvendinimo būdas ir taip yra susiaurinamos nakvynės pasirinkimo būdo galimybės atostogų metu, ko pasekoje galima daryti prielaidą, kad daugelis turistų net nėra girdėję apie „timeshare“.

Temos tikslas: Įvertinti „timeshare“, kaip alternatyvų atostogų nakvynės pasirinkimo būdą.

Uždaviniai:

1. Išnagrinėti „timeshare“ verslo modelį.
2. Išanalizuoti „timeshare“ oficialioje internetinėje svetainėje pateikiamą informaciją.
3. Išsiaiškinti kaip Lietuvoje vertinamas „timeshare“ kaip apsistojimo atostogų metu forma.

Tyrimo objektas – „Timeshare“ kaip alternatyvus apgyvendinimo būdas.

Tyrimo metodai – Mokslinės literatūros ir kitų šaltinių analizė, sisteminimas; kiekybinis tyrimas – anketinė apklausa.

„TIMESHARE“ VERSLO MODELIS

Analizuojant „timeshare“, kaip alternatyvų apgyvendinimo būdą pastebima, kad Lietuvoje nėra analizuojamas šis apgyvendinimo būdas. Sąvoka yra gana plati, bet daugelio autorių nuomonės sutampa. Jarmantavičiūtė (2010); Grecevičius (2002); Hyde (2008); Laesser (2008); L. Powanga (2008); A. Powanga (2008) manymu, angl. „timeshare“ tai bendros nuosavybės teisė arba ilgalaikis

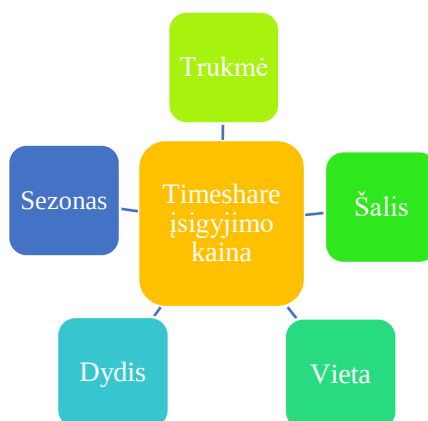
atostogų produktas. „*Timeshare*“ dar kitaip žinomas kaip turtas, turintis padalytą nuosavybės ar naudojimo teisių formą (Landman, 2020). Kaip teigia „*timeshare*“ vartotojų asociacija (angl. TCA), šiuo metu vartojami tokie „*timeshare*“ produktą atspindintys žodžiai: *atostogų klubas* (angl. holiday club), *dalinė atostogų nuosavybė* (angl. fractional holiday ownership), *atostogų nuosavybė* (angl. vacation ownership). Šios nuosavybės paprastai yra kurortiniai daugiabučiai namai, kuriuose kelios šalys turi teises naudotis nekilnojamuoju turtu, o kiekvienam to paties būsto savininkui yra paskirtas jų laikotarpis. Vadovaujantis Grecevičius ir kt. (2002, p. 113) manoma, kad *apgyvendinimas* yra labai svarbus ir neatsiejamas nuo vieno iš didžiausio ir plačiai pasklidusio ekonomikos sektoriaus – turizmo. Svetikienė, (2002) teigia, jog pasaulio šalys džiaugiasi turizmo teikiama nauda, stengiasi išnaudoti visas turizmo paslaugų rūšis. Analizuojant turizmo paslaugų rūšis matoma, kad smulkaus ir vidutinio verslo įmonės teikia kelionių organizavimo paslaugas tokias kaip: turizmo informacijos paslaugas, apgyvendinimo paslaugas, transporto, maitinimo ir pramogų organizavimo paslaugas. Visos šios veiklos sukuria bendrą turizmo produkciją. Šeimų, įsitraukusių į šią industriją, skaičius yra labai didelis. (Grecevičius ir kt., 2002, p. 44).

Stebėtina kaip „*timeshare*“ industrija turinti palyginti neilgą, bet labai produktyvią istoriją, per pastaruosius dešimt metų, tapo precedento neturinti, ir intensyviai auganti industrija, kuri pasiruošusi dar plačiau pasklisti visame pasaulyje. L. Powanga ir A. Powanga, (2008) teigia, kad svarbu išsiaiškinti ir suprasti, kaip ši sistema atsirado, kas turėjo įtakos tokiam sparčiam vystimuisi bei milijardus dolerių skaičiuojančiai sistemai, kuriai dėkingi ne tik turizmo sektoriaus atstovai, bet ir daugelis valstybių tarnautojų, suvokiančių teikiamą naudą šalių ekonomikoms.

Dalyvių pakaitinio naudojimosi atostogų planai JAV egzistuoja nuo 1969 m. - pirmą kartą jie buvo atidaryti Kajaus mieste, Havajuose. 2015 m. jų metiniai pardavimai sudarė 8,6 mlrd. USD, ty 9% daugiau nei prieš metus, remiantis Amerikos kurortų plėtros asociacija arba „ARDA“, kuri rodo daug pakaitinio naudojimosi bendra nuosavybe pokyčius (Goldstein, 2016).

Pakaitinis naudojimas gali garantuoti atostogų laiką, nes jiems dažnai nustatomos metinės naudojimo teisės datos. Hyde ir Laesser (2008) teigia, kad pakaitinio naudojimosi bendra nuosavybe kurortai paprastai siūlo didesnę apgyvendinimą (dažnai du ar daugiau miegamųjų) ir daugiau kambario patogumų, tokių kaip virtuvės ir skalbimo mašinos, nei viešbučio kambarys. Pakaitinio naudojimosi savininkų savininkai taip pat gali „iškeisti“ savo akcijas į apgyvendinimą kituose pasaulio kurortuose.

Pakaitinio naudojimosi bendra nuosavybe kainą lemia daugybė veiksnių, tačiau vienas iš pagrindinių veiksnių yra tai, ar pakaitinio naudojimosi bendra nuosavybė nuoma perkama iš kurorto tiesiogiai, ar perpardavimo rinkoje, tokioje kaip „BuyaTimeshare.com“. Pakartotinio naudojimosi turtas, perkamas perpardavimo rinkoje, beveik visada yra mažiausiai 50% pigesnis nei tas pats pakaitinis naudojimosi būstas, įsigytas tiesiogiai per kurortą. Tai yra reikšmingas skirtumas, nes vidutinė pakaitinio naudojimosi bendra nuosavybe kaina, įsigyta per kurortą, 2015 m. buvo 20 040 USD, teigia viena didžiausių ir labiausiai gerbiamų pakaitinio naudojimosi bendra nuosavybe pramonės asociacijų ARDA. Tačiau kainos svyruoja ne tik nuo pagrindinio veiksnio – perpardavimo, bet ir nuo įvairių faktorių žr. 1 pav.



1 pav. Pakaitinio naudojimosi nuosavybe angl. „*timeshare*“ kainos nustatymo sudėtinės dalys
(sudaryta remiantis Grabianowski, 2009; Max, 2002; A.Powanga, 2008; L. Powanga, 2008; B. Ross, 2020)

Iš 1 paveikslą matome, jog pakaitinio naudojimosi bendros nuosavybės kainos gali labai skirtis. Grabianowski, (2009); Max, (2002); A.Powanga, (2008); L. Powanga, (2008); Ross, (2020) manymu, „*timeshare*“ pardavimo kaina priklauso nuo akcijų dydžio, šalies, vietos, trukmės ir sezono laiko, jau nekalbant apie visus kintamuosius, turinčius įtakos bet kokiai kitai nekilnojamojo turto vertei, pavyzdžiui, turto būklei ir pakaitinio naudojimosi bendros nuosavybės rinkai tuo metu. Grabianowski (2009) teigia, kad naujas (arba mažmeninės prekybos) pakaitinis naudojimas paprastai parduodamas už 10 000 USD, nors tai gali skirtis tūkstančiais dolerių bet kuria kryptimi, taip pat naudoto pakaitinio naudojimosi bendra nuosavybe įsigijimas gali būti žymiai pigesnis - kainos siekia vos 1500 USD. Taip pat Grabianowski, (2009) teigia, jog pradinė pirkimo kaina nėra vienintelė į kurią reikia atsižvelgti. Vadovaujantis Max (2002) teigimu sako, kad visų pakaitinio naudojimosi kurortų akcininkai savininkams imami metiniai mokesčiai už priežiūrą, komunalines paslaugas ir mokesčius. Metiniai mokesčiai svyruoja nuo 300 iki 400 USD, nors pakilus didesnėms akcijoms arba sezono metu gali būti brangesni metiniai mokesčiai, dažnai kasmet viršijantys 1000 USD. Šie mokesčiai mokami nepriklausomai nuo to, ar akcijų savininkas naudojasi turtu, ar ne.

Powanga ir Powanga (2008) teigia, kad pakaitinio naudojimosi nekilnojamu turtu sutartys sudaromos ilgesniam kaip vienerių metų terminui ir pagal ją pirkėjas už atlygį gali įgyti teisę naudotis nakvynei skirtomis gyvenamosiomis patalpomis tam tikru laiku daugiau negu vieną apsilankymą. Ross (2020) teigia, kad viešbutyje ar atostogų kurorte, kuriame apsistojate, kuo aukštesnis žvaigždžių įvertinimas, tuo geresnė kambarių kokybė, patogumai ir paslaugos, kurias gaunate ten apsistodami.

Vadovaujantis Grabianowski (2009), kurortų kaina taip pat priklauso nuo paskirties vietos, atsižvelgiant į šalies valiutos stiprumą, kelionės tikslo pageidautinumą ir pan. Bet kurios pakaitinio naudojimosi savaitės kaina, atsižvelgiant į tos savaitės populiarumą, bus kitokia. Taip pat apgyvendinimo kaina priklauso nuo trukmės. Tradiciškai mažiausias vienetas, kurį reikia įsigyti, yra viena savaitė. Maksimalumas nėra ribojamas, galite nusipirkti nors ir visus metus.

Max (2002) teigia, kad sezono metu, paprastai mokyklinių atostogų metu ir kai oras kurorto vietoje yra pats geriausias, nurodoma didesnė kaina, tuo tarpu vidutinės trukmės laikas arba šaltesniais mėnesiais yra mažiau pageidautinas ir todėl kainuos mažiau. Tačiau daugelis žmonių mano, kad kaina, kurią moka už pakaitinį naudojimąsi nuosavybe, yra gana pagrįsta, atsižvelgiant į iš to gaunamą naudą. Stabilumas ir premijos gali būti labai patrauklios kai kuriems poilsiautojams.

Zakhu (2019) teigia, jog kasmet planuoti naujas atostogas gali kelti įtampą. Be to, kainų etiketė perkant antrus namus tik atostogoms atrodo nereikalinga, jei atsižvelgsite į laiko ir naudojimo santykį. Kita vertus, pakaitinis naudojimas kiekvienais metais gali suteikti jums ir jūsų šeimai skirtą naudojimo laiką, gražius namus ir puikią vietą (Daniel Bortz, 2019).

Vadovaujantis Ludwig, (2020), pirkėjas norėdamas sutaupyti pinigų ilgalaikėje perspektyvoje, turi įsitikinti, kad iš tikrųjų naudosis pakaitinio naudojimosi bendra nuosavybės teise. Zakhu (2019); Bortz, (2019); Ludwig, (2020); Goldstein (2016) remiantis teigimu, didžiausia klaida, kurią daro pirkėjai norėdami įsigyti „timeshare“ yra pirkimas nepagalvojus visų detalių bei, kad dauguma pakaitinio naudojimosi bendra nuosavybe brokerių yra teisėti, tačiau kartais jie gali spausti potencialius pirkėjus priimti skubotą sprendimą neapgalvojus pasiūlymo. Prieš įsigyjančiam „timeshare“ labai svarbu protingai apgalvoti ir įsigilinti į visas pateiktas pardavėjo sąlygas žr. 2 pav.



2 pav. „Timeshare“ įsigijimo etapai
(sudaryta remiantis Zakhu, 2019; Bortz, 2019; Ludwig, 2020; Goldstein, 2016)

Kaip matote iš 2 paveikslo, Zakhu (2019); Bortz, (2019), Ludwig, (2020), Goldstein (2016) teigia, jog reikia žinoti 6 dalykus prieš perkant „timeshare“.

Zakhu, (2019) teigia, kad reikia įsigilinti į „timeshare“ dalinį apmokėjimą – t.y. nemokėti pilnos kainos, kaip ir daugumoje nekilnojamojo turto sandorių (net ir viešnagių viešbutyje), paprastai galima susitarti dėl kainos. ARDA teigimu pakaitinio naudojimosi bendra nuosavybe pradinės kainos paprastai siekia beveik 16 000 USD.

Goldstein, (2016) nori atkreipti dėmesį į tai, kad per 20 metų keturių asmenų šeima galėtų sutaupyti daugiau nei 25 000 USD už apgyvendinimą, naudodamasi pakaitinio naudojimosi teise, palyginti su tuo, ką jie mokėtų už viešnagę viešbutyje. Dažnai kai kurių „timeshare“ bendrovių požiūris į „sunkiai parduodamą“ būdą yra tas, kad jos turi tiek konkurencijos, tiek pardavimo ir rinkodaros išlaidos yra tokios didelės, kartais siekia net iki 55%, sako Gary Prado, „RedWeek.com“ rinkodaros ir verslo plėtros direktorius.

Vadovaujantis Zakhu, (2019) reikėtų paminėti, tai, jog reikia įsigilinti į sutartį - žinoti ką iš tikrųjų perka pirkėjas. „Timeshare Users Group“ ir „RedWeek.com“ bendrovės žino, kad greičiausiai galima rasti pigesnių variantų iš esamų pirkėjų, kur viskas, ką moka, yra nedidelis įtraukimo į sąrašą mokestis, jos paprastai siūlo privilegijas. Tačiau tos privilegijos paprastai neatperka pinigų, kuriuos sutaupytumėte pirkdami iš esamo savininko. Ludwig (2020) teigimu, dauguma kitų šalių už JAV ribų (pvz., Meksikoje) yra tiesiog vadinamos „timeshare licencijomis“ arba „narystėmis“, kurios paprastai suteikia teisę naudotis tik tol, kol leidžia sutartis ir gali turėti kitų apribojimų. Be to, jei pasirašo sutartį dėl „timeshare“ kitoje šalyje, JAV įstatymai neapsaugos.

Zakhu (2019) ir Goldstein (2016) teigia, jog reikia žinoti nekilnojamo turto atsisakymo nustatymus, t.y. žinoti savo valstybės teisę atsisakyti sudarius „*timeshare*“ sutartį. Vadovaujantis ARDA dėl daugelio dokumentais patvirtintų nusiskundimų „*timeshare*“ pardavimo ir perpardavimo atvejų dauguma valstybių įvedė vartotojams gana dosnias atsisakymo sąlygas, žinomas kaip „atsisakymo teisė“. Paprastai vartotojai gali turėti iki savaitės atsisakyti „*timeshare*“ pardavimo sutarties dėl bet kokios priežasties. Pavyzdžiui, Floridoje, kur naudojamas „*timeshare*“ beveik 25% JAV gyventojų, turi galimybę atsisakyti per 10 dienų įsigyto nekilnojamo turto, o pinigai turi būti gražinti pirkėjui per 20 dienų nuo gauto pranešimo apie atšaukimą (Goldstein, 2016).

Pirkdami „*timeshare*“ žmonės dažnai neįsigilina į panaudojimo galimybes. Daniel Bortz, (2019) teigia, kad reikia žinoti, kaip nuomoti įsigytą atostogų nuosavybę arba iškeisti ją į kitame kurorte, kai negalite jos naudoti.

Zakhu (2019); Bortz, (2019); Ludwig, (2020); Goldstein (2016) teigia, jog reikia saugotis aferų – pasitikrinti pardavėjo patikimumą ir sužinoti ar turi licenziją, nes Federalinė prekybos komisija kartu su tokiomis valstijomis, kaip Florida, pastaraisiais metais kovojo su „*timeshare*“ perpardavimais bei FTC siūlo nepakliūti sukčiams, kai norite parduoti savo nekilnojamą turtą.

Investavimas į „*timeshare*“ nėra investicija į nekilnojamąjį turtą. ARDA prezidentas Nusbaumas perspėja, kad „*timeshare*“ nekilnojamas turtas skirtas ne tiems, kurie nori užsidirbti pinigų nekilnojamam turtui, o skirtas tiems, kurie planuoja būsimas atostogas. Be to, jis sako, kad norėdami gauti kuo daugiau naudos iš „*timeshare*“ - turite ja naudotis. Vienintelė investicija, kurią „*timeshare*“ savininkai gauna yra geri atostogų prisiminimai (Ludwig, 2020).

„TIMESHARE“ OFICIALIOJE SVETAINĖJE PATEIKIAMOS INFORMACIJOS APŽVALGA

Siekiant išanalizuoti „*timeshare*“ oficialioje svetainėje pateikiama informacija, matome, kad ši svetainė priklauso „Wyndham Destinations“ ir ją prižiūri kaip informacinį šaltinį esamiems ir būsimiems pakaitinio naudojimosi bendros nuosavybės savininkams ir kaip švietimo šaltinį visiems, norintiems sužinoti daugiau apie pakaitinio naudojimosi bendra nuosavybę.

„*Timeshare*“ svetainėje pateikta bendra informacija nėra būdinga vienai pakaitinio naudojimosi bendrovei. Kiekviena pakaitinio naudojimosi bendra nuosavybe plėtros įmonė turi skirtingus produktus, programas, funkcijas ir reikalavimus bei skirtingą kainodaros struktūrą.

Amerikos kurortų plėtros asociacija (ARDA) yra prekybos asociacija, atstovaujanti daugeliui pirmaujančių pakaitinio naudojimosi bendrovių JAV. Jame pateikiama papildoma informacija ir išvalgos dėl pakaitinio naudojimosi nuosavybės teise ir operacijų. Beveik kiekviena pakaitinio naudojimosi bendra įmonė yra susijusi su mainų programa, leidžiančia savininkams pasikeisti laiką į kitą panašų kurortą, esantį jų įmonės kurortų portfelyje. Šiandien pakaitinio naudojimosi bendra nuosavybe savininkai gali naudotis daugiau nei 5 500 kurortų daugiau nei 100 šalių, todėl pakaitinio naudojimosi bendra nuosavybė yra puikus būdas tyrinėti naujas vietas. Viena iš unikalių pakaitinio naudojimosi bendra nuosavybe savybių yra erdvės numeriai. Daugumoje šiuolaikinių liukso numerių yra virtuvė, valgomasis, svetainė, balkonas ir atskiri miegamieji. Daugelis netgi turi skalbimo mašinas ir džiovykles. Dažnai atsiranda problema ir nežinomybė šeimai - kuriai gali prireikti daugiau nei vieno kambario, o gyvenant viešbutyje ar kitoje apgyvendinimo įstaigoje turėsite suplanuoti, kur valgysite savo valgį - pridėdami papildomo streso ar/ir išlaidų. Pakaitinio naudojimosi bendra nuosavybe šeimos vertina, kad vietos turi visi, todėl atostogos yra malonesnės, paprastesnės bei nesukelėnčios nepatogumų, nes esate savo antruose namuose.

„TIMESHARE“ KAIP APSISTOJIMO ATOSTOGŲ METU FORMOS VERTINIMAS

Apklausų tikslas – išsiasiskinti, kiek žmonių žino ir/ar yra susidūrę su „*timeshare*“ alternatyvaus apgyvendinimo būdu.

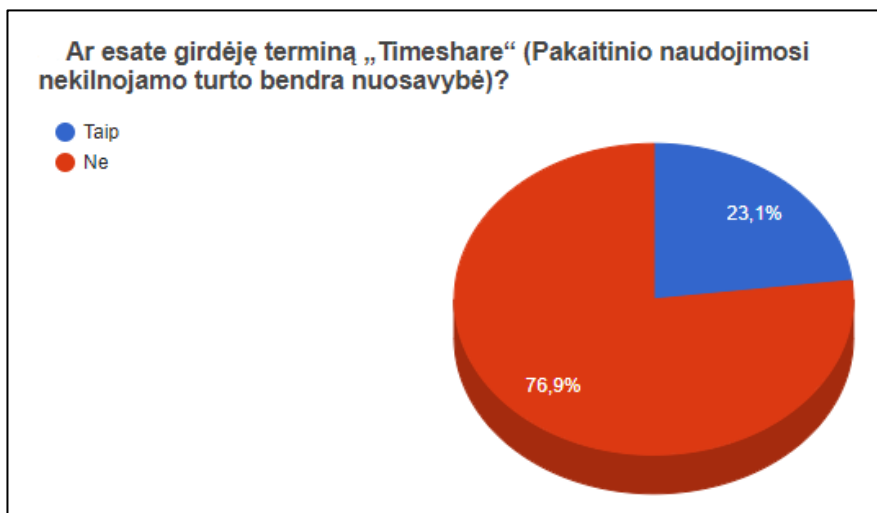
Atliktas kiekybinis tyrimas, kurio metu buvo analizuojamas „*timeshare*“ kaip atostogų apsistojimo galimybė. Anketose respondentams buvo pateikta 18 klausimų, kuriais siekiama

išsiaiškinti respondentų nuomonę apie „*timeshare*“ kaip alternatyvą atostogų apsistojimo būdą. Buvo išskirtos dvi respondentų grupės – viena, kuri nėra girdėjus ar susidūrus su „*timeshare*“ ir kita grupė – žinanti ar turinti „*timeshare*“ kaip nuosavybę. Iš viso tyrime dalyvavo 68 respondentai. Tyrimas parodė, kad anketas užpildė 61,5 proc moterų ir 38,5 proc. vyrų. Didelę dalį respondentų sudarė iki 25 metų amžiaus grupės respondentų - 80,8 proc., 26-40 metų grupė – 15,4 proc., o nuo 56 metų ir daugiau atsakė tik 3,8 proc. Taip pat buvo sužinota kiek kartų per metus respondentai atostogauja užsienyje: 42,3 proc. atostogauja kartą per metus, 34,6 proc. iš viso neatostogauja, 11,5 proc. atostogauja du kartus per metus, o 11,5 proc. atostogauja 3 ir daugiau kartų per metus.

Respondentams, kurie nežino apie „*timeshare*“ buvo užduoti klausimai – „Ar rinktumėtės galimybę apie šią paslaugą iš specialistų sužinoti daugiau?“ 61,5 proc. atsakė, kad norėtų, 15,4 proc. atsakė, kad nenorėtų, o likusioji dalis (23,1 proc.) atsakė, jog nežino. 69,2 proc. respondentų teigia, jog dalintųsi informacija apie „*timeshare*“ galimybes su savo draugais, pažįstamais; 23,1 proc. atsakė, jog nežino, o 7,7 proc. atsakė, kad nesidalintų.

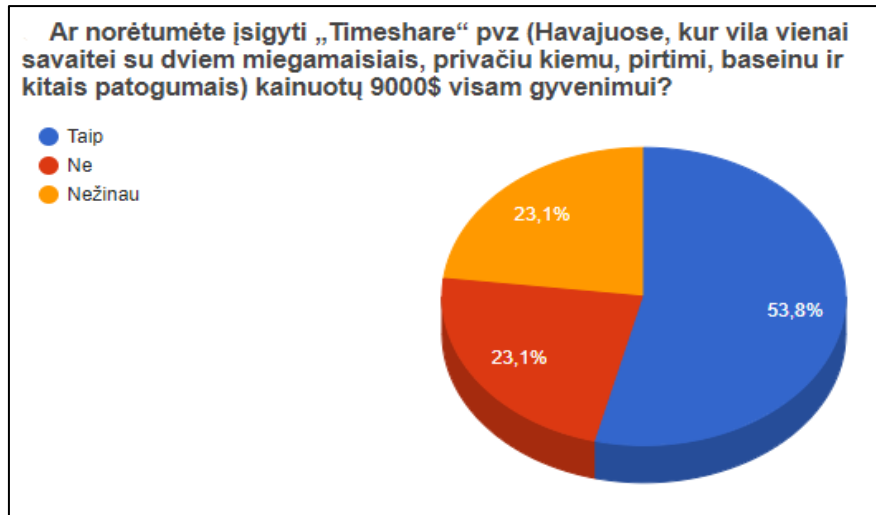
Antrosios grupės respondentai: 50 proc. apklaustųjų apie „*timeshare*“ kaip apgyvendinimo būdą sužinojo iš draugų, pažįstamų, o likusioji dalis 50 proc. rado informaciją apie „*timeshare*“ internete. Taip pat 50 proc. turi įsigyję „*timeshare*“, tačiau likę 50 proc. nėra įsigyję pakaitinio naudojimosi bendros nuosavybės. Respondentams buvo užduotas klausimas „Jeigu turite „Timeshare“ kaip nuosavybę ar leidžiate draugams, pažįstamiems naudotis be užmokesčio?“, 37,5 proc. neatsakė į klausimą, 37,5 proc. atsakė, jog leidžia draugams, pažįstamiems naudotis „*timeshare*“ be užmokesčio, o 25 proc. atsakė, kad neleidžia. Pakaitinio naudojimosi bendros nuosavybės vartotojai atostogas apsistojus „*timeshare*“ vertina puikiai (62,5 proc.), 25 proc. vertina gerai, o vidutiniškai ir blogai vertinusių nėra atsakiusių. Respondentų atsakymai į klausimą „Ar keičiatės „Timeshare“?“ buvo skirtingi: 37,5 proc. neatsakė į klausimą, 25 proc. keičiasi, taip pat 25 proc. nesikeičia, o 12,5 proc atsakė, jog kartais.

Pagrindinių klausimų vertinimai pateikiami iliustruojant grafiškai.



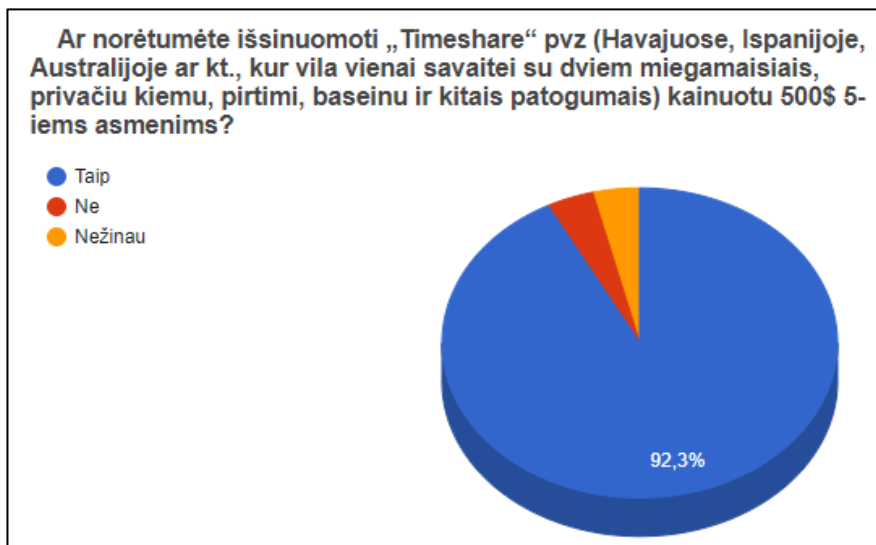
3 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal klausimą „Ar esate girdėję terminą „*timeshare*“ (Pakaitinio naudojimosi nekilnojamo turto bendra nuosavybė)?“, proc.

Daugiau negu pusė respondentų nėra girdėję termino „*timeshare*“ (pakaitinio naudojimosi nekilnojamo turto bendra nuosavybė). Tačiau 23,1 proc. yra girdėję apie šį terminą. (žr. 3 pav.)



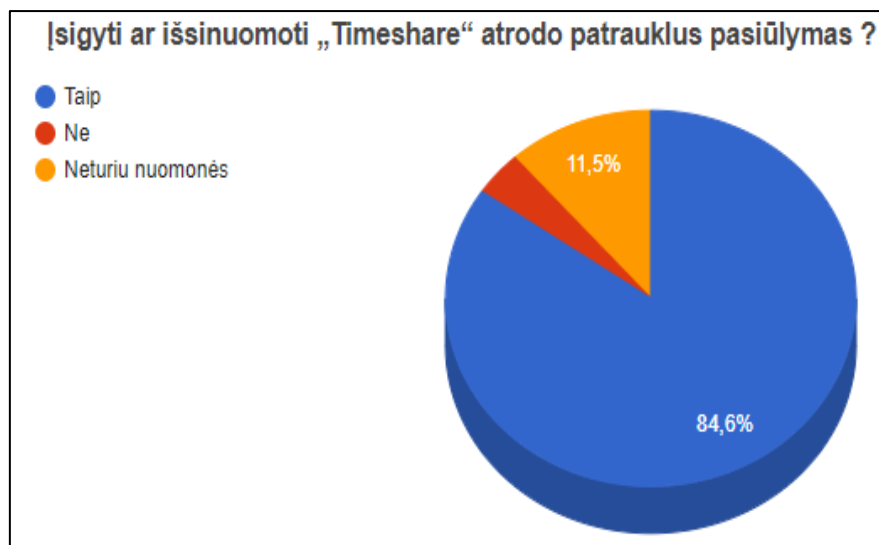
4 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal klausimą „Ar norėtumėte įsigyti „timeshare“ pvz (Havajuose, kur vila vienai savaitei su dviem miegamaisiais, privačiu kiemu, pirtimi, baseinu ir kitais patogumais) kainuotų 9000\$ visam gyvenimui?“, proc.

Nemaža dalis respondentų atsakė, kad norėtų įsigyti Havajuose vilą vienai savaitei su dviem miegamaisiais, privačiu kiemu, pirtimi, baseinu ir kitais patogumais už 9000 dol. visam gyvenimui. 23,1 proc. atsakė, jog nežino bei dar 23,1 proc. atsakė, jog nenorėtų. (žr. 4 pav.)



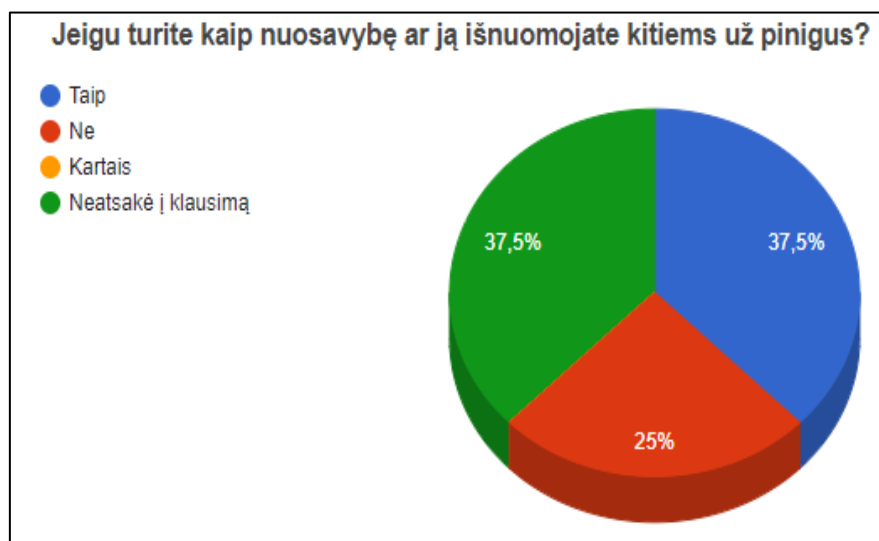
5 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal klausimą „Ar norėtumėte išsinuomoti „timeshare“ pvz (Havajuose, Ispanijoje, Australijoje ar kt., kur vila vienai savaitei su dviem miegamaisiais, privačiu kiemu, pirtimi, baseinu ir kitais patogumais) kainuotu 500\$ 5-iems asmenims?“, proc.

Beveik visi apklausoje dalyvavę respondentai (92,3 proc.) atsakė, jog norėtų išsinuomoti „timeshare“ Havajuose, Ispanijoje, Australijoje ar kt., kur vila vienai savaitei su dviem miegamaisiais, privačiu kiemu, pirtimi, baseinu ir kitais patogumais, kainuotų 500 dol. 5-iems asmenims, 3,8 proc. atsakė, jog nenorėtų išsinuomoti ir 3,8 proc. atsakė, kad nežino ar norėtų. (žr. 5 pav.)



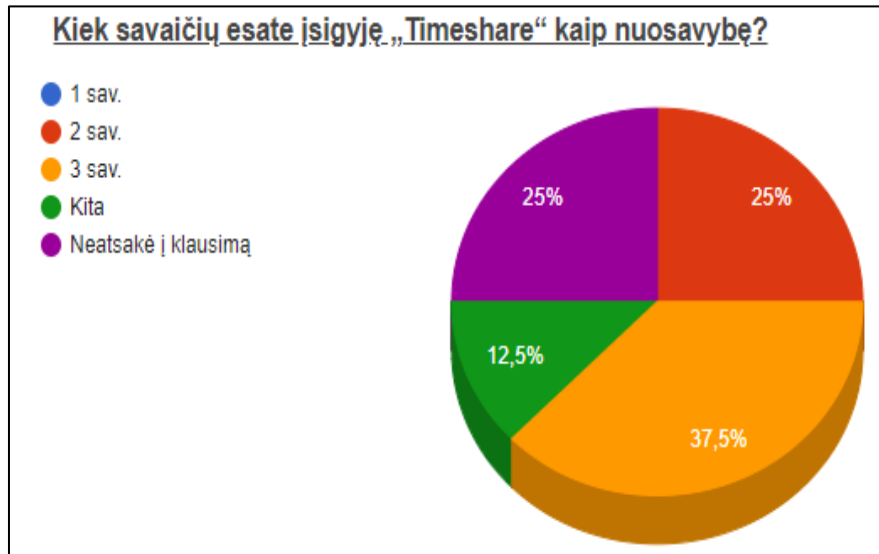
6 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal klausimą „Įsigyti ar išsinuomoti „timeshare“ atrodo patrauklus pasiūlymas?“, proc.

6 pav. matome, kad 84,6 proc. respondentų mano, jog „timeshare“ įsigijimas ar išsinuomavimas atrodo patrauklus pasiūlymas. 11,5 proc. neturi nuomonės apie tai bei 3,8 proc. mano, kad „timeshare“ įsigijimas ar išsinuomavimas neatrodo kaip patrauklus pasiūlymas.



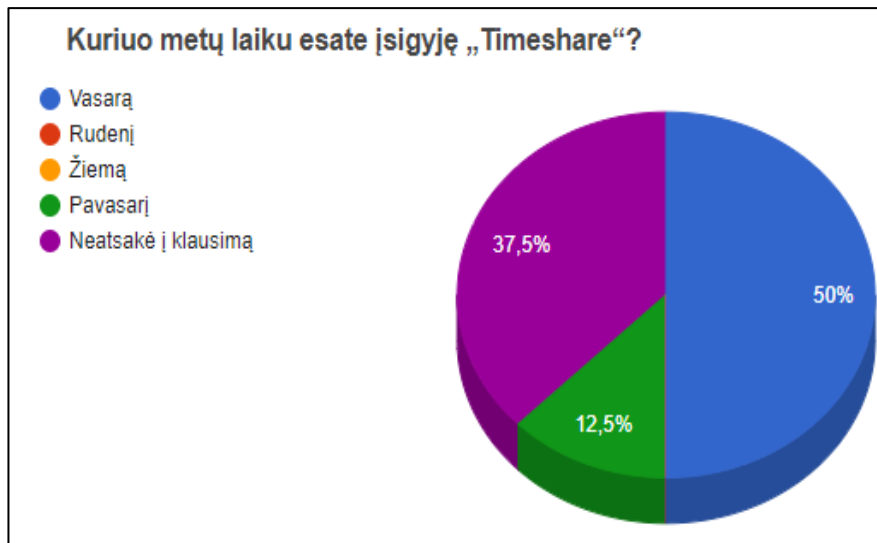
7 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal klausimą „Jeigu turite kaip nuosavybę ar ją išnuomojate kitiems už pinigus?“, proc.

Turintys „timeshare“ kaip nuosavybę, ją išnuomoja kitiems už pinigus 37,5 proc. Neišnuomoja 25 proc., o likusioji dalis (37,5 proc.) neatsakė į klausimą. (žr. 7 pav.)



8 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal klausimą „Kiek savaitių esate įsigiję „timeshare“ kaip nuosavybę?“, proc.

37,5 proc. respondentų yra įsigiję „timeshare“ kaip nuosavybę 3 savaitėms, 25 proc. - 2 savaitėms, 25 proc. neatsakė į klausimą, o 12,5 proc. yra įsigiję daugiau nei 3 savaitės. (žr. 8 pav.)



9 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal klausimą „Kuriuo metų laiku esate įsigiję „timeshare“?“, proc.

Respondentų atsakymai rodo, jog „timeshare“ įsigijimas metų laiku yra skirtingas. Grafiškai iliustruotoje diagramoje rodo, kad 50 proc. atsakiusių yra įsigiję pakaitinio naudojimosi nuosavybę vasarą, 12,5 proc. – pavasarį, o 37,5 proc. neatsakė į klausimą. Rudenį ir žiemą atsakiusieji nėra įsigiję „timeshare“ (žr. 9 pav.).

IŠVADOS

1. Mokslinės literatūros analizė parodė, kad „timeshare“ apibrėžiama kaip pakaitinio naudojimosi bendros nuosavybės teisė arba atostogų nuosavybė. Verslo modelio „timeshare“

kainos nustatymo sudėtinės dalys priklauso nuo akcijų dydžio, šalies, vietos, trukmės ir sezono laiko. Taip pat sudarytas verslo modelis „*timeshare* įsigijimo etapai“, kuris nurodo svarbiausius dalykus, kuriuos reikia žinoti prieš įsigyjant nekilnojamą turtą: Dalinis apmokėjimas; Įsigilinimas į sutartį; Nekilnojamo turto atsisakymo nustatymai; Timeshare panaudojimo galimybės; Pasitikrinti pardavėjo patikimumą; Investavimas į Timeshare.

2. Išanalizavus „*timeshare*“ oficialioje internetinėje svetainėje pateiktą informaciją, sužinojome, kad ši svetainė priklauso „Wyndham Destinations“ ir ją prižiūri kaip informacinį šaltinį esamiems ir būsimiems pakaitinio naudojimosi bendros nuosavybės savininkams ir kaip švietimo šaltinį visiems, norintiems sužinoti daugiau apie pakaitinio naudojimosi bendra nuosavybe. Bei sužinojome, kad Amerikos kurortų plėtros asociacija (ARDA) yra prekybos asociacija, atstovaujanti daugeliui pirmaujančių pakaitinio naudojimosi bendrovių JAV.

3. Tyrimo rezultatai parodė, kad dauguma apklaustųjų nėra girdėję apie pakaitinio naudojimosi nuosavybės teisę „*timeshare*“, bet dauguma respondentų atsakė, jog norėtų įsigyti ar išsinuomoti. Taip pat norėtų sužinoti daugiau apie angl. „*timeshare*“ iš specialistų. Didžiajai daliai apklaustųjų „*timeshare*“ įsigijimas ar išsinuomavimas atrodo patrauklus pasiūlymas. Turintys „*timeshare*“ arba esą naudojęsi dalintąsi informacija apie „*timeshare*“ galimybes su savo draugais ar pažįstamais. Turintys „*timeshare*“ kaip nuosavybę atsakė, jog tai puiki galimybė atostogauti sutaupant pinigų būsimoms atostogoms.

LITERATŪRA

1. Economic Impact of the Timeshare Industry on the U.S. Economy. (2006). ARDA International Foundation. PricewaterhouseCoopers LLP. USA. [žiūrėta 2020-11-01]. Prieiga per internetą: www.arda.org/Content/NavigationMenu/.../Economic_Impact.htm.
2. How Much Does Timeshare Cost?. (2018). Well, how long is a piece of string. USA. [žiūrėta 2020-11-01]. Prieiga per internetą: <https://timeshare.lawyer/how-much-does-timeshare-cost/>
3. Market watch. (2016) 6 things to know before you buy a timeshare. USA. [žiūrėta 2020-11-01]. Prieiga per internetą: <https://www.marketwatch.com/story/6-things-to-know-before-you-buy-a-timeshare-2015-02-17>
4. ARDA. American Resort Development Association (2010). *The timeshare industry: resource manual*. Leidykla: Washington, American Resort Development Association (2010).
5. ResearchGate (2008). A structural theory of the vacation. (2009). USA. [žiūrėta 2020-11-01]. Prieiga per internetą: https://www.researchgate.net/publication/222971059_A_structural_theory_of_the_vacation
6. TravelAwaits. (2020) 10 Important Things To Know Before You Get A Timeshare (2019). USA. [žiūrėta 2020-11-01]. Prieiga per internetą: <https://www.travelawaits.com/2471363/buying-a-timeshare-things-to-know/>
7. Timeshare.com. (2020). [žiūrėta 2020-11-08]. Prieiga per internetą: <https://www.timeshare.com/>
8. Springer link. (2020). An economic analysis of a timeshare ownership. (2008). USA. . [žiūrėta 2020-11-08]. Prieiga per internetą: <https://link.springer.com/article/10.1057/palgrave.rlp.5100082>
9. How Timeshare Works. (2009). RDO. [žiūrėta 2020-11-08]. Prieiga per internetą: <https://rdo.org/>
10. Grecevičius, P., Armaitienė, A., Vaidelys, A., Labanauskaitė, D. (2002). Turizmas: vadovėlis. Kaunas: leidykla Kauno kolegija.
11. Svetikienė, I. (2002). Turizmo marketingas. Vilnius: leidykla Vilniaus kolegija.
12. Ross, G. (2007). The Secrets of Timeshare Sales. Timeshare College. Garry and Donna LLC. Las Vegas.

„TIMESHARE“ – AN ALTERNATIVE HOLIDAY ACCOMMODATION OFFER FOR TOURISTS

SANDRA MIKALONYTĖ

Kolping University of Applied Sciences

Supervisor: dr. Regina Navickienė

ANNOTATION

In foreign literature the concept of „timeshare“ is commonly known as „timeshare“ basis. This article defines what the „timeshare“ is, what is the obvious advantages and disadvantages of it. The two examined „timeshare“ business models on pricing components and acquisition stages are presented. The aim of this article, by taking the research, is to evaluate „timeshare“ as an alternative holiday accommodation option. The study shows that many respondents have not heard of „timeshare“ before, so would like to learn more about it from professionals and rent it at an attractive price. Compared to hostels, motels, hotels, campsites, camping sites, etc. according to a survey of respondents, „timeshare“ was rated as a great alternative accommodation option.

Keywords: „Timeshare“, alternative accommodation, business model, holiday, tourism.

ŽUVINTO BIOSFEROS REZERVATO PATRAUKLUMAS GAMTINIO TURIZMO MĖGĖJAMS: MELDINĖS NENDRINUKĖS ATVEJAS

MIGLĖ MUZIKEVIČIŪTĖ

Kolpingo kolegija

Konsultantė doc. dr. Regina Navickienė

ANOTACIJA

Žuvinto biosferos rezervatas traukia gamtinio turizmo mėgėjus, nes „nepaprastai turtinga Žuvinto ežero ir jo apylinkių augalija ir gyvūnija, neturinti kito pavyzdžio Lietuvoje, verta to, kad būtų išsaugota.“ - akcentavo Prof. Tadas Ivanauskas. Žuvinto šlapynė, 6940 ha, - gamtinis kompleksas, apimantis mažai žmogaus palietą, labai natūralią įvairių tipų pelkę ir seklių apaugusį ežerą, yra didžiausia Lietuvoje. Biologinei įvairovei, pirmiausia paukščiams, Žuvinto pelkynai yra viena svarbiausių vietų Lietuvoje. Šiame straipsnyje apibūrinama kas yra draustinis bei rezervatas ir kuo jie skiriasi, taip pat nagrinėjama reto Europos pelkių giesmininko apsaugos projektas, kuris buvo pirmas toks Lietuvoje, kurio esmė - perkėlimas (kitai vadinamas Translokacija). Straipsnio tikslas – išanalizuoti Žuvinto biosferos rezervato patrauklumą pasitelkiant Meldinės Nendrinukės projektą. Atlikus tyrimą – išanalizuota rezervato patrauklumas žinomumo pagrindu pasitelkus Meldinės Nendrinukės projektą. Išanalizavus visus surinktus pastarųjų metų monitoringo lapus bei atliktų stebėjimų ataskaitas galima teigti, kad projektas vykdomas sėkmingai ir gamtinio turizmo mėgėjai gali stebėti didelį skaičių retų paukščių.

Raktiniai žodžiai: draustinis, rezervatas, Meldinė Nendrinukė, gamtinis turizmas, translokacija, Žuvintas.

IVADAS

Žuvinto biosferos rezervatas yra viena iš svarbiausių paukščių buveinė tiek migruojančioms tiek ir nykstančioms rūšims. Dėl apleistų pievų ir ūkinės veiklos padidėjimo šiame rezervate buvo sumažėjusi paukščių populiacija ir norint ją atkurti buvo pritarta mažinti ūkinę veiklą ir įvesti griežtesnę apsaugą rezervato ribose. Būtent dėl šių priežasčių ir buvo pritarta žmogaus įsikišimui atkuriant kadaise buvusias paukščių buveines. Norint jas atkurti buvo skirta KPP parama kuri buvo naudojama žolei nupjauti, medžiams ir krūmams pašalinti iš 26,5 ha natūralių ir pusiau natūralių pievų ir plačiai naudojamų pelkių ploto. Kad būtų atkurta kiek įmanoma daugiau natūralių buveinių pakrančių paukščiams tiek ir aplink gyvenantiems kitiems gyvūnijos pasaulio atstovams (UNESCO, 2016).

Analizuojant įvairius turinio tinklapius, žodynus bei rašytinius šaltinius pastebėta, kad Žuvinto biosferos rezervatas yra patrauklus ne tik dėl savo išskirtinės natūralios gamtos tačiau ir dėl jame vykdomų projektų, kurių tikslas yra atkurti ir išsaugoti nykstančias paukščių rūšis bei augalus. Vienas iš jų yra Meldinės Nendrinukės projektas, kuris yra pirmas tokio tipo projektas Lietuvoje, kai iš Baltarusijos į Žuvinto biosferos rezervatą buvo perkelti Meldinės Nendrinukės jaunikliai. Gamtos turistams toks atsakingas požiūris į paukščių išsaugojimą turėtų būti labai patrauklus.

Tyrimo tikslas – išanalizuoti Žuvinto biosferos rezervato patrauklumą gamtinio turizmo mėgėjams akcentuojant Meldinės Nendrinukės išsaugojimą.

Tyrimo uždaviniai:

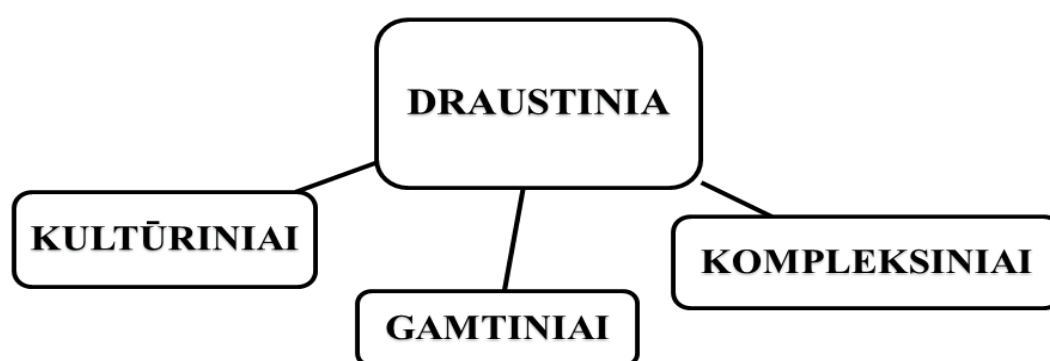
1. Išanalizuoti draustinio bei rezervato sampratas teoriniu aspektu.
2. Pristatyti Žuvinto biosferos rezervatą.
3. Pateikti Meldinės Nendrinukės išsaugojimo Žuvinto biosferos rezervate vykdomo projekto stebėjimo duomenis.
4. Išsiaiškinti Žuvinto biosferos rezervato patrauklumą gamtinio turizmo mėgėjams.

Tyrimo objektas: Žuvinto biosferos draustinis.

Tyrimo metodai: mokslinės literatūros analizė, atliktų tyrimų bei monitoringo lapų analizė bei duomenų sisteminimas, grafinis vaizdavimas.

DRAUSTINIO BEI REZERVATO SAMPRATŲ TEORINIS ASPEKTAS

Draustinio teorinis aspektas. Pradėjus paieškas įvairiuose žodynuose galime rasti daugybę įvairių apibrėžimų kas gi yra draustinis. Vienas iš daugelio yra pateiktas puikia visiems žinomame (Oxford University Press, 2020) ir jis skamba taip: „**Draustinis** – teritorija, kur gamtos turtų apsaugos ir didinimo, mokslo ir mokymo tikslais ribojama žmogaus veikla. (Ekologijos terminų aiškinamasis žodynas., 2008) Tačiau atidžiau paieškojus platybės galime surasti kitą draustinio apibrėžimą kuris nusako kur kas daugiau nei jo pirmtakas. „**Draustinis** – teritorija, kurioje saugomi kraštovaizdžio objektai, turintys ypatingą mokslinę, kultūrinę ar ūkinę vertę.“ (SMP., 2014) Šių apibrėžimų terminologija yra gana aiški tačiau draustinis nėra tik paprastas tam tikros teritorijos dalis jie gali būti suskirstyti į : (žr. 1 pav.).

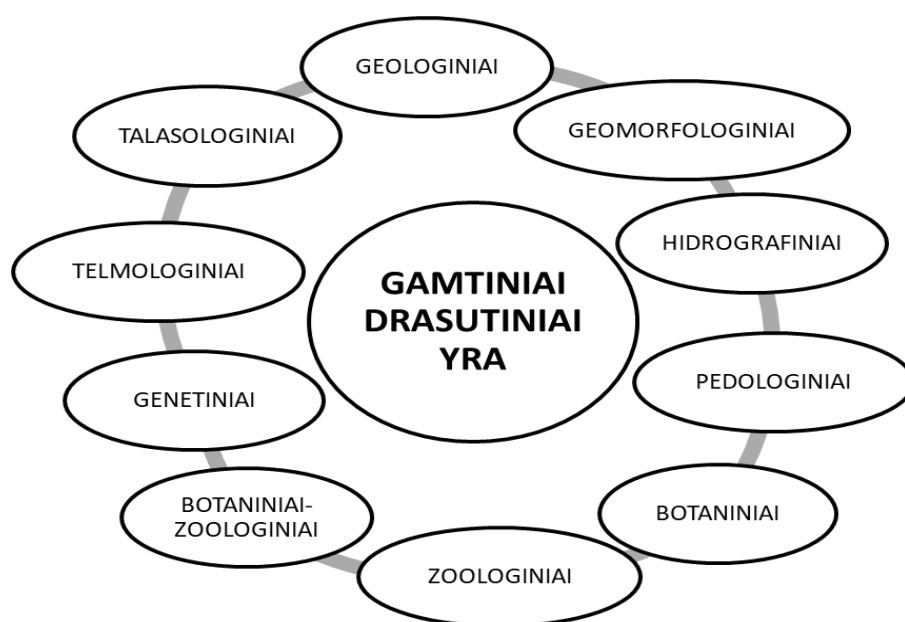


1 pav. **Draustinių klasifikavimas**
(Sudarytas darbo autorės remiantis SMP., 2014)

Pirmame paveiksle parodytas draustinių klasifikavimas, kuris akcentuoja tris pagrindines draustinių rūšis: gamtinis, kultūrinis ir kompleksinis. Kiekvienoje iš pateiktų tipų vyrauja skirtingas tik tam draustinio tipui būdinga augalija, gyvūnija ar kita. Gamtinis draustinis nuo kitų tipų draustinių skiriasi nuo kompleksinių kraštovaizdžio draustinių jie skiriasi tuo, kad didesnis dėmesys skiriamas atskirų kraštovaizdžio komponentų (reljefo, augalijos, gyvūnijos) išsaugojimui (Čepkelių - Dzūkijos PAN parkas, 2012). Tuo tarpu kultūriniame draustinyje yra kultūros paveldo vietovė, kurioje yra kultūros paveldo objektų, kuri pasižymi istoriškai susiformavusiais ypatumais, visumos darna ir (ar) derme su gamtine aplinka ir kuriai apsaugoti Lietuvos Respublikos saugomų teritorijų įstatymo nustatyta tvarka įsteigiamas archeologinis, istorinis, etnokultūrinis ar urbanistinis/architektūrinis draustinis (Lietuvos Respublikos Vyriausybės, 2019.). Kitas draustinių tipas yra kompleksinis draustinis. Kompleksinis draustinis – tai vertingo gamtinio ir (ar) kultūrinio kraštovaizdžio vietovės ir ypatingas geografinės koordinatės turinčios vietovės (Lietuvos Respublikos Vyriausybė, 2019).

Taip kiekvienas iš šių trijų yra skirstomi atskirai pagal tai koks draustinio tipas yra. Pavyzdžiui pats gausiausias ir įdomiausias yra Gamtinių draustinių skirstymas pateiktas žemiau esančiame paveiksle (žr. 2.pav.)

Taip kiekvienas iš šių trijų yra skirstomi atskirai pagal tai koks draustinio tipas yra. Pavyzdžiui pats gausiausias ir įdomiausias yra Gamtinių draustinių skirstymas pateiktas žemiau esančiame paveiksle (žr. 2.pav.)



2 pav. **Gamtinių draustinių skirstymas.**
(Sudarytas darbo autorės, remiantis Čepkelių - Dzūkijos PAN parkas, 2012)

Antru numeriu pažymėtame paveiksle matome kokie gamtiniai draustiniai yra ir koks jų skirstymas. Šio tipo draustiniuose yra ypač saugoma ir vertinama gamta ir jos gėrybės. Būtent šiai kategorijai priskiriamos saugomos teritorijos, kurių steigimo tikslas yra išsaugoti saugomas ir retas rūšis bei buveines, o jam pasiekti taikomas aktyvus gamtos tvarkymas (IUCN,1994). Jie yra skirstomi pagal savo saugomos rūšies ar vietovės statusą. Tačiau yra dar kitas saugomų teritorijų terminas kuris yra kur kas griežtesnis. Tai yra rezervatas.

Rezervato sampratos teorinis aspektas. Rezervatai – saugomos teritorijos, įsteigtos išsaugoti bei tirti moksliniu požiūriu ypač vertingus gamtinius ar kultūrinius teritorinius kompleksus, užtikrinti natūralią gamtinių procesų eigą arba kultūros vertybių autentiškumo palaikymą, propaguoti gamtos ir kultūros paveldo teritorinių kompleksų apsaugą. Šiose teritorijose nustatoma konservacinė pagrindinė tikslinė žemės naudojimo paskirtis nutraukiant jose ūkinę veiklą.(Pranas Mierauskas, 2009). Tarptautinė gamtos apsaugos sąjunga skiria rezervatus į 2 kategorijas arba subkategorijas. Šis suskirstymas yra pagrįstas griežtais rezervatų steigimo ir tvarkymo reikalavimais (IUCN, 1994) ir dėl to jie užima nedidelį procentinę visų saugomų teritorijų dalį. Rezervatai yra įsteigti išsaugoti santykiškai nepalietas „gamtinės mokslinės laboratorijas“, kur savaiminiai procesai tik stebimi ir apsaugomi nuo išorės poveikio. Dėl to juose negalima vykdyti aktyvių apsaugos ir gamtotvarkos veiklų (išskyrus Ib subkategoriją, kur leidžiamos ribotos veiklos). Rezervatai kaip gamtinės mokslinės teritorijos, steigiami norint parodyti ateities kartoms, kaip vystėsi ekologiniai procesai nesant ar esant labai silpnai antropogeninei veiklai (IUCN, 1994; Meffe, Carroll, 1994).

Pagal saugomų vertybių pobūdį ir pagal steigimo ir organizavimo ypatumus. Rezervato bei draustinio pagrindiniai skirtumai remiantis ekologijos terminų aiškinamuoju žodynu rezervatas saugoma teritorija, įsteigta siekiant išsaugoti ir tirti moksliniu požiūriu ypač vertingus gamtinius ar kultūrinius teritorinius kompleksus na, o draustinis tai teritorija, kurioje gamtos turtų apsaugos ir

gausavimo, mokslo ir mokymo tikslais ribojama žmogaus veikla. Pati svarbiausia ir pasaulinę reikšmę turintis rezervatas yra biosferos rezervatas.

Biosferos rezervatai yra steigiami vadovaujantis nacionaliniais teisės aktais, bet juos visuotiniu mastu registruoja ir jų veiklą koordinuoja minėtoji programa. Dabar biosferos rezervatai pagal Tarptautinės gamtos apsaugos sąjungos (IUCN) saugomų teritorijų klasifikaciją nėra skiriami į atskirą kategoriją, jie buvo išskirti į atskirą kategoriją ankstesnėje saugomų teritorijų sistemoje (IUCN, 1994). Pagal dabartinę klasifikaciją, biosferos rezervatai gali apimti IUCN išskirtas įvairių kategorijų saugomas teritorijas: rezervatus, nacionalinius parkus, gamtos draustinius ir panašiai. Patys rezervatai dabar užima apie 0,9 proc. Lietuvos valstybės teritorijos. Būtent apie rezervatų svarbą ir vertę pasakoja VSTT Kraštovaizdžio apsaugos skyriaus vyr. specialistė. „Didžiausia kiekvienos šalies vertybė yra natūralios gamtinės teritorijos (pelkės, įvairios medynų sudėties miškai, vandens telkiniai, smėlynai, kt.), ekosistemos – neliestos (atsikūrusios) gamtos etalonai. Tai jokiais pinigais vienetais neįkainojama valstybės vertybė. Įvertinti Lietuvoje esančių rezervatų vertę sunku, nes pasaulyje nėra sukurtų mokslinių metodų saugomoms teritorijoms įvertinti. Tai būtų tolimesnių tyrimų etapas“ (L. Dabregaitė, 2018 m., Delfi straipsnis). Kiekvienas gamtos stebuklas yra vertas išsaugojimo, tačiau kaip pats garsiausias Lietuvos gamtininkas, rašytojas, biologijos daktaras, profesorius Tadas Ivanauskas yra pasakęs „Nepaprastai turtinga Žuvinto ežero ir jo apylinkių augalija ir gyvūnija, neturinti kito pavyzdžio Lietuvoje, vėta to, kad butu išsaugota.“ (Justinas Arlauskas, Robertas Narmontas, 2017). Todėl dabar Žuvinto biosferos rezervatas yra valstybinis ir jo apsaugai yra skirtas išskirtis dėmesys.

ŽUVINTO BIOSFEROS REZERVATO PRISTATYMAS

Tai viena turtingiausių gamtinė įvairovė Lietuvos teritorijų, išsiskiriančių itin vertingu ir unikaliu gamtiniu kompleksu. Teritorijoje telkiasi retos ir nykstančios (tarp jų ir globaliai nykstančios) augalų ir gyvūnų rūšys bei mažai kur išlikę Lietuvoje šlapžemių augalų bendrijos ir buveinės. Labiausiai Žuvinto vardą išgarsino paukščiai. Iš viso Žuvinto biosferos rezervate nuo 1980 m. yra stebėtos net 227 sparnuočių rūšys, iš kurių 153 rūšys čia perėjo ar peri. Būtent paukščių gausa ir viliojo tyrinėtojus jau 19 amžiuje. (Žuvinto biosferos rezervato direkcija, 2020). Seniausio Lietuvoje Žuvinto rezervato steigimo istorija prasidėjo ir labiausiai susijusi su žymiausio praėjusio šimtmečio gamtininko ornitologo, tuometinio Kauno Vytauto Didžiojo universiteto profesoriaus, Zoologijos Žuvinto rezervato įkūrėjas Tadas Ivanauskas su pirmuoju Žuvinto ežero sargu Teofiliumi Zubavičiumi 1957 katedros vedėjo Tado Ivanausko (1882 – 1970) veikla. Praėjusio amžiaus trečiajame dešimtmetyje profesorius ėmėsi tirti Žuvinto ežero paukščius, organizavo kitus gamtos tyrimus. Jo rūpesčiu, siekiant išsaugoti nykstančius vandens paukščius, Žemės ūkio ministerija nusavino Žuvinto ežerą iš privačių asmenų ir 1937 m. jį perdavė Kauno universiteto Matematikos - gamtos mokslų fakultetui. Tuo pačiu Žuvinto ežere nuo 1937 metu buvo įvestas rezervato režimas: ežere ir jo apylinkėse 1 km atstumu uždrausta medžioti paukščius ir žinduolius. Ežero apsaugai įsteigtas sargo etatas, prilygintas valstybinei etatinei vyr. eigulio tarnybai. Šias pareigas Ivanauskas nuo 1937 m. balandžio 6 dieną pakvietė eiti Teofilį Zubavičių (1914-1993), savamoksli ornitologą, kurio ilgamečių stebėjimu dėka sukaupta daugybė informacijos apie Žuvinto ir jo apylinkių gyvąją gamtą. T. Zubavičius Žuvinto rezervate su pertraukomis dirbo iki 1980 metų. Okupavus Lietuvą, 1940 m. spalio 1 d. Žuvintas prarado rezervato statusą ir buvo pervestas sovietinės Lietuvos maisto pramonės Liaudies Komisariato žinion. 1946 vasario 5 d. Lietuvos SSR Liaudies Komisaro nutarimu Mokslų akademija įpareigojama „įsteigti rezervatą Žuvinto rajone, kuris apimtų Žuvinto ežerą ir vakarines apylinkes pelke su miškeliais“. Pirmoji rezervato kontora įkurta 1946 m. Daukšiu k. Marijampolės r., vėliau, 1948 m. perkelta į Alytaus r. Žuvintu kaimą. Žuvinto rezervato plotas 1951 metais buvo 3167,2 ha. 1954 m. Lietuvos SSR Ministru Taryba patvirtino Žuvinto rezervato nuostatus, o 1962 m. – naują gamtinio Žuvinto rezervato nuostatų redakciją. 1960 - 1962 m. Žuvinto rezervate vyko tarpinstitucinė kompleksinė tyrimų ekspedicija, kuriai Mokslų Vytautas Nedzinskas Žuvinto valstybiniam rezervatui vadovavo 1966 - 2002 m. Akademijos nutarimu vadovavo

Zoologijos ir parazitologijos institutas, Tyrimu rezultatai paskelbti monografijoje „Žuvinto rezervatas“. 1963 m. rezervatas iš Mokslu akademijos Zoologijos ir parazitologijos instituto perduotas Gamtos apsaugos komitetui. Rezervato plotas padidintas iki 5428 ha. (Žuvinto biosferos rezervato direkcija,2020). Antroji kompleksiniu tyrimu ekspedicija, kuria organizavo Mokslu akademijos ekologijos, botanikos, geografijos ir kiti institutai, surengta 1979-1985 metais, vykdė Žuvinto ir Dovainės baseino hidrologinius, hidrocheminius, ekologinius, botaninius tyrimus, vertino žmogaus veiklos įtaka rezervato gamtai. Nuo 1993 m. Žuvinto gamtinis rezervatas įrašytas į Pelkių bei seklių vandenų (Ramsaro) konvencijos saugomų teritorijų sąrašą. 2004 m. Lietuvos Respublikos Vyriausybė Žuvinto biosferos rezervato teritorijai (išskyrus žemės ūkio funkcinio prioriteto zona) suteikė paukščių apsaugai svarbios teritorijos statusą bei priskyrė vietovėms, kurios atitinka Europinės svarbos natūraliu buveinių ir rūšių, gamtinių buveinių apsaugai svarbiu teritorijų atrankos kriterijus(Žuvinto biosferos rezervato direkcija,2020) .

2011 m. birželio 28 – liepos 1 d. Dreždene, Vokietijoje, vykusioje 23-ojoje UNESCO programos „Žmogus ir biosfera“ Tarptautinės koordinuojančios tarybos sesijoje priimtas sprendimas dėl Žuvinto biosferos rezervato įtraukimo į Pasaulinį UNESCO programos „Žmogus ir biosfera“ biosferos rezervatų tinklą. (Lietuvos nacionalinės UNESCO komisijos sekretoriatas, 2012-2020). Tai pirmoji Lietuvos vietovė Pasauliniame UNESCO biosferos rezervatų tinkle. Teikiant paraišką, išipareigojama ypatingą dėmesį rezervate skirti institucinių ir individualių gebėjimų stiprinimui, mokslinio pagrindo, standartų kūrimui, ekologinio turizmo, kitų nuoseklaus išteklių panaudojimo būdų skatinimui, stebėjimo ir analizės duomenų kaupimo ir informacijos sklaidos mechanizmų kūrimui. Pats „ Žmogus ir biosfera “ yra programos pripažintos vietovės, kuriose diegiami ir demonstruojami nauji požiūriai į aplinkos apsaugą ir darnų vystymąsi. Biosferos rezervatuose naujai įgyta patirtimi, idėjomis yra dalinamasi Pasaulinio MAB biosferos rezervatų tinklo (World Network of MAB Biosphere Reserves, 2019), jungiančio 120 valstybių 669 vietovių, viduje (Lietuvos nacionalinės UNESCO komisijos sekretoriatas, 2012-2020).

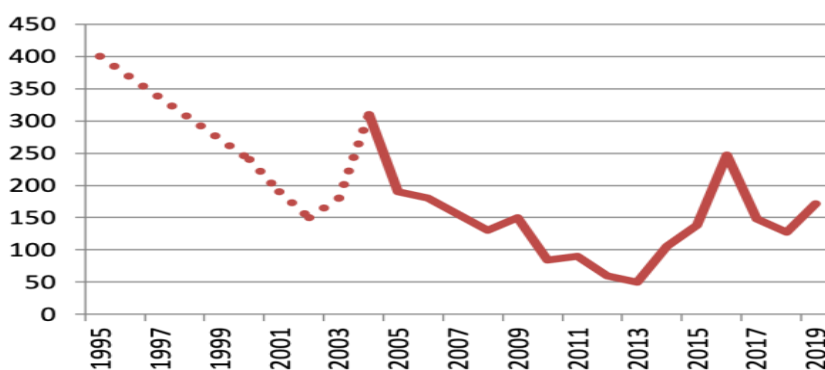
Praktika parodė, kad integruota žemės, vandens ir biologinės įvairovės tvarkymo, įtraukiant vietinius gyventojus, strategija rezervatuose gerina gamtos apsaugą ir nuoseklų, efektyvų resursų panaudojimą. Tai skatina toliau plėsti Pasaulio biosferos rezervatų tinklą. MAB akcentuoja, kad dėmesį reikėtų skirti instituciniams ir individualiems gebėjimams stiprinti, moksliniam pagrindui, standartams kurti, ekologiniam turizmui, kitiems nuoseklaus resursų panaudojimo būdams skatinti, stebėjimo ir analizės duomenų kaupimo ir informacijos sklaidos mechanizmams kurti (Lietuvos nacionalinės UNESCO komisijos sekretoriatas, 2012-2020).

MELDINĖS NENDRINUKĖS IŠSAUGOJIMO ŽUVINTO BIOSFEROS REZERVATE VYKDOMO PROJEKTO STEBĖJIMO DUOMENYS

Meldinė Nendrinukė yra vienintelė Europos žvirblinių paukščių rūšis, priskirta prie globaliai nykstančių rūšių . Eurazijoje paplitusi nuo vakarų Prancūzijos iki Obės upės. Šiaurinė arealo riba eina per Baltijos pietinę pakrantę, pietų Suomiją, Volgos ir Kamos aukštupius, pietuose – per Belajos aukštupį, šiaurės Ukrainą, Balkanus, Ronos žemupį. 2011 m. išnyko Vengrijos populiacija, 2017 m. nebestebima populiacija Vokietijoje, nors Vokietijoje atkurtos puikios būklės buveinės. Į Latviją Meldinės Nendrinukės perėti nebeatskrenda nuo 2002 m. (IUCN 2020). Todėl ilgą laiką Lietuvoje stebėtą šių nuostabių giesmininkų populiacijos mažėjimą buvo nuspręsta sustabdyti naudojant pirmą kartą pasaulyje taikytą būdą (Translokacija). Translokacija - rūšies perkėlimas iš natūralios gyvenamosios vietos į kitą, naudojant dar visai mažus tam tikros rūšies jauniklius ar augalus (Žuvinto biosferos rezervato direkcija, 2020).

Projektas įgyvendinamas nuo 2016 metų iki 2023 metų. Beveik dešimtmetį Žuvinto populiacija balansavo ant išnykimo ribos – buvo skaičiuojami 1-8 giedantys patinai. Pastangos saugoti Meldinės Nendrinukės atkuriant buveinės ryškaus poveikio Žuvinto populiacijai neturėjo – ji buvo tiek sunykusi, kad natūraliai nesugebėjo staigiai atsikurti. Buvo iškilusi grėsmė, kad ištikus didesnei sausrui ar kitai nelaimei, ši populiacija gali visiškai išnykti, kaip tai nutiko panašioms populiacijoms Vengrijoje ir Vokietijoje. Po ilgų diskusijų su mokslininkais, detalaus planavimo 2018-2019 m. gamtininkai atliko Meldinių Nendrinukių perkėlimą (translokaciją). Į nykstančią Žuvinto populiaciją iš didžiausios pasaulyje šių paukščių buveinės Baltarusijoje per du metus gamtininkai atvežė 100 šių paukščių jauniklių. Net 99 iš jų gamtininkams pavyko sėkmingai užauginti ir paleisti į laisvę. Jau po pirmųjų perkėlimo metų gamtininkai džiaugėsi šio metodo sėkme. 2019 m. pavasarį stebėti 11 po žiemojimo Afrikoje į Žuvintą grįžę perkelti paukščiai (22 %). Šis rodiklis viršijo net natūralų pirmamečių jauniklių grįžtamumą (20 %). Šiomet jau rasti 7 (14 %) pernai į Žuvintą perkelti ir po žiemojimo čia grįžę paukščiai – 3 patelės ir 4 patinėliai. Dar trys 2018 metais iš Baltarusijos atvežti ir pas mus užauginti paukščiai Žuvinto pievose aptikti jau antrus metus iš eilės. Apibendrinami tokius rezultatus tarptautiniai ekologijos ekspertai priėjo išvados, jog dėl sėkmingai pritaikytų gamtos saugos priemonių Meldinių Nendrinukių populiaciją Žuvinto biosferos rezervate pavyko stabilizuoti. Po Lenkijos Lietuva yra antroji šalis, kuriai pavyko sustabdyti meldinių nendrinukių nykimą (Meldinė Nendrinukė, 2019).

Galutiniai apskaitos rezultatai suteikia dar daugiau optimizmo rūpinantis šios nykstančios rūšies išlikimu. Vertinant Meldinių Nendrinukių būklę visoje Lietuvoje, šiuos skaičius derėtų vertinti kiek nuosaikiau, atsižvelgiant į ilgamečių tyrimų metu sudaromą gausos grafiką. (žr. 3.pav).

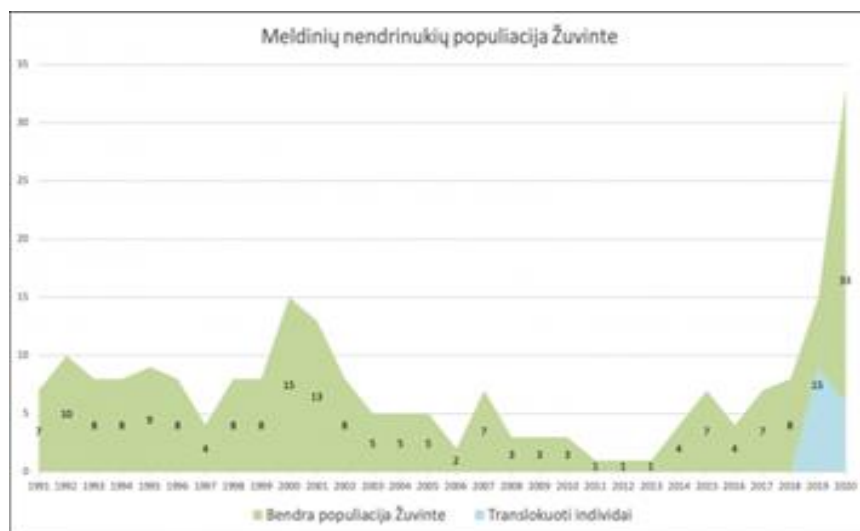


3 pav. **Meldinės nendrinukės dinamika Lietuvoje**
(sudaryta darbo autorės remiantis Meldinė Nendrinukė, 2020)

Iš trečio paveikslo matome kaip dramatiškai nuo 1995 metų iki 2002 metų Meldinės Nendrinukės populiacija krito. Tačiau nuo 2002 metų buvo matomas populiacijos padidėjimas tačiau ji ir vėl mažėjo ir kilo labai nevienodai iki 2013 metų. Nuo 2013 metų iki 2016 Meldinių

Nendrinukių populiacija didėjo gana stabiliai. Nuo tais metais stebėtų 50 giedančių patinų pakilo iki 250. Na, o tarp 2016 metų ir 2018 metų Meldinės Nendrinukės populiacijos kreivė kuri yra matoma grafike mažėjo, tačiau nuo 2019 metų ji kilo į viršų ir tai sėkmingai daro iki šiol. Naujausias tyrimo duomenimis 2020 metais Žuvinto biosferos rezervate šiemet rasti 33 giedantys

patinai. Na o šalies mastu yra rekordinis pakilimas rasti net 316 giedančių patinų. Tai yra didžiausias paukščių skaičius nuo tada kai buvo pradėti sistemingi šios rūšies tyrimai. Lyginant su praėjusiais metais, nacionalinė Meldinės Nendrinukės populiacija padidėjo beveik 84 % Tai yra istoriškai gausiausia šių retų paukščių populiacija. Ryškesnis populiacijos gausėjimas prasidėjo po sėkmingai atlikto Meldinių Nendrinukių perkėlimo (translokacijos) iš Baltarusijos į Lietuvą. Tačiau analizuojant pačio Žuvinto populiaciją stebima, kad ji iki perkėlimo laviravo tarp išnykimo. Tai puikiai parodo žemiau esantis grafikas (žr.4 pav.).



4 pav. Meldinės nendrinukės populiacija Žuvinto biosferos rezervate
(Meldinė nendrinukė, 2020)

Iš pateikto grafiko mes matome, kad didžiausia populiacija buvo tik 1992 metais ir tarp 2000 ir 2001. Tačiau visais kitais metais skaičiai daug vilčių neteikė. Nuo 2010 metų iki 2013 Meldinės Nendrinukės populiacija buvo sumažėjusi tiek iki išnykimo ribos. Tačiau sėkmingai pakilo ir projekto pradžioje 2016 metai vėl nukrito iki kritinės ribos tačiau ir vėl pakilo. Iki optimistinių skaičių kurie teikia vilčių, kad šio projekto rezultatas yra matomas iki šių dienų. Ir viliamasi, kad jų populiacija ir toliau taip sėkmingai kils.

Žuvinto biosferos rezervato patrauklumas gamtinio turizmo mėgėjams

Žuvinto biosferos rezervatas apima Žuvinto ir Amalvos pelkių kompleksus, į vakarus nuo Žuvinto esančius Buktos mišką ir Žaltyčio ežerą su pelkėtu apyežeriu. Tai viena turtingiausių gamtine įvairove Lietuvos teritorijų, išsiskiriančių itin vertingu ir unikaliu gamtiniu kompleksu. Čia telkiasi retos ir nykstančios – tarp jų ir globaliai nykstančios – augalų ir gyvūnų rūšys bei mažai kur išlikusios Lietuvoje šlapžemių augalų bendrijos ir buveinės. Žuvinto biosferos rezervate nuo 1980 metų stebėtos 227 paukščių rūšys, iš kurių 153 rūšys čia perėjo ar peri. Kurias norint stebėti ar su jomis susipažinti yra rengiamos pažintinės turistinės kelionės po ypatingai vertinamas rezervato vietas.

Viena iš jų yra Amalvos pelkė kurioje po sėkmingo globaliai nykstančios Meldinės nendrinukės perkėlimo į šią pelkę pradėjo dažniau lankyti gamtinio turizmo mėgėjai kuriems svarbu autentiška šio paukštelio gyvenamoji vieta. Šios turistinės kelionės metu su specialia įranga tokia

kaip teleskopai ar žiūronai yra bandoma surasti ir pastebėti Meldinę nendrinukę. Taip pat pats rezervate dirbantis ekologas supažindina su šia rūsimi jos atpažinimą bei kodėl verta ją apsaugoti. Taip pat pavieniams turistams norintiems atvykti su savo šeima ar grupėms yra galimybė ekskursijas užsisakyti iš anksto ir rezervate dirbantis gidas supažindins su rezervatu jame vykdomomis veiklomis, bei kartu su juo pakilę į penktame aukšte esantį apžvalgos bokštelį grožėsitės ežero panorama ir stebėsite gyvąją gamtą.

IŠVADOS

1. Atlikus literatūros, internetinių svetainių bei žodynų analizę buvo išanalizuota draustinio ir rezervato sąvokos. Buvo pastebėta, kad draustiniuose yra ribojama ūkinė veikla ir priklausomai nuo jo tipo yra saugomi atskiri gamtos, kultūros ar kitokie objektai, o rezervate apsauga yra labai griežta, nes juose yra saugoma nykstančios paukščių, augalų ar kitų tam rezervatui būdingų gyvūnų rūšys.

2. Žuvinto biosferos rezervatas yra unikalus gamtos prieglobstis. Kuriame pramogas gali rasti ir natūralios gamtos mylėtojas ir pats turistai atkeliavęs iš kito šalies. Jo susikūrimo istorija yra ilga ir be galo kalnuota. Tačiau nereikia pamiršti ir didžiulės paukščių populiacijos. Ne veltui jis yra vadinamas paukščių karalija kurios apsaugai yra skirti apsaugos statusai. Vienas iš jų yra NATURA 2000 paukščių apsaugai skirtas statusas ir UNESCO „Žmogus ir biosfera“ pasaulinis rezervatų tinklas.

3. Meldinės nendrinukės išsaugojimas yra labai svarbus, nes ji yra unikali tuo, kad yra tarsi retų rūšių indikatorius. Nes šis vos 10 gramų sveriantis paukštelis gyvena ten kur yra randama retų augalų rūšių. Pavyzdžiui Žuvinto rezervate jis gyvena Amalvos pelkėje kuriame yra aptinkamas pelkinis uolaskėlis.

4. Apibendrinus atliktų stebėjimų duomenis galima patvirtinti, kad Meldinės nendrinukės perkėlimas buvo įgyvendintas sėkmingai. Jo pasisekimas yra viena iš pagrindinių priežasčių, dėl kurios Žuvintas tapo labai mėgėjams turistų. Būtent šios rūšies stebėjimui Žuvinto biosferos rezervate buvo įdiegta galimybė, kartu su rezervato ekologais keliauti į Meldinės nendrinukės stebėjimo vietą, Amalvos pelkėje. Taip pat pavieniams turistams ar jų grupėms užsakant ekskursijas yra galimybė su gidu pasivaikščioti ir pažinti rezervatą iš arčiau su jo gamta saugomomis rūšimis ir papramogauti.

LITERATŪRA

1. Čepkelių - Dzūkijos PAN parkas (2012). Paimta iš tinklapio [žiūrėta 2020 m. lapkričio 5 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.cepkeliai-dzukija.lt/>
2. Draustinių skirstymas (2009-2019). Paimta iš tinklapio [žiūrėta 2020 m. lapkričio 1 d.]. Prieiga per internetą: [www. LIETUVIUZODYNAS.LT](http://www.LIETUVIUZODYNAS.LT)
3. Ekologijos terminų aiškinamasis žodynas (2008). Paimta iš tinklapio [žiūrėta 2020 m. lapkričio 8 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.moksliniaiadarbai.lt/konspektas/19652/ekologijos-terminu-zodynas.html>
4. IUCN red list of threatened animals (1994). Paimta iš tinklapio [žiūrėta 2020 m. lapkričio 8 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.iucn.org/content/1994-iucn-red-list-threatened-animals>
5. Kultūrinis draustinis (2006). Paimta iš tinklapio [žiūrėta 2020 m. lapkričio 8 d.]. Prieiga per internetą: <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/TAIS.285528>
6. Lietuvos respublikos vyriausybė (2019). Paimta iš tinklapio [žiūrėta 2020 m. lapkričio 3 d.]. Prieiga per internetą: <https://lrv.lt/lt/paieska?query=rezervato&email=>

7. Meffe, G., K., Carroll, C., R. and contributors (1994). Paimta iš tinklapio [žiūrėta 2020 m. lapkričio 8 d.]. *PRINCIPLES OF CONSERVATION BIOLOGY*. Sinauer Associates, Inc., Sunderland, Massachusetts, 600 pp.
8. Meldinė Nendrinukė (2019). Paimta iš tinklapio [žiūrėta 2020 m. lapkričio 3 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.lrt.lt/naujienos/gyvenimas/13/1075797/reciausiu-europos-giesmininku-lietuvoje-daugeja-meldiniu-nendrinukiu-populiacija-isaugo>
9. Mierauskas, P. (2009). *Gamtotvarka*. Vilnius. Paimta iš tinklapio [žiūrėta 2020 m. lapkričio 8 d.]. Prieiga per internetą: http://eia.libis.lt/viesas/Leidiniai/Lietuvos_gamtos_fondas/PMierauskas__Gamtotvarka__Lietuvos_gamtos_fondas.pdf
10. Oxford University Press (2020). Paimta iš tinklapio [žiūrėta 2020 m. lapkričio 1 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/>
11. SMP (2014). Prieiga per internetą: <https://smp2014ge.ugdome.lt/>
12. The IUCN Red List of Threatened Species (2020). Paimta iš tinklapio [žiūrėta 2020 m. lapkričio 1 d.]. prieiga per internetą: <https://www.iucnredlist.org/apps/redlist/details/106007597/0>
13. UNESCO (2012-2020). Paimta iš tinklapio [žiūrėta 2020 m. lapkričio 8 d.]. Prieiga per internetą: <https://unesco.lt/mokslas/gamtos-mokslai/unesco-programa-zmogus-ir-biosfera/zuvinto-biosferos-rezervatas>
14. World Network of Biosphere Reserves (2019). Paimta iš tinklapio [žiūrėta 2020 m. lapkričio 1 d.]. Prieiga per internetą: <https://en.unesco.org/biosphere/wnbr>.
15. Žuvinto biosferos rezervatas (2017). Prieiga per internetą: <https://www.delfi.lt/grynas/tv/isskirtinio-grozio-lietuvos-vieta-pazvelkime-i-ja-is-paukscio-skrydzio.d?id=75097732>
16. Žuvinto biosferos rezervato direkcija (2020). Paimta iš tinklapio [žiūrėta 2020 m. lapkričio 1 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.zuvintas.lt/rezervato-direkcija>.
17. Žuvinto biosferos rezervato istorija (2020). Paimta iš tinklapio [žiūrėta 2020 m. lapkričio 8 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.zuvintas.lt/saugoma-teritorija>

ATTRACTIVENESS OF FISHED BIOSPHERE RESERVE FOR NATURAL TOURISM LOVERS: THE CASE OF REDWATER

MIGLĖ MUZIKEVIČIŪTĖ

Kolping University of Applied Sciences
Consultant Doc. Dr. Regina Navickienė

ANNOTATION

The Žuvintas Biosphere Reserve attracts nature tourism enthusiasts, because "The extremely rich flora and fauna of Lake Žuvintas and its surroundings, which has no other example in Lithuania, is worth preserving."- emphasized Prof. Tadas Ivanauskas. Žuvintas wetland, 6940 ha, is a natural complex, which includes little human touch, a very natural swamp of various types and a shallow overgrown lake, is the largest in Lithuania. Žuvintas wetlands are one of the most important places in Lithuania for biodiversity, especially for birds. This article defines what a reserve and a reserve are and how they differ, as well as examines a project for the protection of a rare European wetland singer, which was the first of its kind in Lithuania to relocate (otherwise known as Translocation). The aim of the article is to analyze the attractiveness of the Žuvintas Biosphere Reserve using the Meldinė Nendrinukė project. After the research, the attractiveness of the reserve was analyzed on the basis of notoriety with the help of the Meldinė Nendrinukė project. After analyzing all the monitoring sheets collected in recent years and the reports of the observations made, it can be stated that the project is being implemented successfully and nature tourism enthusiasts can observe a large number of rare birds.

Keywords: Reserve, reserve, Meldinė Nendrinukė, nature tourism, translocation, Žuvintas.

TURIZMO ĮMONĖS VADOVŲ VAIDMUO PANDEMIJOS COVID - 19 METU

ERIKA PERVAINYTĖ

Kolpingo kolegija

Konsultantė doc. dr. Regina Navickienė

ANOTACIJA

Kiekvienoje sėkmingoje organizacijoje labai svarbus yra vadovo ir darbuotojų gebėjimas suprasti vienas kitą bei sėkmingai kartu dirbti komandoje. Šiuo metu vis dažniau akcentuojamas ir nagrinėjamas naujas įgalinimo terminas – tai vadovo veiksmai darbuotojo atžvilgiu, siekiant sėkmingai įgyvendinti organizacijos tikslus. Remiantis moksliniais šaltiniais, straipsnyje atskleidžiama vadovavimo samprata ir esmė, analizuojami teoriniai vadovavimo aspektai. Išanalizuota žmogiškųjų išteklių svarba organizacijoje ir apibūdinta žmogiškųjų išteklių įgalinimo koncepto erdvė bei tipologija. Atliktas turizmo įmonių vadovų vaidmens, įgalinant žmogiškuosius išteklius, organizacijoje tyrimas. Turizmo sektorius pasirinktas ne atsitiktinai, nes butent šis verslo sektorius yra vienas iš tų, kuris nukentėjo nuo COVID – 19 labiausiai.

Raktiniai žodžiai: vadovo ugdymas, vadovo gebėjimai, turizmas, COVID – 19.

IVADAS

Aktualumas ir problema. Kuriant žinių visuomenę ir ekonomiką, ypatinga svarba vadovų valdyme tenka vadovų valdymo patirties vertei. Atsižvelgiama į vadovų valdymo kompetencijų bruožus įgyvendinant vadovų valdymo funkcijas praktiškai, į valdymo metodų pranašumus. Vadovų valdymo funkcijų ir kompetencijų, susijusių su teoriniais aspektais žinojimas yra labia svarbus organizacijos kokybiškam egzistavimui. Tai svarbu visoms organizacijoms, ne išimtis ir turizmas. Dabar dažnai susidiriama su nuomone, kad teorinės žinios yra mažiau svarbios nei praktinės ir ypač tai pastebima tarp jaunų vadovų, dažnai pradėjusių savo verslą mokykliniame suole. Tačiau praktika rodo, kad pačių sėkmingiausių įmonių vadovai turi didelį teorinių žinių bagažą, o praktika tik jį dar labiau sustiprina. Taigi, neaišku koks yra turizmo įmonių vadovo vaidmuo pandemijos akivaizdoje.

Temos tikslas – įvertinti turizmo įmonės vadovų vaidmenį COVID – 19 pandemijos laikotarpiu.

Tyrimo uždaviniai:

1. Teoriniu aspektu išanalizuoti turizmo rinką COVID – 19 laikotarpiu.
2. Įvertinti vadovų vaidmenį ir valdymo funkcijas.
3. Išsiaiškinti turizmo įmonių vadovų vaidmenį pandemijos metu.

Tyrimo objektas – vadovų vaidmuo COVID -19 laikotarpiu.

Tyrimo metodai - mokslinės literatūros analizė, kokybinis tyrimas – interviu.

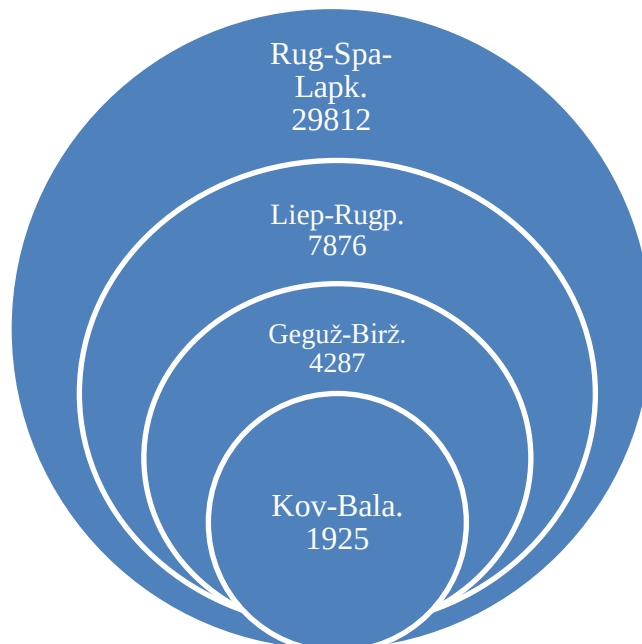
TURIZMO RINKA COVID – 19 LAIKOTARPIU TEORINIŲ ASPEKTU

Paskelbus karantiną dėl COVID-19 grėsmės, kelionių vadovai ir gidai ne tik ilgam neteko darbo ir pajamų, bet ir liko neatstovaujami Ekonomikos komiteto sudarytoje darbo grupėje, kuri turėjo parengti pasiūlymus Vyriausybei dėl Turizmo sektoriaus. Tai paskatino sutelkti pajėgas ir 2020 m. rugsėjo 28 d. buvo įregistruota nauja Lietuvos kelionių vadovus ir gidus vienijanti sąjunga (LKVIGS). Jos prezidente tapo ilgametė kelionių vadovė ir gidė Edita Muraškaitė.

Vienintelė Ekonomikos ir inovacijų ministerijos numatoma kelionių vadovams ir gidams gelbėti priemonė – mokymai ir kvalifikacijos kėlimo kursai, iškėlė rimtų abejonių, ar ji tikrai šiuo metu yra tinkama. Ar tikrai dabar svarbiausia yra perkvalifikuoti gidus į gidus ir planuoti rengti dar daugiau gidų sustojusiai darbo rinkai?

Taip pat būtina įvertinti faktą, kad kelionių vadovai ir gidai nėra turizmo įmonių darbuotojai. Tai savarankiškai dirbantys ir savarankiškai mokantys mokesčius asmenys, kurie jau pusę metų gyvena iš santaupų arba yra priversti eiti dirbti dažnai net kvalifikacijos neatitinkantį darbą, kad

išgyventų. Turizmo įmonėms skiriamos subsidijos kelionių vadovų ir gidų nepasiekia. Gidai atkreipia dėmesį ir į tai, kad ši vienintelė priemonė niekaip nesusijusi nei su darbo vietų gidams ir kelionių vadovams išsaugojimu, nei su subsidijomis, nei su gidų lūkesčiais šiuo sunkiu metu, todėl ji nukrypsta nuo esminės savo misijos – sumažinti patiriamus finansinius nuostolius ir išsaugoti darbo vietas.



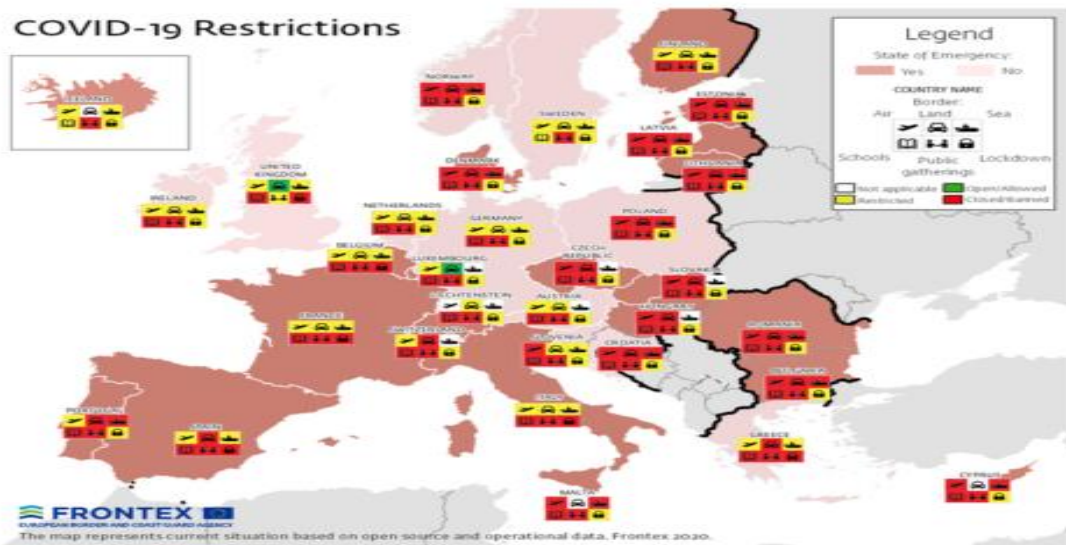
1 pav. COVID-19 užsikrėtę

Tai įrodo, kad virusas yra labai svarbus kiekvienam žmogui šiuo metu. Kaip matome jis plinta žaibiškai. Patvirtintų ligos atvejų skaičius konkrečioms įmonėms jau apie 30000 tūkst. Ir tai paliečia kiekvieną iš mūsų, nes tai yra žmonės, šeimos. Sergančių žmonių skaičius vis didėja. Ir dar daugiau turi izoliuotis.

Todėl svarbiausi ir artimiausi naujos asociacijos tikslai, pasak jos vadovės, yra atkreipti Seimo ir Vyriausybės dėmesį į užribyje ir be jokių socialinių garantijų, be konkrečios pagalbos likusią turizmo srities profesiją, pritaikant kitą priemonę – prastovų arba subsidijų mokėjimo mechanizmo sukūrimą kelionių vadovams ir gidams, kurie visuomet skaidriai deklaravo pajamas ir mokėjo mokesčius valstybei. Ir taip išsaugoti ne tik darbo vietas, bet ir visą, turizmui ypač svarbią, profesiją.

Analizuojant šalies pastarieji COVID-19 krizės mėnesiai stipriai paveikė ne tik užsikrėtusius asmenis ir jų šeimas, finansinių nuostolių patiriančias įmones, verslininkus ir darbuotojus. Per šį laiką kažko atsisakyti teko beveik visiems. Ypač nukentėjo sveikatos priežiūros pirmosios grandies darbuotojai ir tie, kuriems taikomos griežtesnės fizinio izoliavimo priemonės. Ateinantys mėnesiai, jei pavyks juos tinkamai, saugiai ir koordinuotai organizuoti, galėtų suteikti europiečiams pelnytą galimybę pailsėti, atsipalaiduoti, įkvėpti gryno oro ir pabendrauti su seniai nematytais su draugais ir šeima savo valstybėje narėje arba už jos ribų. Daugelis gyvena būtent šia mintimi, tačiau norėtų būti tikri, kad vėl galės apsistoti viešbučiuose ir stovyklavietėse, eiti į restoranus, barus ir kavines, naudotis pėsčiųjų takais, paplūdimiais ir dviračių takais, lankytis kultūros renginiuose, kad be apribojimų veiks transporto sistema, kad būtų galima ten nuvykti, ir, svarbiausia, kad buvo padaryta viskas, kas įmanoma, kad jie būtų kuo geriau apsaugoti nuo infekcijos. Gyvybingai Europos turizmo ekosistemai, kuri apima įvairiausių veiklą, kaip antai keliones, transportą, apgyvendinimą, maitinimą, poilsį sausumoje ir vandenyje, kultūrą ir gamtą, artimiausi mėnesiai neturėtų būti prarasti. Tiesiogiai ir netiesiogiai joje sukurama beveik 10 proc. ES BVP, o ES tapo pirmaujančia

pasaulyje turizmo kryptimi – 2018 m. į ES iš užsienio atvyko 563 mln. žmonių, gauta 30 proc. šios srities pasaulinių pajamų.



2 pav. Per karantiną įvairiose Europos šalyse įvesti ribojimai

Per užkrečiamų ligų protrūkį karantinas gali būti reikalinga prevencinė priemonė. Bet jis neretai turi neigiamą psichologinį efektą, kuris gali pasireikšti tik po kelių mėnesių ar dar vėliau. Todėl siūloma imtis veiksmingų tokių pasekmių švelninimo priemonių ir karantino procesą kruopščiai suplanuoti. Yra daug valstybių narių, Europos regionų ir miestų, kuriuose turizmas yra esminis ekonominės ir socialinės struktūros dėmuo. Be to, jame sukuriama labai reikalingų darbo vietų ir pajamų, visų pirma regionuose, kur nėra užimtumo alternatyvų, ir srityse, kuriose dirba žemos kvalifikacijos darbuotojai. Tačiau ši ekosistema patyrė didelį smūgį. Pasaulio turizmo organizacija (toliau – PTO) prognozuoja, kad tarptautinio turizmo apimtis, palyginti su praėjusiais metais, sumažės 60–80 proc., o tai visame pasaulyje sudarytų nuo 840 mlrd. EUR iki 1 100 mlrd. EUR prarastų eksporto pajamų. Šia prasme ateinantys mėnesiai yra labai svarbūs: per vidutinį vasaros sezoną (birželio–rugpjūčio mėn.) ES gyventojai leidžiasi į 385 mln. turistinių kelionių ir joms išleidžia 190 mlrd. EUR². Šiame komunikate ir kartu pateikiamose iniciatyvose nustatyta suderinta sistema, leisianti visai Europai mėgautis malonių ir, svarbiausia, saugiu turizmo sezonu – palaipsniui šią vasarą, ateinančią žiemą ir vėliau. Tokiu būdu juo taip pat siekiama ateities kartoms išsaugoti mūsų brangios turizmo ekosistemos tvarumą.

Tačiau pernelyg greitai atšaukus šias priemones, staiga gali kilti naujas infekcijos protrūkis. Kol nėra sukurta vakcina ar gydymas, kelionių ir turizmo poreikiai ir nauda turi būti vertinami atsižvelgiant į riziką, kad gali būti paskatintas viruso plitimas ir naujas užsikrėtimų protrūkis, dėl kurio gali prireikti vėl įvesti izoliavimo priemones. Todėl pasirengimo planai turėtų būti parengti visais lygmenimis – nuo ES ir valstybių narių lygmens iki atskirų įstaigų, vežėjų ir kitų turizmo sektoriaus segmentų lygmens – tai leis greitai ir koordinuotai imtis tinkamų veiksmų, kurie yra pagrįsti aiškiais kriterijais. Prie šio komunikato pridedamas rinkinys dokumentų, kuriais žmonėms suteikiamas tikrumas ir aiškumas ir numatoma, kaip bus gaivinamas turizmas ir transportas siekiant užtikrinti, kad ES išliktų pasaulinė tvaraus ir novatoriško turizmo lyderė. Dokumentų rinkinyje pateikiamos gairės ir rekomendacijos dėl: - saugaus laisvo judėjimo be apribojimų atkūrimas ir vidaus sienų atvėrimo (Gairės dėl judėjimo laisvės atkūrimo ir vidaus sienų kontrolės panaikinimo); - saugaus transporto paslaugų ir susisiekimo atkūrimo (Transporto gairės); - saugaus turizmo

paslaugų atnaujinimo (Gairės dėl turizmo, visų pirma apgyvendinimo ir maitinimo paslaugų); - likvidumo problemos sprendimo ir vartotojų asitikėjimo atkūrimo (Rekomendacija dėl čekių).

VADOVŲ VAIDMENYS IR VALDYMO FUNKCIJOS

H. Minzbergas apibūdindamas vadovo darbo turinį, nurodė vieną bendrą, nuo veiklos srities ir valdymo lygio nepriklausantį, jų veiklos bruožą – vadovų vaidmenis. Vadovo vaidmuo – tai visuma taisyklių, kurių privalu laikytis einant tam tikras pareigas. Mokslinėje literatūroje yra aptariami keli vadovų tipai: Autokratinis – taikomas į užduotis orientuotam vadovui, kuris naudojasi padėtimi ir asmenine galia autoritariniam vadovavimui, prisiimdamas atsakomybę už tikslų numatymą ir sprendimų priėmimą.

Mokslinių tyrimų, nagrinėjančių vadovų įgūdžių ugdymą yra įvairių: vadovų ugdymo programos efektyvumo raišką Lietuvoje nagrinėjo G. Strazdienė, A. Garalis (2006), vadovų gebėjimų ugdymą, mokymosi modelių taikymo prioritetus, ugdomų vadybinių kompetencijų įvertinimą imitacinėje verslo įmonėje - G. Strazdienė (2007), G. Strazdienė, R. Geležinienė (2008), J. Martinkienė (2014), studentų vadovų tobulinimo aspektus - P. Zakarevičius, A. Župerka (2011). Demokratinis – naudodamasis savo asmenine ir užimamų pareigų galia, iškelia pavaldinių idėjas, skatindamas juos sudaryti tikslus, sudaryti planus ir kontroliuoti savo veiklą. Atstovaujamas – tarpinis tarp autokrato ir demokrato. Pristato savo veiklos problemų nagrinėjimo išvadas ir kviečia pavaldžius darbuotojus jas kritikuoti, komentuoti. Viską apsvarstęs, vadovas priima galutinį sprendimą.

Vadovų sampratos atsiradimui įtakos turėjo skirtingos nuomonės dėl vadovų ugdymo galimybių. G. Gormano, D. Hanlono ir W. Kingo teigia, kad vadovą galima išmokyti arba bent jau galima padrąsinti imtis verslo. M. Anselmo nuomone, žmonės gimsta su polinkiu į vadovavimą, bet vadovo lygis bus aukštesnis, jeigu jie bus mokomi vadovų gebėjimų (Garalis, Strazdienė, 2006). L. Galloway ir kt. teigia, kad vadovų ugdymo praktika reikalauja sklandaus žinių, gebėjimų ir požiūrių susiliejimo, kuris apjungia vadybos teorijos ir vadovų praktikos sinergetinius ryšius. Autoriai išskyrė gebėjimus, kurie svarbūs vadovui. Eurydice ataskaita, 2016). Vadovų ugdymo tikslų numatymas turi įtaką atitinkamų ugdymo metodų ir priemonių pasirinkimui. Aukštojo mokslo sistemoje pagrindinis verslumo ugdymo tikslas turi būti skirtas verslumo gebėjimų ir mentaliteto vystymui, kuriais būtų aktyvinami studentų ketinimai kurti nuosavą verslą (Zakarevičius, Župerka, 2011). Vadovas susijęs su organizacijos tikslais ir jos efektyvios veiklos įgyvendinimu.

Valdymo hierarchiniai lygiai – tai sąlyginės vadovų grupės, sudarytos atsižvelgiant į valdymo darbo apimtį vadovaujančio verslumo dvasią ar elgesį turint komercinį tikslą arba jo neturint“ (Vadovų ugdymas Europos mokyklose. Eurydice ataskaita, 2016). Vadovų ugdymo tikslų numatymas turi įtaką atitinkamų ugdymo metodų ir priemonių pasirinkimui. Aukštojo mokslo sistemoje pagrindinis verslumo ugdymo tikslas turi būti skirtas verslumo gebėjimų ir mentaliteto vystymui, kuriais būtų aktyvinami studentų ketinimai kurti nuosavą verslą (Zakarevičius, Župerka, 2011). Vadovas susijęs su organizacijos tikslais ir jos efektyvios veiklos įgyvendinimu. Vadovų ugdymo, kaip bendrojo gebėjimo, koncepciją išplėtojo Europos Komisijos Teminė darbo grupė verslumo ugdymo klausimais ir jos priimta verslumo ugdymo apibrėžtis: „Vadovų ugdymas vyksta ten, kur besimokantieji tobulina savo gebėjimus ir mąstyseną siekdami kūrybiškas idėjas paversti verslo veiksmiais. Tai bendrasis visų besimokančiųjų gebėjimas, padedantis asmenybei tobulėti, tapti aktyviu piliečiu, integruotis į visuomenę ir įsidarbinti.

Vadovų ugdymas svarbus visame visą gyvenimą trunkančiame mokymosi procese, visoms mokymosi disciplinoms ir visoms ugdymo ir mokymosi formoms (formaliajam, neformaliajam ir savišvietai), kurios prisideda ugdant verslumo dvasią ar elgesį turint komercinį tikslą arba jo neturint“ (Vadovų ugdymas Europos mokyklose. Eurydice ataskaita, 2016). Vadovų ugdymo tikslų numatymas turi įtaką atitinkamų ugdymo metodų ir priemonių pasirinkimui. Aukštojo mokslo sistemoje pagrindinis verslumo ugdymo tikslas turi būti skirtas verslumo gebėjimų ir mentaliteto vystymui, kuriais būtų aktyvinami studentų ketinimai kurti nuosavą verslą (Zakarevičius, Župerka,

2011). Vadovas susijęs su organizacijos tikslais ir jos efektyvios veiklos įgyvendinimu. Didelių organizacijų vadovai yra skirstomi į hierarchinius lygius. Valdymo hierarchiniai lygiai – tai sąlyginės vadovų grupės, sudarytos atsižvelgiant į valdymo darbo apimtį vadovaujančio verslumo turint komercinį tikslą arba jo neturint“ (Vadovų ugdymas Europos mokyklose. Eurydice ataskaita, 2016). Vadovų ugdymo tikslų numatymas turi įtaką atitinkamų ugdymo metodų ir priemonių pasirinkimui. Aukštojo mokslo sistemoje pagrindinis verslumo ugdymo tikslas turi būti skirtas verslumo gebėjimų ir mentaliteto vystymui, kuriais būtų aktyvinami studentų ketinimai kurti nuosavą verslą (Zakarevičius, Župerka, 2011). Vadovas susijęs su organizacijos tikslais ir jos efektyvios veiklos įgyvendinimu. Didelių organizacijų vadovai yra skirstomi į hierarchinius lygius. Valdymo hierarchiniai lygiai – tai sąlyginės vadovų grupės, sudarytos atsižvelgiant į valdymo darbo apimtį vadovaujančio ir vadovaujamo personalo atžvilgiu, sprendimų priėmimo galimybes, valdymo kompetenciją ir atsakomybės laipsnį.



3 pav. Vadovų lygių hierarchija

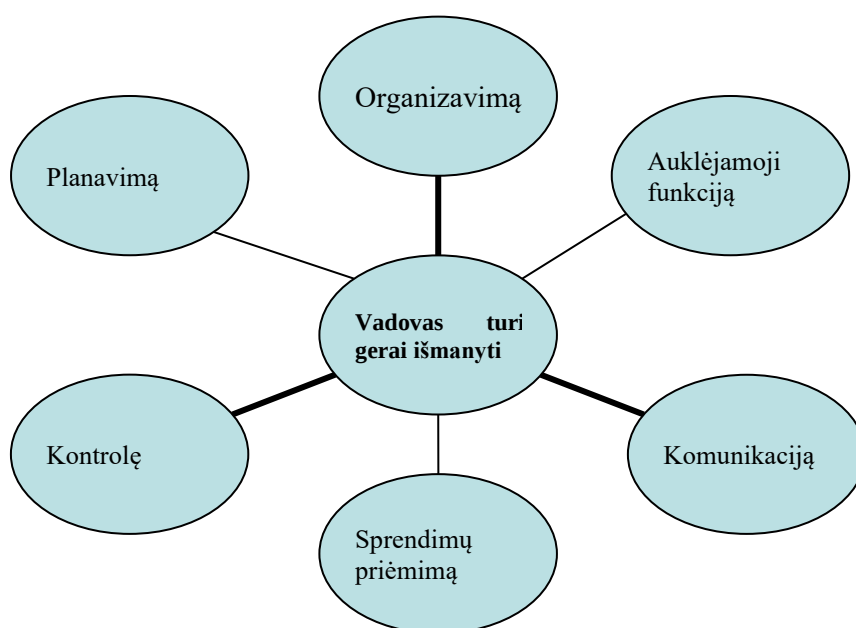
Aukščiausio lygio vadovai - formuoja ir įgyvendina organizacijos tikslus, strategiją ir politiką, yra atsakingi už visą organizacijos veiklą, tam, kad būtų pasiektas bendras jos tikslas bei reguliuoja organizacijos ryšius su aplinka. Jie dažnai būna perkrauti darbais, turi koordinuoti ir reguliuoti vidurinio lygio vadovų darbą, palaikyti santykius su kitomis organizacijomis. Šiems vadovams priklauso savininkai, direktorių valdybos nariai, vyr. gydytojai, vadovai (įstaigos atžvilgiu), administratoriai (visos sistemos atžvilgiu) Aukščiausio lygio vadovai atsiskaito organizacijos kolektyvui ir steigėjui.

Vidurinio lygio vadovai - iš aukščiausio lygio vadovų gauna nurodymus apie organizacijos strategiją ir politiką bei paverčia juos konkrečiomis programomis, kurias vykdo žemiausiojo lygio vadovai. Viduriniojo lygio vadovai įgyvendina bendrąją organizacijos politiką, rengia vidutinio laikotarpio konkrečius planus, dažnai atlieka panašius į žemiausio lygio vadovų darbus, bei juos koordinuoja. Iš esmės jie yra tarpininkai tarp žemiausiojo ir aukščiausiojo lygio vadovų. Šiems vadovams priklauso tarnybų, vadovai, atskirų funkcinių padalinių vadovai. Viduriniojo lygio vadovai atsiskaito aukščiausiojo lygio vadovams.

Žemiausiojo lygio vadovai - tiesiogiai vadovauja darbuotojams, gaminantiems prekes ar teikiantiems paslaugas. Šio lygio vadovai vadovauja ribotos kompetencijos ir atsakomybės užduotims ir atsako už užduočių atlikimą, tuo pačiu kontroliuodami jų vykdymą. Šiems vadovams

planavimas užima nedaug laiko, jie privalo laiku atpažinti ir spręsti konfliktus bei gerai sutarti su pavaldiniais. Šiems vadovų lygiui priklauso vyr. specialistai, skyrių vedėjai, vyr. medicinos seserys ir kt. Šie vadovai atsiskaito viduriniojo lygio vadovams. Žemiausiojo lygio vadovams daugiausia reikia techninių įgūdžių, aukščiausiojo lygio vadovams daugiausia reikia konceptualinių sugebėjimų, o žmogiškųjų sugebėjimų reikia visų lygių vadovams.

Vienas veiksmingiausių būdų įgyti vadovo žinių ir gebėjimų – išbandyti įvairiausias situacijas. Tam taikomi mokymosi metodai – mokymasis darant arba imitavimas, t. y. virtualios aplinkos, atitinkančios tikros aplinkos laiką ir erdvę, pritaikymas (Jakubavičius ir kt., 2014). Vadovo imitavimas padeda atlikti strateginius sprendimus, pritaikant principus, kurie buvo teoriškai išmokti. Imitavimas ypač naudingas kaip mokymosi įrankis, nes modeliuoja tikrovės aspektus saugioje aplinkoje tokiu būdu leidžia besimokantiejiems daryti klaidas be investicijų praradimo (Strazdienė, Geležinienė, 2008). Martinkienė (2008) teigia, kad vadovo imitacinė įmonė yra studentų praktinių įgūdžių formavimo metodas. Autoriai išskyrė gebėjimus, kurie svarbūs vadovui.



5 pav. Vadovo gerosios savybės

Visi vaidmenys tarpusavyje glaudžiai susiję. Tarpasmeninių santykių palaikymo vaidmenis lemia vadovo pozicija. Bendraudamas su žmonėmis, vadovas kaupia informaciją ir ją apdorojęs perduoda ne tik savo organizacijos nariams, bet ir išorės institucijoms. Turėdamas reikalingą informaciją, vadovas priima organizacijos veiklai reikalingus sprendimus. Žinoma ne visi išvardinti vaidmenys yra vienodai ryškūs ir svarbūs visų lygių vadovams. H.S. Zuckerman ir W.L.

Tai iniciatyvumas, komunikaciniai, organizaciniai, problemų sprendimo gebėjimai, pasitikėjimas savimi, atkaklumas, kūrybingumas, vadovavimo gebėjimai, komandinio darbo, derybiniai gebėjimai ir finansinis išvalgumas ugdymas svarbus visame visą gyvenimą truncančiame mokymosi procese, visoms mokymosi disciplinoms ir visoms ugdymo ir mokymosi formoms (formaliajam, neformaliajam ir savišvietai), kurios prisideda ugdant verslumo dvasią ar elgesį turint komercinį tikslą arba jo neturint“ (Vadovų ugdymas Europos mokyklose. Rinkos analizė apima visus organizacijos veikimo aspektus. Tai apima išorinius ir vidinius vartotojus (gydytojus, pacientus, vadovus ir kt.) ir organizacijos padėtį rinkoje. Vadovas lyderio vaidmenyje, H.S. Zuckerman ir W.L. Dowling modelyje, yra atsakingas už motyvavimą ir valdymą tų kurie padeda pasiekti organizacijai aukščiausius tikslus. Vadovas turi sukurti palaikomą aplinką ir siekti

organizacijos prioritetų. Modeliuotojo vaidmenyje vadovas prioritetą teikia svarbus organizacijos struktūrai, naujovėms ir pasikeitimams, gamybinėms funkcijoms, informacinėms sistemoms ir galiausiai kokybės gerinimui. Modeliavimas ir restruktūrizavimas yra tebevykstantys procesai kurie reikšmingi naujų rinkų, produktų ar paslaugų kūrimui, ir pašalina egzistuojančias problemas. Vadovo ugdymas apima vadovo žinias, vadovo įgūdžių ugdymą ir vadovo nuostatas. Vienas iš mokymo metodų įgytas žinias ir gebėjimus pritaikyti praktikoje – vadovų imitacinių įmonių kūrimas.

Vadovas stratego vaidmenyje, ryšį tarp organizacijos ir išorinės aplinkos turi palaikyti dviem būdais - vadovas turi įtakoti ir reaguoti į aplinką. Kad taip būtų, vadovas turi nuolatos stebėti, atpažinti ir vertinti aplinką, kuri gali paveikti organizaciją. Kai vadovas mąsto strategiškai, jis galvoja, kaip pritaikyti organizaciją prie išbandymų ir galimybių, kurias suteikia išorinė organizacijos aplinka. Dalį strateginio mąstymo ir veikimo sudaro situacijos analizė, tam, kad vadovas galėtų atpažinti ir tinkamai įvertinti išorinės aplinkos teikiamą informaciją.

Turizmo įmonių vadovų vaidmuo pandemijos metu

Susisiekus su dviejų turizmo įmonių vadovais buvo gauti šie atsakymai. Žemiausio lygio vadovas savo stateginiais veiksmais pasidalino, kaip atsaugo klientus ir pačius darbuotojus. Pirmiausiai ėmėsi visų saugumo priemonių, tokių kaip apsaugines kaukės, pirštines visiems padaliniais išsiuntė, ribojimų kiek galimą jų pasiimti tikrai nėra, yra pastatyti definfekciniai skyščiai. Antra, labai atsakingas yra darbuotojų priežiūra parduotuvių, kas valandą reikia dezinfekuoti, ten kur daržniausiai liečiasi klientai ir visus kitus paviršius, yra ribojimi lankytojų skaičiai. Pabaigoje, yra atsakingai deliojama darbuotojų grafikai, mes labai lanksčiai deliojame kiekvienam darbo laiką, stengiamės, kad darbuotojai kuo rečiau susitiktų vienas su kitu.

Vidutinio lygio vadovai pasidalino savo stateginiais veiksmais, iš aukščiausio lygio vadovų gavo nurodymus apie organizacijos strategiją, ir pavertė juos konkrečiomis programomis, kurias vykdo žemiausio lygio vadovai. Pirmiausiai rengia vidutinio laikotarpio konkrečius planus, ėmėsi visų saugumo priemonių, tokių kaip apsaugines kaukės, pirštines visur yra pastatyti definfekciniai skyščiai, Antra, labai atsakingas yra darbuotojų priežiūra visų teiraujamasis ar viskas gerai, neserga, jai yra koks negalavimas yra tam skirtas telefonas išgarto gali informuoti vadovą, o darbuotojai dezinfekuojasi rankas. Visi darbuotojai, kas gali ir nori dirba iš namų ir saugo save namuose. taip pat juos koordinuoja vid. lygio vadovai ir atsiskaito aukščiausio lygio vadovams.

Aukščiausio lygio vadovai buvo susitikę prieš paskelbiant karantiną apsvarstyti visų galimų organizacijos veiklų, nustatyti organizacijos tikslus, strategiją ir politiką, tam, kad būtų pasiektas bendras jos tikslas bei reguojama efektyviai į pandemijos grėsmes.

Tai įrodo, kad vadovams yra labai svarbūs žmonės ir jų apsaugojimas, aplinka. Stengiasi kuo labiau prižiūrėti savo įmonės, savo komandas ir palaikyti tvarką, koordinuoja visą sistemą, bendrauja vienas su kitu ir palaiko ryšius su darbuotojais. Tai lemia sėkmingos ir gerai veikiančios pandemijos metu įmonės darbą ir palaikymą.

IŠVADOS

1. Mokslinės literatūros analizė parodė, kad vadovo ugdymas aprėpia vadovo žinias, vadovo įgūdžių ugdymą ir vadovo nuostatas. Vadovo gebėjimai priklauso ne tik nuo įgimto polinkio vadovauti, bet ir nuo įgytų žinių mokantis. Imitacinių bendrovių steigimas vienas iš metodų įgytas žinias ir gebėjimus išbandyti įvairiausiose situacijose. Tarp svarbiausių asmeninių savybių, susijusių su vadovo įgūdžiais yra asmens sugebėjimas idėjas paversti veiksmais. Atlikus palyginimą tarp pavaduotojų ir administratorių nurodė, jog jų manymu vadovu tampama, dauguma vadovų nuomone yra gimstama.

2. Apibendrinus tyrimo duomenis, buvo nustatyti statistiškai reikšmingi skirtumai tarp įvairias pareigas užimančių vadovų, vertinant juos valdymo sugebėjimų aspektu: dažniausiai į kiekvieną skundą reaguoja vyr. slaugytojos – slaugos administratorės, padėjėjos, o rečiausiai tai

daro vadovai. Daugumai vadovų pasirinko stratego vaidmenį, o lyderio vaidmenį didžiąją dalimi rinkosi skyriaus vadovai, vyr. slaugytojos – slaugos administratorės teigė, kad jų darbe svarbiausias bendraujančiojo vaidmuo.

3. Tyrimo rezultatai parodė, kad visi vadovai labai stengiasi laikytis visų rekomendacijų stengiasi, dėl savo klientų ir savo darbuotojų saugumo.

LITERATŪRA

1. COVID-19 pandemija (2020). Paimta iš wordometers [žiūrėta 2020-11-05]. Prieiga per internetą: https://covid19.who.int/?gclid=CjwKCAiA17P9BRB2EiwAMvwNyHpaUnlmtF-qWeg5oxbZuQSHU0vMXM4IjzlTaX3Wk3-mpGpk6n4cshoCudcQAvD_BwE
2. COVID-19 poveikis turizmui (2020). Paimta iš marketwatch [žiūrėta 2020-11-05]. Prieiga per internetą: <http://www.vvtat.lt/naujienos-ir-pranesimai-ziniasklaidai/377/tikrasis-covid-19-poveikis-kelioniu-organizatoriams-dar-pasimatys:1473>
3. Pandemijos paveikusias turizmą (2020). Paimta iš tandfonline [žiūrėta 2020-11-05]. Prieiga per internetą: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/S1574-871520140000014017/full/html>
4. Koronavirusas (2020). Paimta iš NVSC [žiūrėta 2020-11-05]. Prieiga per internetą: <https://sam.lrv.lt/koronavirusas>
5. Vadovų atsakomybė (2019). Paimta iš žurnalo [žiūrėta 2020-11-05]. Prieiga per internetą: <https://www.manoukis.lt/mano-ukis-zurnalas/2017/05/imones-vadovo-atsakomybe/>
6. Vadovų pareigos (2019). Paimta iš VTEK [žiūrėta 2020-11-05]. Prieiga per internetą: <https://www.vtek.lt/index.php/15-kontroliuojantiems/26-vadovu-pareigos-ir-atsakomybe>
7. Gero vadovo savybės (2020). Paimta iš tandfonline [žiūrėta 2020-11-05]. Prieiga per internetą: <http://alkas.lt/tag/turizmas/>
8. Kaip pandemija paveikė turizmo įmonės (2020). Paimta iš Verslo žinių [žiūrėta 2020-11-05]. Prieiga per internetą: <https://www.vz.lt/paslaugos/2020/08/21/pandemija-traisko-lietuvos-turizmo-sektoriukas-desimta-imone-uzsidare-ir-tai-ne-pabaiga>

THE ROLE OF TOURISM COMPANY MANAGERS DURING THE PANDEMIC COVID - 19 YEARS

ERIKA PERVAINYTĖ

Kolping University of Applied Sciences
Consultant doc. dr. R. Navickienė

SUMMARY

The presentation of the article, due to irresponsible behavior, causes a lot of infected cases, Due to the ability of managers to actively coordinate them decreases. And the numbers don't grow even more. Still, the easiest way to protect everyone is humanity, understanding, and help to be much healthier.

APLINKOSAUGINĖS PROGRAMOS „MĖLYNOJI VĖLIAVA” REIKALAVIMAI PAPLŪDIMIAMS

GABRIELĖ POVAŽAJEVAITĖ

Kolpingo kolegija

Vadovė dr. Regina Navickienė

ANOTACIJA

Mėlynosios vėliavos paraišką teikia institucija, pagal galiojančius teisės aktus atsakinga už paplūdimį. Tai gali būti savivaldybė, viešbutis, privatus paplūdimio operatorius. Mėlynosios vėliavos apdovanojimas gali būti suteiktas paplūdimiui, turinčiam oficialiai įteisintą maudyklą; atitinkamą Mėlynosios vėliavos kriterijais apibrėžiamą infrastruktūrą ir paslaugas. Mėlynosios vėliavos programos koordinatorius pasilieka teisę bet kuriame paplūdimyje nuleisti vėliavą, jei aptinkama pažeidimų. Pakelti ją galima tik tada, kai visi trūkumai pašalinami.

IVADAS

Mėlynoji vėliava yra savanoriška sertifikavimo sistema paplūdimiams ir prieplaukoms. Tai tarptautinis paplūdimio kokybės ženklas, reiškiantis, kad čia yra viskas, ko reikia poilsiautojui – įrengta tinkama infrastruktūra, budi gelbėtojai, rūpinamasi švara ir aplinkosauga. Ji skirta savivaldybėms, plėtojančioms turizmo paslaugas. Beje, turi iškeltus griežtus kriterijus ir dažnai, iš anksto nepranešamus patikrinimus, kurie padeda užtikrinti, kad Mėlynosios vėliavos objektai atitiktų nustatytus standartus. Visame pasaulyje žinomas, pripažįstamas ir kasmet populiarėjantis ekologinis ženklas pradėtas įgyvendinti Prancūzijoje 1985 metais, o už Europos ribų – Pietų Afrikos Respublikoje 2001 metais. Paskutiniu metu, pasaulyje buvo apdovanoti 4664 paplūdimiai 46 valstijose.

Mėlynosios vėliavos programos aplinkosauginio švietimo ir informavimo, vandens kokybės, aplinkosaugos valdymo, saugumo ir paslaugų kriterijais, pakrantės zonose siekiama įgyvendinti darnaus vystymosi principus. Programos pagalba taip pat siekiama apjungti turizmo ir aplinkos sektorius lokaliu, regioniniu bei nacionaliniu lygmenimis. Pagrindiniai Mėlynosios vėliavos programos tikslai – gerinti pakrantės zonos aplinką bei skatinti įtraukti aplinkosaugos klausimus į politinių sprendimų priėmimus savivaldybėse. Pagrindiniai principai - teigiamas įvaizdis, savanoriška veikla, nepriklausomas procesas ir kriterijų pritaikomumas, gera reklama siekiant sudominti tiek vietas, tiek užsienio turistus (Lietuvos maudyklos, 2005).

Straipsnyje keliamas **tikslas**: išsiaiškinti Mėlynosios vėliavos programos reikalavimus paplūdimiams.

Straipsnyje sprendžiami **uždaviniai**:

1. Išnagrinėti Mėlynosios vėliavos programos kriterijus.
2. Aptarti Mėlynosios vėliavos programos kriterijų neatitikimo lygius.

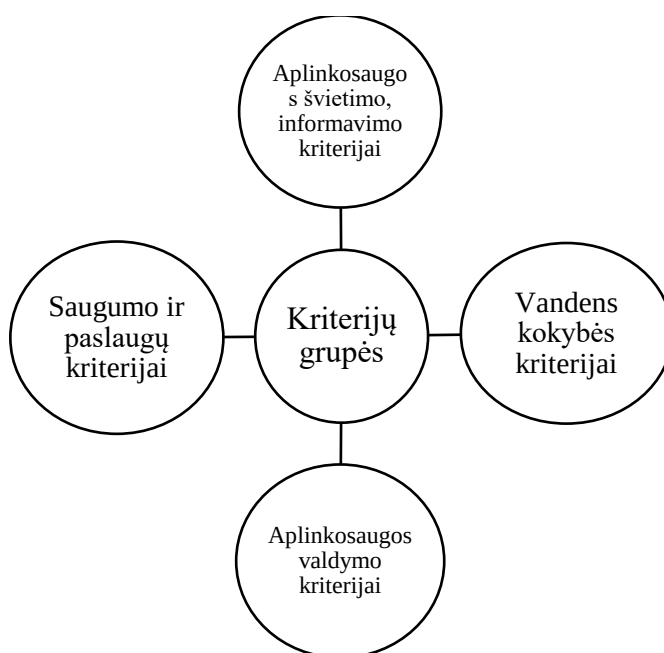
Straipsnyje nagrinėjamas **objektas**: Mėlynosios vėliavos programos kriterijai.

Tyrimo metodai: atlikta teorinė mokslinės literatūros, interneto šaltinių analizė, empirinė - dokumentų analizė, atvejo analizė, apibendrinimas.

MĖLYNOSIOS VĖLIAVOS PROGRAMOS KRITERIJAI

Siekdamos Mėlynos vėliavos apdovanojimo, savivaldybės ir paplūdimius prižiūrinčios institucijos turi įgyvendinti visą privalomą kriterijų sąrašą, kuris yra sudarytas iš 4 grupių (žr. 1 pav.) Dauguma kriterijų yra privalomi, o tai reiškia, jog paplūdimius prižiūrinčios institucijos ir savivaldybės, siekdamos gauti Mėlynosios vėliavos apdovanojimą privalo juos įgyvendinti, keletas

rekomenduojamojo pobūdžio, kas reiškia, kad jų derėtų įgyvendinti kaip įmanoma daugiau. Dar kiti yra taikomi atsižvelgiant į regionus (The Foundation for Environmental Education, 2006).



1 pav. Kriterijų grupės

Aplinkosaugos švietimo ir informavimo kriterijai:

Paplūdimio informaciniame stende turi būti pateikiama informacija apie:

- pakrantės zonos ekosistemas ir pakrantės zonoje esančias gamtiškai jautrias teritorijas;
- informacija apie paplūdimio maudyklos vandens kokybę;
- informacija apie Mėlynosios vėliavos programą;
- elgesio paplūdimyje taisyklės;
- informacija apie aplinkosaugos švietimo veiklas;
- paplūdimio zonos žemėlapis, kuriame pažymėti atitinkami paplūdimyje esantys objektai.

Vandens kokybės kriterijai:

- paplūdimyje privalo būti bent vienas vandens mėginių ėmimo taškas, o ištirta maudyklos vandens kokybė privalo atitikti nustatytus standartus;
- pramoninės ar buitinės nuotekos negali pakenkti paplūdimio zonai.

Aplinkosaugos valdymo kriterijai:

- vietos savivalda turi įsteigti paplūdimio aplinkosaugos valdymo komitetą;
- paplūdimyje (pakrantės zonoje) vykdoma veikla privalo atitikti teisės aktus;
- administruojant gamtiškai jautrią teritoriją turi būti taikomos atitinkamos priemonės;
- paplūdimys turi būti švarus;
- dumbliai turi būti paliekami pakrantėje suirti (kol nesukelia nepatogumų);
- turi būti pakankamai tinkamai įrengtų ir prižiūrimų šiukšliadėžių/konteinerių;
- paplūdimyje poilsiautojams turi būti sudarytos galimybės rūšiuoti atliekas;
- paplūdimyje turi būti įrengti sanitariniu požiūriu tinkami tualetai;
- paplūdimyje neleidžiamas nesankcionuotas stovyklavimas, transporto priemonių eismas, sąvartynai;

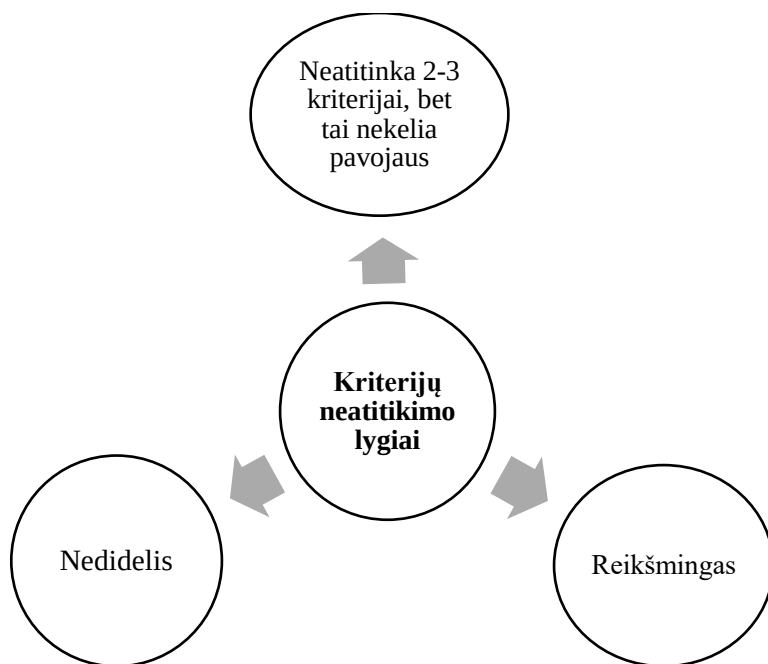
- paplūdimyje turi būti griežtai kontroliuojamas šunų ir kitų naminių gyvūnų vedžiojimas;
- visi pastatai ir įrenginiai, esantys paplūdimio zonoje, turi būti tinkamai tvarkomi ir prižiūrimi;
- paplūdimio zonoje turi būti skatinamas ekologiškai švarių transporto priemonių naudojimas.

Saugumo ir paslaugų kriterijai:

- sezono metu paplūdimiai turi būti prižiūrimi tinkamą kvalifikaciją turinčių gelbėtojų ir/arba numatytos gelbėjimo priemonės su aiškiomis naudojimosi instrukcijomis;
- paplūdimyje turi būti pirmosios pagalbos priemonės;
- siekiant išvengti konfliktinių situacijų, paplūdimiai turi būti tinkamai ženklinami;
- turi būti sudarytas avarinių situacijų planas taršos atvejams likviduoti;
- paplūdimyje turi būti taikomos atitinkamos saugumo priemonės;
- paplūdimyje turi būti įrengti geriamojo vandens šaltiniai;
- bent viename savivaldybės mėlynąja vėliava apdovanotame paplūdimyje turi būti įrengtas žmonėms su negalia pritaikytas takas bei tualetas.

Mėlynosios vėliavos programos kriterijų neatitikimo lygiai

Jei paplūdimys neatitinka Mėlynosios vėliavos kriterijų, vėliava turi būti nuleidžiama laikinai arba neišsprendus nurodytų trūkumų per 10 dienų – visam likusiam sezonui. Kriterijų neatitikimams yra išskirti keli lygiai (žr. 2 pav.).



2 pav. Kriterijų neatitikimo lygiai

1. Nedidelis neatitikimas kriterijams: paplūdimys neatitinka vieno kriterijaus, tačiau dėl to nėra sukeliamas didelė grėsmė poilsiautojų saugumui ir sveikatai bei gamtinei aplinkai. Kai užfiksuojamas toks neatitikimas, turi būti skubiai reaguojama, tačiau Mėlynoji vėliava nėra nuleidžiama, o neatitikimo faktas fiksuojamas kontrolinio vizito ataskaitoje.

2. Paplūdimys neatitinka kelių kriterijų (2-3), tačiau dėl to nėra sukeliamas didelė grėsmė poilsiautojų saugumui ir sveikatai bei gamtinei aplinkai. Vėliava yra nuleidžiama, iki tol, kol trūkumai pašalinami.

3. Reikšmingas (didelis) neatitikimas kriterijams: paplūdimys neatitinka vieno ar daugiau kriterijų, dėl kurių yra keliama grėsmė poilsiautojų saugumui ir sveikatai, gamtinei aplinkai bei bendrai paplūdimio būklei. Kai užfiksuojamas toks neatitikimas – Mėlynoji vėliava nuleidžiama visam likusiam sezonui, o paplūdimio informaciniame stende turi būti pateikta informacija apie šį faktą.

IŠVADOS

1. Mėlynosios vėliavos apdovanojimas paplūdimiams yra suteikiamas atsižvelgiant į kriterijų sąrašą. Jis yra sudarytas iš 4 grupių - aplinkosauginio švietimo ir informavimo, vandens kokybės, aplinkosauginio valdymo, saugumo ir paslaugų. Dauguma kriterijų yra privalomi, keletas rekomenduojamojo pobūdžio.

2. Jei paplūdimys neatitinka kriterijų, vėliava turi būti nuleidžiama laikinai arba neišsprendus nurodytų trūkumų per 10 dienų – visam likusiam sezonui. Kriterijų neatitikimams yra išskirti: nedidelis, pavojaus nekeliantis, reikšmingas lygiai.

LITERŪRA

1. ES teisės aktų poveikis savivaldybėms: http://www.lsa.lt/esta/?area_id=01&id=29 [žiūrėta 2020-10-27]
2. http://www.gamtostyrimai.lt/uploads/publications/docs/228_8f9a3492982ac96cf93646fd36a120d1.pdf
3. Lietuvos maudyklos. 2005. Vilnius: Higienos institutas, Lietuvos sveikatos apsaugos ministerija. 23 p.
4. LR HN 92:1999 „Paplūdimiai ir maudyklos“.
5. Mėlynosios vėliavos paplūdimiai: <https://www.blueflag.global/Menu/News> [žiūrėta 2020-10-20]
6. Mėlynosios vėliavos paplūdimių kriterijai: <http://www.melynojiveliava.lt/melynosios-veliavos-kriterijai-papludimiams/> [žiūrėta 2020-10-20]
7. Mėlynosios vėliavos paraiškos: <http://www.melynojiveliava.lt/paraisku-teikimas/> [žiūrėta 2020-10-24]
8. Mėlynosios vėliavos programa: <http://www.melynojiveliava.lt/apie/> [žiūrėta 2020-10-20]
9. The Foundation for Environmental Education. 2006. Awards for Improving the Coastal Environment: The example of the Blue Flag. Copenhagen. 36 p
10. Informacija paplūdimių savininkams: <https://www.blueflag.global/blue-flag-for-boat-owners> [žiūrėta 2020-10-22]

ENVIRONMENTAL PROGRAM BLUE FLAG REQUIREMENTS FOR BEACHES

GABRIELĖ POVAŽAJEVAITĖ

Kolping University of Applied Sciences

Tutor lect. Dr. Regina Navickienė

ANNOTATION

Blue Flag application authority responsible for the beach under current legislation. It can be a municipality, a hotel, a private beach operator. The Blue Flag award can be given to a beach that has an officially legal bathing area; relevant structural infrastructure and services as defined by the Blue Flag criteria. The Blue Flag Program Coordinator reserves the right to lower the flag on any beach if violations are detected. It can only be raised when all defects have been rectified.

JAUNIMO UŽIMTUMO RODIKLIŲ DINAMIKA LIETUVOJE

TOMA ŠALTYTĖ, LUKRECIJA TRUMPAITĖ

Utenos kolegija

Konsultavo doc. dr. Sandra Jakštienė

ANOTACIJA

Straipsnyje gilinamasi į jaunimo užimtumo rodiklių dinamiką Lietuvoje. Tyrimo mokslinė problema suformuluota, iškeliant probleminį klausimą: kaip kinta jaunimo užimtumas Lietuvoje? Tikslas – atlikti jaunimo užimtumo rodiklių dinamikos analizę Lietuvoje. Tyrimo metodai: mokslinės literatūros analizė, statistinių duomenų analizė, duomenų lyginimas ir grupavimas. Empirinio tyrimo rezultatai parodė, kad analizuojamu laikotarpiu jaunimo darbo jėga sumažėjo 21,4 tūkst. asmenų. Iš tyrimo duomenų matyti, kad jaunimo darbo jėgos aktyvumo lygis analizuojamu laikotarpiu padidėjo 2,3 procentinio punkto. Tyrimo duomenys rodo, kad NEET jaunimo skaičius sumažėjo 1,9 procentinio punkto, o jaunimo nedarbo lygis šalyje taip pat sumažėjo 8,2 procentiniu punktu. Gauti tyrimo rezultatai reikšmingi analizuoti jaunimo užimtumo problematiką ir užimtumo pokyčius šalyje bei tyrinėti tolesnes jaunimo užimtumo galimybes šalyje. Tyrimo nagrinėta jaunimo užimtumo dinamika gali padėti priimti praktinius sprendimus, vertinant su jaunimo užimtumu susijusias problemas.

Pagrindinės sąvokos: jaunimas, užimtumas, jaunimo politika.

IVADAS

Temos aktualumas. Jaunimo užimtumo klausimai svarbūs ne tik Lietuvos, bet ir Europos Sąjungos (toliau – ES) kontekste. ES ir jos valstybės narės imasi konkrečių priemonių, kad sukurtų geresnes užimtumo, švietimo ir kitas solidarumo veiklos galimybes jauniems europiečiams. ES siūlo sustiprinti pastangas remti jaunos žmonės: geresnės galimybės įsidarbinti, geresnės galimybės pasitelkus švietimą ir mokymą, geresnės solidarumo, judumo mokymosi tikslais ir dalyvavimo galimybės (<https://www.consilium.europa.eu/lt/policies/youth-employment/>). Jaunimo užimtumui įtakos turi ne tik neįgyta arba įgyta nepakankama profesinė kvalifikacija, jaunuolių atkaklumo, darbo paieškos įgūdžių stoka, darbo vietų kokybė, bet ir Lietuvos ekonominės raidos pokyčiai. Ekonominiai svyravimai daro tiesioginį poveikį užimtumui. Kylant šalies ekonominiam lygiui, užimtumas didėja ne tik tarp vyresnių žmonių, bet ir jaunimas geriau integruojasi į darbo rinką.

Jaunimo užimtumo klausimai aktualūs ne tik Lietuvos (Moskvina, Okunevičiūtė-Neverauskienė, 2008; Beržinskienė, Juozaitienė, 2011; Repečkienė, Kvedaraitė ir kt., 2012; Jakštienė, Purvinis, Susnienė, 2013; Jakštienė, S. Meištė, R. ir kt., 2015), bet ir užsienio šalių mokslininkų ir tyrėjų (Nam, 2010; Moscarola, 2010) tarpe. Tyrimai yra aktualūs ir reikalauja nuolat analizuoti jaunimo užimtumo klausimus, o tyrimo rezultatai svarbūs spręsti su jaunimo užimtumu susijusias problemas. Tyrimo problemą galima suformuluoti šiuo klausimu: *kaip kinta jaunimo užimtumas Lietuvoje?*

Tyrimo objektas – jaunimo užimtumas.

Tyrimo tikslas – išanalizuoti jaunimo užimtumo rodiklių dinamiką Lietuvoje.

Uždaviniai:

1. Atlikti užimtumo teorinių pagrindų analizę.
2. Atlikti jaunimo užimtumo rodiklių dinamiką Lietuvoje 2014-2018 m. laikotarpiu.

Tyrimo metodai: mokslinės literatūros analizė, statistinių duomenų analizė, duomenų grupavimas ir lyginimas.

UŽIMTUMO TEORINIŲ PAGRINDŲ ANALIZĖ

Užimtumo samprata

Anot R. Vainienės, „dirbančių darbingo amžiaus žmonių skaičiaus santykis, palyginti su visa darbo jėga. Visiškas užimtumas būna tada, kai visi norintys įsidarbinti asmenys gali rasti darbo. Sezoninis užimtumas yra laikinas užimtumas sezoniškumą patiriančiose srityse. Priešingos reikšmės terminas – nedarbas“ (<http://zodynas.vz.lt/Uzimtumas>).

Užimtumo sąvoka ekonominėje literatūroje glaudžiai siejama su darbo kategorija. Kaip teigia D. Beržinskienė ir B. Martinkus (2001), laikui bėgant, darbas tapo žmogaus esmės sudedamąja dalimi ir virto neatsiejamu nuo laisvės. Įvairių autorių darbo sąvokos apibrėžimų formuluotės pateiktos pirmoje lentelėje.

1 lentelė

Darbo kategorija ir jos apibrėžimai

(sudaryta darbo autorių, remiantis J. Špakauskienė, 2016, S. Jakštienė, 2013)

Autoriai	Kategorija ir jos apibrėžimai
Хэйнэ П. (1992)	Pabrėžė darbo ir produktyvumo ryšį. Išskirta produktyvi ir neproduktyvi veikla. Šios krypties šalininkai akcentavo, kad produktyvumo skatinimas didina tautos turtingumą, o egoistiška veikla atmetama kaip neteikianti naudos.
Leonavičius (1993)	Darbas - tai tikslinga, visuomenei naudinga žmogaus veiklos forma, sukurianti visus jam reikalingus, poreikiams tenkinti būtinus, daiktus ir formuojanti patį žmogų, ugdanči jo sąmonę bei kalbą ir daranti jį sugebantį bendrauti.
Jenkins (1997)	Darbas gali turėti net keletą prasmų ir paskirčių: jis gali būti būtinybė, kūryba, sveikata, gėris, solidarumas, bendro tikslo siekimas, gyvenimo prasmė.
Franbach (1999)	Neoklasikinės teorijos kontekste darbas suprantamas kaip visuma žmogaus fizinės energijos, nukreiptos į veiklą, siekiant gauti naudą.
Matulionis (2001)	Darbas yra sąmoninga, universali ir organizuota žmogaus veikla, kurios turinys ir pobūdis yra sąlygojami darbo priemonių išsivystymo lygio ir visuomeninių santykių ypatybių, o žmogus šioje veikloje save įtvirtina kaip visuomenės narį, kuriantį materialines ir dvasines vertybes savo esminiams poreikiams patenkinti.
Jakštienė (2013)	Veikla ir ekonominiai, teisiniai santykiai tarp žmonių dalyvaujančių darbo kooperacijoje, o jo didinimas, prisideda prie asmenų gerovės bei šalies socialinės ir ekonominės plėtros.

Iš lentelės duomenų matyti, darbas yra veikla, kuri susijusi su užimtumo samprata, kuria užsiima žmogus, tai gali būti išreikšta tiek fiziniais tiek protiniais asmenų sugebėjimais. Darbas yra apibūdintas kaip nauda visuomenei, tai yra nauda žmogui, darbas yra sveikata, gėris.

Apibendrinant galima teigti, kad užimtumas yra ne tik veikla, bet ir ekonominiai, teisiniai santykiai tarp žmonių, didinantys pačių asmenų gerovės ir šalies socialinį-ekonominį vystymą.

Nedarbo samprata

Priešingos reikšmės terminas užimtumo terminui yra nedarbas. Apibendrinta įvairių autorių analizė pateikiama 2 lentelėje.

2 lentelė

Nedarbo sampratos apibūdinimas

(J. Špakauskienė, 2016)

Autorius / metai	Nedarbo samprata
Davulis (2003)	Termino „nedarbas“ atsiradimas buvo vienas pagrindinių indikatorių, žymėjusių moderniosios nedarbo sampratos atsiradimą.
Tartilas (2005)	Plačiąja nedarbas - viena svarbiausių neefektyvaus gamybos išteklių panaudojimo priežasčių. Visuomenė praranda galimybę pagaminti ir įsigyti papildomų prekių ir paslaugų

Rakauskienė (2006)	Nedarbas tai būklė, kai visuminių išlaidų apimtis yra per maža, kad būtų galima pasiekti visiško užimtumo būseną, todėl tokiu atveju valstybė privalo taip pat papildyti privačias išlaidas, kad visuminės išlaidos (privačių ir valstybinių išlaidų suma) būtų pakankamos, siekiant užtikrinti visiško užimtumo būseną ekonomikoje.
Petraškevičius, Stepanovas, Šečkutė ir kt. (2007)	Aukštas nedarbo lygis sutrikdo socialinių procesų eigą visuomenėje, sukuria jų patologines formas.
Brazdienė, Mikutavičienės (2013)	Nedarbas – socialinis reiškiny, turintis įtakos visuomenės gyvenimo kokybei (nedirbantys asmenys patiria gyvenimo lygio smukimą, praranda pajamų šaltinį).
Čiegis (2013)	Natūralus nedarbo lygis nėra kažkas nekintamo, nes kinta darbo jėgos demografinė sudėtis, vyksta instituciniai bei socialiniai pokyčiai. Atsiradusios nedarbo pašalpos neskatina skubėti, praradus vieną darbą tuoj pat užimti kitą darbo vietą, nes įvairių paramos išmokų bedarbiams suma yra didesnė negu siūlomas atlyginimas.

Kaip matyti iš literatūros analizės, nedarbas glaudžiai siejamas ne tik su ekonominiais nuostoliais, bet ir labai ryškus socialinis aspektas arba socialinės pasekmės. Nedarbas įtakos turi visos šalies ekonomikai.

Jaunimo užimtumo politika Lietuvoje

2019 m. gegužės 22 d. Europos Vadovų Taryba priėmė išvadas „Jaunuoliai ir darbo ateitis“. Šiose išvadose daugiausia dėmesio skiriama konkrečioms klausimams, su kuriais susiduria jauni žmonės dabartinėje darbo aplinkoje: nesaugumas, socialinės apsaugos stygius, dirbančiųjų skurdas, mažų garantijų darbo sąlygos. Išvadose siūlomos kelios priemonių šiems klausimams spręsti: *prisitaikančios ir reaguojančios švietimo ir mokymo sistemos, visą gyvenimą trunkančio mokymosi skatinimas, sklandaus perėjimo iš švietimo sistemos į darbo rinką ir iš vieno darbo į kitą užtikrinimas, lygių galimybių gauti kokybišką darbą visiems jaunuoliams ateityje užtikrinimas* (<https://www.consilium.europa.eu/lt/policies/youth-employment/#>).

Analizuojant jaunimo užimtumo klausimus Lietuvoje yra svarbu išanalizuoti jaunimo užimtumui taikomas skatinimo priemones. Jaunimo užimtumui didinti Lietuvoje yra įgyvendinama nemažai projektai (žr. lentelę 3).

3 lentelė

Jaunimo užimtumo didinimui ir nedarbo lygio mažinimui įgyvendinti projektai

(parengta darbo autorių remiantis Lietuvos Respublikos Socialinės apsaugos ir darbo ministerijos pateiktais duomenimis)

Projekto pavadinimas	Apibūdinimas
Būk aktyvus darbo rinkoje	Lietuvos darbo birža jaunimo užimtumo didinimui įgyvendino iš Europos socialinio fondo finansuotą projektą „Būk aktyvus darbo rinkoje“. Projekto tikslas prisidėti prie darbo rinkos paklausos ir pasiūlos suderinamumo, nedirbančių jaunuolių užimtumo, didinimo ir grąžinimo į darbo rinką.
Jaunimo užimtumo didinimas	Įgyvendinant projektą „Jaunimo užimtumo didinimas“ siekiama padidinti jaunų žmonių konkurencines galimybes, sudarant sąlygas įgyti trūkstamų darbo įgūdžių tiesiogiai darbo vietoje, ir padėti įsitvirtinti darbo rinkoje. Ši priemonė skatina darbdavius įdarbinti jaunus asmenis, kurie dažnai stokoja reikiamų įgūdžių. Pradėjus įgyvendinti programą, matyti didesnis darbdavių susidomėjimas jaunų asmenų įdarbinimu.
Integravimo į darbo rinką skatinimas	2011 metais pradėtas įgyvendinti Europos socialinio fondo finansuojamas projektas jo tikslas didinti ieškančių darbo asmenų konkurencines galimybes ir padėti įsitvirtinti darbo rinkoje arba įsidarbinti laikinai.
Laikinas užimtumas	Projekto tikslas sudaryti sąlygas bedarbiams turėti laikiną užimtumą ir palaikyti darbinis įgūdžius, užsidirbti pragyvenimui būtinų lėšų ir padidinti savo galimybes įsitvirtinti darbo rinkoje.

Jaunimo užimtumo skatinimas	Projektas tęs Užimtumo tarnybos prie Lietuvos Respublikos Socialinės apsaugos ir darbo ministerijos antrinės intervencijos projekto „Naujas startas“ veiklas, siekiant integruoti jaunuolius į darbo rinką. Projektas prisidės prie darbo rinkos paklausos ir pasiūlos suderinamumo, jaunų bedarbių užimtumo didinimo.
-----------------------------	--

Galima teigti, kad jaunimo užimtumo skatinimui yra taikoma nemažai priemonių. Jauniems žmonėms siūloma dalyvauti įvairiose užimtumo veiklose, įgyjant naujų profesinių žinių, praktikos, kompetencijų ir stažuotčių galimybių.

TYRIMO METODIKA

Problema – kaip kinta jaunimo užimtumas Lietuvoje?

Empirinio tyrimo tikslas – išanalizuoti jaunimo užimtumo dinamiką Lietuvoje 2014-2018 m.

Tyrimo naudojamas statistinių duomenų analizės metodas, taip pat duomenys grupuojami ir lyginami.

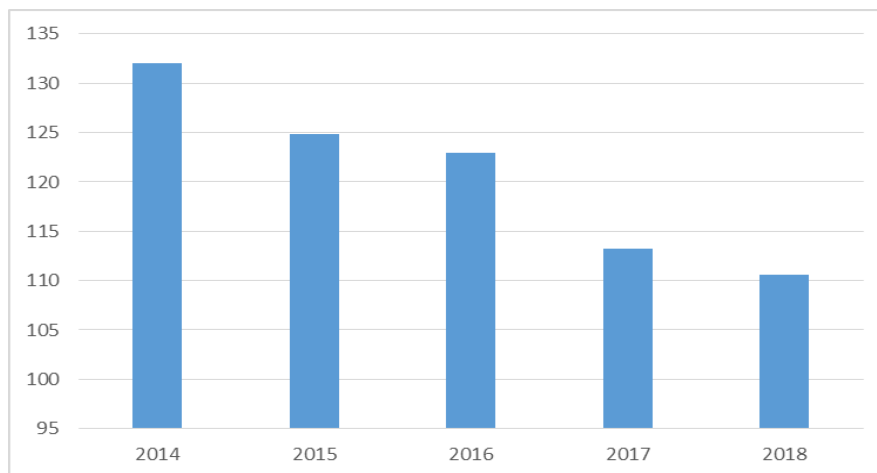
Tyrimo laikotarpis. 2014-2018 metai.

Tyrimo naudojami rodikliai. Siekiant analizuoti jaunimo užimtumo rodiklių pokyčius Lietuvoje, analizei pasirinkti šie rodikliai iš Lietuvos Statistikos departamento prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės (toliau – Lietuvos Statistikos departamentas prie LRV) pateiktos oficialiosios informacijos: darbo jėga, darbo jėgos aktyvumas, nedirbantys, nesimokantys ir mokymuose nedalyvaujantis jaunimas (NEET), nedarbo lygis.

Šiame tyrime jaunimas apibrėžiamas nuo 15-24 metų amžiaus.

Jaunimo užimtumo rodiklių dinamika Lietuvoje 2014-2018 m. laikotarpiu

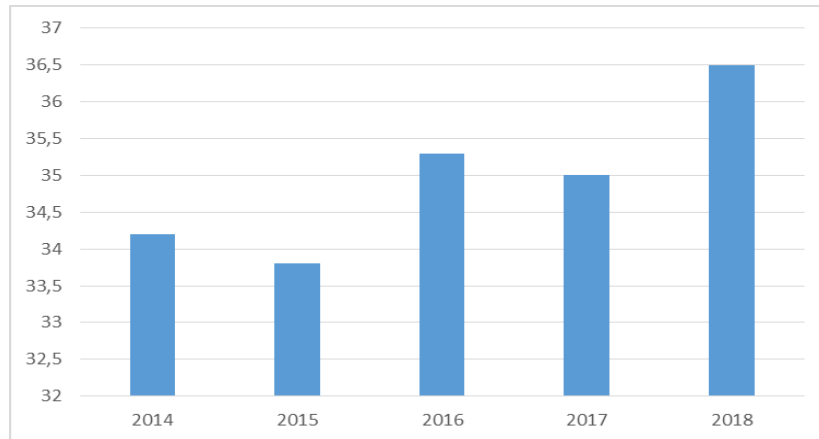
Norint geriau suprasti jaunimo užimtumo rodiklių dinamiką analizuojamu laikotarpiu, svarbu išsiaiškinti jaunimo darbo jėgos skaičių Lietuvoje (žr. 1 pav.).



1 pav. Jaunimo darbo jėgos dinamika 2014-2018 m., tūkst.

Kaip matyti iš 1 paveikslo, analizuojamu laikotarpiu pastebimas jaunimo darbo jėgos mažėjimas, tai yra darbo jėga sumažėjo nuo 132 tūkstančių 2014 metais iki 110,6 tūkstančio 2018 metais arba 21,4 tūkst. jaunuolių.

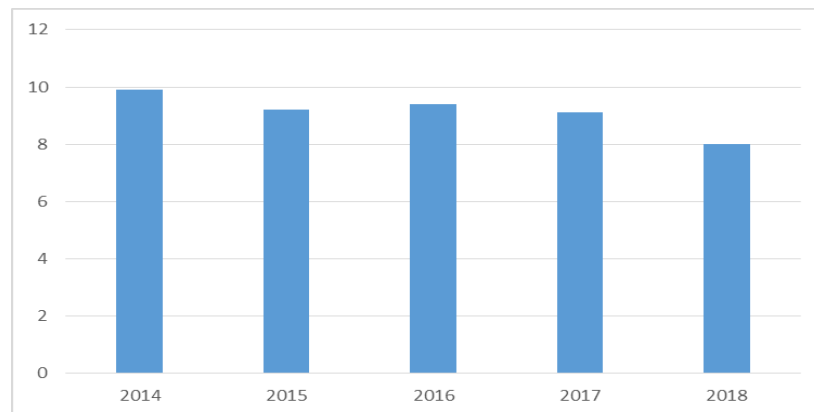
2 paveiksle pateikiamas jaunimo darbo jėgos aktyvumo lygis Lietuvoje 2014-2018 metais.



2. pav. Jaunimo darbo jėgos aktyvumo lygis 2014-2018 m., proc.

Kaip matyti iš 2 paveikslo, jaunimo aktyvumo lygis analizuojamu laikotarpiu turi tendenciją didėti. Mažiausias jaunimo darbo jėgos aktyvumo lygis pastebimas 2015 metais 33,8 procentai, o didžiausias aktyvumo lygis – 2018 metais 36,5. Lyginant 2014-2018 m. jaunimo darbo jėgos aktyvumo lygį, matyti, kad jis padidėjo nuo 34,2 proc. iki 36,5 proc. 2018 m. arba 2,3 procentinio punkto. Manytina, kad šalyje vykdoma jaunimo užimtumo politika ir įvairūs projektai skatina jaunimo aktyvumą įsitraukti į darbo rinką ir būti ekonomiškai aktyviais asmenimis.

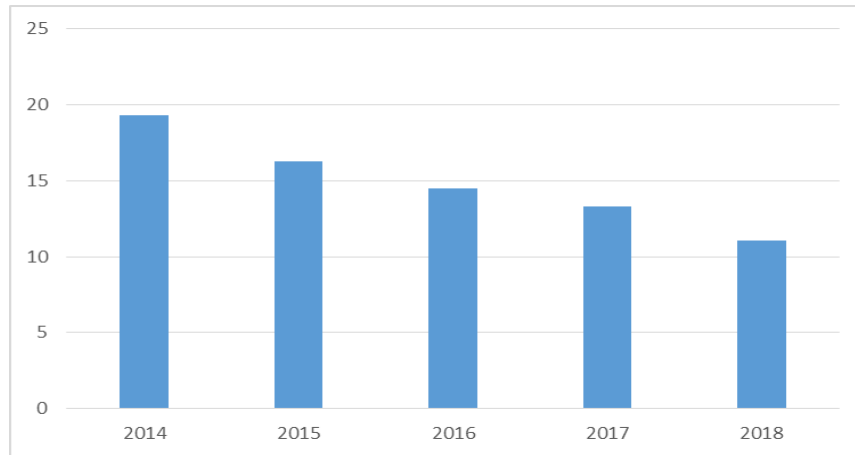
Dar vienas svarbus rodiklis, kuris siejamas su jaunimo užimtumu yra nedirbantys, nesimokantys ir mokymuose nedalyvaujantis jaunimas – NEET jaunimas (žr. 3 pav.).



3. pav. Nedirbantys, nesimokantys ir mokymuose nedalyvaujantis jaunimas 2014-2018 m., proc.

Kaip matyti iš 3 paveikslo, nedirbančio, nesimokančio ir mokymuose nedalyvaujančio jaunimo skaičius nėra pastovus, tačiau ir kinta jis nežymiai. Lyginant nesimokančio, nedirbančio ar mokymuose nedalyvaujančio jaunimo rodiklių dinamiką, pastebima, kad didžiausias NEET jaunimo skaičius buvo 2014 metais ir sudarė 9,9 proc., o mažiausias NEET jaunimo skaičius pastebimas 2018 metais ir sudarė 8 proc. Lyginant 2014-2018 m. NEET jaunimą, matyti, kad NEET skaičius sumažėjo nuo 9,9 proc. 2014 m. iki 8 proc. 2018 m. arba 1,9 procentinio punkto.

Pastaraisiais metais Lietuvoje daug dėmesio skiriama jaunimo nedarbo problemai. Nors jaunimo nedarbas sparčiai mažėja, vis dar nepasiektas 2007 m. buvęs jaunimo nedarbo lygis - 8,4 proc. Jaunimas darbo rinkoje vis dar patiria iššūkių ir vienodomis sąlygomis nėra pajėgūs konkuruoti su darbo patirtį turinčiais specialistais, todėl svarbu stebėti besikeičiančias jaunimo nedarbo lygio tendencijas (žr. 4 pav.).



4. pav. Jaunimo nedarbo lygis 2014-2018 m., proc.

Analizuojant 4 paveikslo duomenis, matyti, kad jaunimo nedarbo lygis analizuojamu laikotarpiu mažėja kiekvienais metais. Lyginant 2014-2018 m. laikotarpį, matyti, kad didžiausias nedarbo lygis buvo 2014 metais ir siekė 19,3 procentus, o mažiausias jaunimo nedarbo lygis šalyje buvo 2018 metais ir sudarė 11,1 procento. Vadinasi, nuo 2014 m.

iki 2018 m. jaunimo nedarbo lygis šalyje sumažėjo 8,2 procentiniu punktu.

Apibendrinant empirinio tyrimo rezultatus, galima teigti, kad analizuojamu laikotarpiu jaunimo darbo jėga sumažėjo

21,4 tūkst. asmenų. Tuo tarpu jaunimo darbo jėgos aktyvumo lygis padidėjo 2,3 procentinio punkto. NEET jaunimo skaičius sumažėjo 1,9 procentinio punkto, jaunimo nedarbo lygis šalyje sumažėjo 8,2 procentiniu punktu.

IŠVADOS

Atlikta jaunimo užimtumo rodiklių 2014-2018 metų laikotarpiu Lietuvoje analizė, leidžia daryti šias išvadas:

Atlikta užimtumo teorinė analizė leidžia teigti, kad užimtumas yra ne tik veikla, bet ir ekonominiai, teisiniai santykiai tarp žmonių, didinantys pačių asmenų gerovės ir šalies socialinį-ekonominį vystymą, o nedarbas glaudžiai siejamas ne tik su ekonominiais nuostoliais, bet ir labai ryškus socialinis aspektas arba socialinės pasekmės.

Išanalizavus jaunimo užimtumo skatinimo priemones matyti, kad jaunimo užimtumo skatinimui yra taikoma nemažai priemonių Lietuvoje ir ES. Jauniems žmonėms siūloma dalyvauti įvairiose užimtumo veiklose, įgyjant naujų profesinių žinių, praktikos, kompetencijų, savanorystės ir stažuotčių galimybių.

Empirinio tyrimo rezultatai parodė, kad analizuojamu laikotarpiu jaunimo darbo jėga sumažėjo 21,4 tūkst. asmenų. Iš tyrimo duomenų matyti, kad jaunimo darbo jėgos aktyvumo lygis analizuojamu laikotarpiu padidėjo 2,3 procentinio punkto. Tyrimo duomenys rodo, kad NEET jaunimo skaičius sumažėjo 1,9 procentinio punkto, o jaunimo nedarbo lygis šalyje taip pat sumažėjo 8,2 procentiniu punktu.

LITERATŪRA

1. Beržinskienė, D., Juozaitienė, L. (2011). Impact of Labour Market Measures on Unemployment. *Inžinerinė ekonomika-Engineering Economics*, 22(2), 186-195.
2. Beržinskienė, D., Martinkus, B. (2001). Nedarbas ir ekonominės bei socialinės jo pasekmės. *Inžinerinė ekonomika-Engineering Economics*, 2(22), 57-60.

3. Jaunimo užimtumo didinimui ir nedarbo lygio mažinimui įgyvendinti projektai. [žiūrėta 2020-10-21]. Prieiga per internetą <https://uzt.lt/es-investicijos/igyvendinti-projektai/>
4. Jaunimo užimtumas. [žiūrėta 2020-10-21]. Prieiga per internetą <https://www.consilium.europa.eu/lt/policies/youth-employment/#>
5. Okunevičiūtė-Neverauskienė, L., Moskvin, J. (2008). Vyresnio amžiaus asmenų dalyvavimo darbo rinkoje galimybių vertinimas. *Socialinis darbas-Social Work*, 7(1), 26-35.
6. Okunevičiūtė-Neverauskienė, L., Pocius, A. (2008). Jaunimo padėties šalies darbo rinkoje raidos tendencijos ir ją įvertinančių rodiklių metodinės skaičiavimo problemos. *Ekonomika-Economics*, 82, 147-163.
7. Jakštienė, S. (2013). Užimtumą lemiančių mikroekonominių ir makroekonominių veiksnių modelis. *Ekonomika ir vadyba: aktualijos ir perspektyvos*. 3(31), 160-168.
8. Jakštienė, S. Meištė, R. ir kt. (2015). Mikroekonominių ir makroekonominių veiksnių poveikio jaunimo užimtumui Lietuvoje vertinimas. *Iššūkiai ir socialinė atsakomybė versle*, 65-76.
9. Jakštienė, S., Purvinis, O., Susnienė, D. (2013). Analysis of the Most Vulnerable Labour Market Segments During the Period of Economic Development in Lithuania. *Inžinerinė ekonomika-Engineering Economics*, 24(4), 331-342.
10. Kvedaraitė, N., Repečkienė, A., Glinskienė, R. (2012). Emigruojančio akademinio jaunimo socialiniai ryšiai formuojant darbo ir edukacinės paieškos strategijas. *Taikomoji ekonomika: Sisteminiai tyrimai*, 6/2, 99-113.
11. Moscarola, F., C. (2010). Informal Caregiving and Women's Work Choices: Lessons from the Netherlands. *Labour*, 24(1), 93-105.
12. Nam, K. (2010). The Effect of Having More Children on Women's Labour Force Participation in Korea: an analysis Using Instrument Variables. *Labour*, 24(3), 333-356.
13. Špakauskienė, J., (2016). Valstybės išlaidų, skirtų jaunimo nedarbui mažinti, vertinimas. [žiūrėta 2020-10-23]. Prieiga per internetą <https://vb.mruni.eu> › object
14. Lietuvos Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. [žiūrėta 2020-10-23]. Prieiga per internetą <https://www.stat.gov.lt/>.
15. Lietuvos Respublikos Socialinės apsaugos ir darbo ministerija. [žiūrėta 2020-10-23]. Prieiga per internetą <https://socmin.lrv.lt/lt/veiklos-sritys/es-investicijos/sadm-igyvendinami-projektai>
16. Užimtumo samprata. [žiūrėta 2020-10-21]. Prieiga per internetą <http://zodynas.vz.lt/Uzimtumas>

DYNAMICS OF YOUTH EMPLOYMENT RATES IN LITHUANIA

TOMA ŠALTYTĖ, LUKRECIJA TRUMPAITĖ

Utena University of Applied Sciences

Tutor doc. dr. Sandra Jakštienė

ABSTRACT

The article explores the analysis of employment rates among young people at different times in the economic cycle. The research problem is formulated by raising the problematic question: how did the dynamics of youth employment rates change in different periods of economic cycles in Lithuania? The aim is to carry out an analysis of changes in employment of young Lithuanian population. Research methods: analysis of scientific literature, analysis of statistical data, comparison and grouping of data. Results of empirical research showed that the youth labor force decreased by 21,4 thousand people during the analyzed period. Survey data shows that the youth's employment activity level of the labor force increased by 2,3 percentage point during the analyzed period. Also, the results show that NEET youth numbers decreased by 1,9 percentage point and youths' employment in the country has also decreased by 8,2 percentage point. The

obtained research results are significant for analyzing youth employment problems and employment changes in the country also to explore further youth employment opportunities in the country. The dynamics of youth employment examined in the study can help to make practical decisions when assessing youth-related problems.

Basic concepts: youth, employment, youth politics.

DRUSKININKŲ „SNOW ARENA“ PASLAUGŲ KOKYBĖS TYRIMAS

DEIMILĖ ŠULCAITĖ

Kolpingo kolegija

Konsultantė doc. dr. Sandra Jakštienė

ANOTACIJA

Straipsnyje analizuojama paslaugų kokybės įvertinimas, samprata, detalizuojami jo sudėties teoriniai aspektai. Pastaruoju metu daug dėmesio sulaukia šalies kurortai, galintys pasiūlyti klientams tiek gydymą, tiek įvairias aktyvias pramogas. Vienas iš tokių miestų yra Druskininkai. Miesto svečius suburianti, viena iš populiariausių lankytinų vietų yra visus metus veikianti „SNOW ARENA“ žiemos pramogų kompleksas. Straipsnyje taip pat pristatoma Druskininkų „SNOW ARENA“ paslaugų kokybės vertinimo tyrimo duomenų analizė.

IVADAS

Tyrimo aktualumas. Gera visuomenės sveikata yra viena svarbiausių valstybės saugumo ir klestėjimo prielaidų. Sveikata labai priklauso, nuo asmens gyvenimo būdo. Tam didelę įtaką turi aktyvus laisvalaikis, kuris itin prisideda prie mūsų sveikatos gerinimo. Lietuvos kurortai yra svarbūs tiek užsienio turistų, tiek Lietuvos gyventojų traukos centrai. Pastaruoju metu vis daugiau dėmesio sulaukia plačios paskirties šalies kurortai, galintys pasiūlyti klientams tiek gydymą, tiek pramogas. Mūsų šalies kurortai, įgyvendindami nacionalinės gydymo ir visuomenės sveikatinimo nuostatas, sudaro realias galimybes labiau rūpintis žmogumi, kaip pagrindiniu šalies materialinių ir dvasinių vertybių kūrėju, jos socialinės ir ekonominės galios išraiškos simboliu. O taip pat jie padeda formuoti Lietuvos įvaizdį, kurti socialinius bei ekonominius ryšius su užsienio šalimis. Tad itin aktualu skatinti pramoginį turizmą, nes tai įtakoja šalies ekonomikos atsigavimą. Būtent vienas iš tokių miestų yra Druskininkai, kuris susilaukia Lietuvos ir užsienio turistų. Šie dažnai mėgsta rinktis pramogas „SNOW ARENA“ žiemos pramogų parke. Čia džiugina 8 hektarų teritorijoje įrengtos trys slidinėjimo trasos, skirtos kalnų slidinėjimo ir snieglenčių sportui. Snow Arenoje įrengti naujausi šveicariški kalnų keltuvai: krėslinis keturvietis, tempiami lyniniai (bugeliniai), juostiniai. Pradedantiesiems pasikelti keltuvu padeda kvalifikuoti instruktoriai. Todėl norint ir toliau skatinti kokybišką žiemos pramogų turizmą, būtina gerinti paslaugų kokybę „SNOW ARENA“ parke, kadangi šiuo metu ypač populiarėja laisvalaikio praleidimas Lietuvos kurortuose, kur šalia pramogų paketo siūlomos įvairios vandens pramogų ir sveikatinimosi paslaugos.

Tyrimo problema. Ar klientus tenkina Druskininkų „SNOW ARENA“ žiemos pramogų komplekso paslaugų kokybė?

Tyrimo tikslas: išanalizuoti Druskininkų „SNOW ARENA“ paslaugų kokybę.

Tyrimo uždaviniai:

1. Apibūdinti paslaugų kokybės teorinius aspektus.
2. Pristatyti Druskininkų „SNOW ARENA“ žiemos pramogų komplekso paslaugų kokybės vertinimo tyrimo duomenų rezultatus.

Tyrimo objektas – žiemos pramogų komplekso „SNOW ARENA“ paslaugų kokybė.

Tyrimo metodai: informacijos šaltinių analizė, anketinė apklausa.

PASLAUGŲ KOKYBĖS TEORINIAI ASPEKTAI

Viena pagrindinė pastarojo meto pasaulio ekonomikos kryptis yra nepaprasta paslaugų plėtra. Visa tai į paslaugų ekonomiką pirmiausia lėmė vis gerėjantis gyvenimas, didesnis laisvo laiko turėjimas bei sudėtingesni produktai, kuriuos būtina aptarnauti.

Pasak Vengrienės (2016), „paslauga yra veikla arba veikimo procesas, kuris neturi materialaus apčiuopiamo rezultato, ir skiriamas patenkinti kito ūkinio subjekto poreikius“.

Panašiai apie paslaugos sampratą galvoja ir Vitkienė (2018). Ji 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“.

Mokslininkai akcentuoja kelias paslaugų savybes. Pranulis ir kt. (2015), išskiria keturias paslaugų savybes:

- neapčiuopiamumas;
- neatskiriamumas;
- nekaupiamumas;
- nevienodumas (heterogeniškumas).

Taigi galima suprasti, jog paslauga yra veikla, kurios viena iš funkcinių paskirčių yra pagalba vartotojui, todėl vartotojui yra labai svarbi paslaugos kokybė.

Tarptautiniame standarte ISO 9400-2 (1991) sakoma, kad kokybė – tai objekto savybių visuma, įgalinanti jį tenkinti išreikštus ir numatomus poreikius. Šis apibrėžimas išreiškia holistinį požiūrį į kokybę. Pirmiausiai jis orientuotas į vartotoją, nes akcentuoja, kad šis, įsigydamas produktą, vertina ne kurią nors atskirą savybę, o jų visumą, sudarančią galimybes tenkinti ir stengtis atskleisti numanomus poreikius. Paslaugos, skirtingai nei prekės, yra patirties produktas, todėl jų kokybę įvertinti galima tik vartojant. Sveikatingumo paslaugų kokybės vertinimas pasižymi dar vienu specifiniu bruožu: tokių paslaugų kokybė gali būti suvokta ir įvertinta tik praėjus tam tikram laikui po paslaugų vartojimo, stebint kaip jos paveikė kliento savijautą ir sveikatos būklę. Paslaugos kokybė pasižymi neapčiuopiamumu ir heterogeniškumu, kas apsunkina jų kokybės suvokimą ir vertinimą. P. Kotler ir kt. (2013) nurodo penkis svarbiausius požymius, nusakančius paslaugos kokybę:

1. Patikimumas – sugebėjimas pateikti tokią paslaugą, kokia buvo žadėta reklamoje;
2. Jautrumas – paslaugos teikėjų dėmesys klientui ir greitas, malonus aptarnavimas;
3. Įtikinamumas – aptarnaujančio personalo kompetencija, mandagumas, atsakomybė;
4. Pritarimas – individualus priėjimas prie kiekvieno kliento, empatija, rūpestis;
5. Išorinis akivaizdumas – patalpų, įrangos, paslaugos teikimui naudojamų priemonių techninė kokybė, estetika, higieniškumas, patogumas, išsami ir suprantama klientui informacija apie paslaugų struktūrą ir poveikį.

Kadangi pramogų parkas teikia ir kitas paslaugas, tokias kaip: vaikų gimtadieniai, DJ renginiai, vyno degustacijos, slidinėjimą, todėl vertinant šių paslaugų kokybę būtina atsižvelgti į kai kuriuos specifinius aspektus. Janušonis, Popovienė (2016) akcentuoja tokius sveikatos priežiūros paslaugų kokybę lemiančius veiksnius – paslaugų įstaigos geografinę padėtį regiono, savivaldybės mastu, paslaugų teikimo prieinamumą ir operatyvumą, sergamumo ir ligotumo laipsnis, paslaugos atitikimas nustatytiems reikalavimams, paslaugos atitikimas kliento poreikiams (paslaugos rezultatyvumas, įvertinant jos įtaką sveikatos būklės pokyčiams).

Žvelgiant į „SNOW ARENOS“ parko teikiamas paslaugas kaip į aktyvaus laisvalaikio praleidimą Snow Arenai yra išduotas Tarptautinės slidinėjimo federacijos (FIS) pažymėjimas, kuriuo patvirtinama, kad trasa atitinka aukščiausio lygio reikalavimus. Snow Arena turi teisę organizuoti tarptautines (FIS) taisykles atitinkančias varžybas. Suteikiant pažymėjimą vertinama aukščio, pločio, statumo ir sniego kokybė.

Daugelio mokslininkų teigimu, apibūdinti paslaugų kokybę nėra lengva dėl to, kad ji suvokiama tiek objektyviai, tiek ir subjektyviai. Objektyvūs paslaugos kokybės vertinimas susijęs su paslaugos savybėmis, kurias galima išmatuoti, apibūdinti. Tai paslaugos kaina, sugaištas laukimo

laikas, slidinėjimo seansų trukmė, patalpų dydis ir pan. Subjektyviai kokybė vertinama, kai suveikia kliento vaizduotė, jo asmeniniai išgyvenimai, emocijos, lūkesčiai. Dėl šių dalykų ta pati paslauga skirtingų vartotojų gali būti vertinama skirtingai, nes vieno klientų lūkesčiai ir kokybės suvokimas gali būti vienoks, kitų visai kitoks.

DRUSKININKŲ „SNOW ARENA“ TEIKIAMŲ PASLAUGŲ KOKYBĖS VERTINIMAS

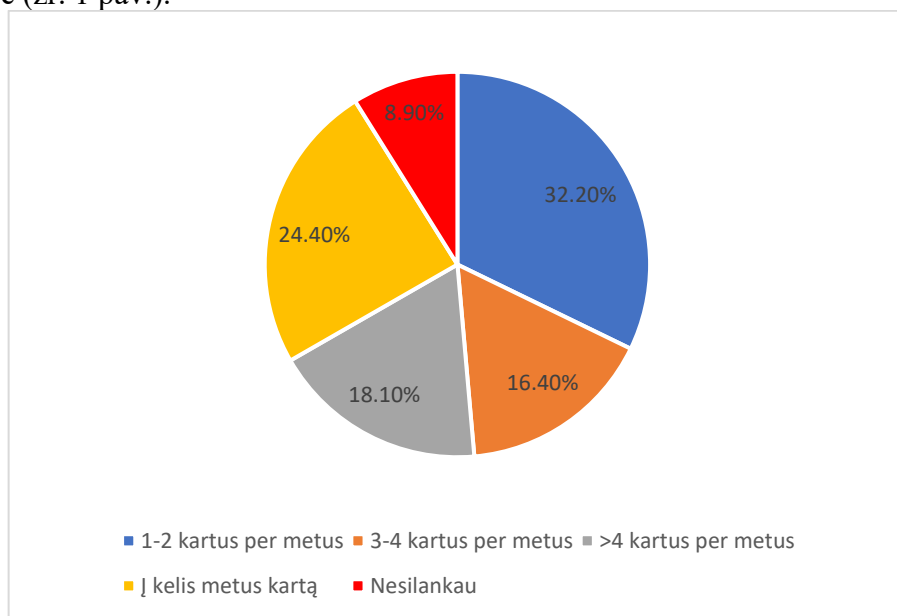
Siekiant išsiaiškinti Druskininkų „SNOW ARENA“ (toliau „SNOW ARENA“) teikiamų paslaugų kokybę klientų požiūriu, atlikta anketinė apklausa. Apklausa atlikta šių metų spalio 12-26 d. Anketa buvo patalpinta internetinėje paltformoje www.apklausa.lt.

Tyrimo imtis 82 respondentai.

Iš gautų tyrimo rezultatų matyti, jog daugiausiai 67,2 proc. „SNOW ARENA“ lankosi studentai/ dirbantys asmenys, kurių vidutinis amžius yra iki 25 metų. Apklausa rodo, kad mėnesio vidutinės pajamos, tenkančios vienam šeimos nariui per mėnesį yra iki 600Eur.

Tyrimo rezultatai atskleidė, jog didžioji dalis respondentų – 84,4 proc. bent kartą buvo apsilankę „SNOW ARENA“ žiemos pramogų komplekse, likusieji 15,6 proc. – nesilankę nei karto.

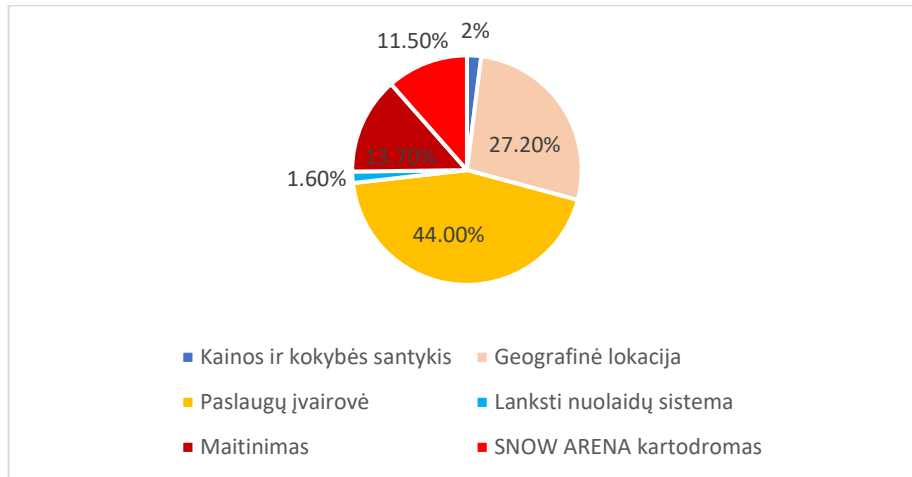
Tyrimo metu domėtasi kaip dažnai respondentai lankosi „SNOW ARENA“ žiemos pramogų komplekse (žr. 1 pav.).



1 pav. „SNOW ARENA“ lankomumas, proc.

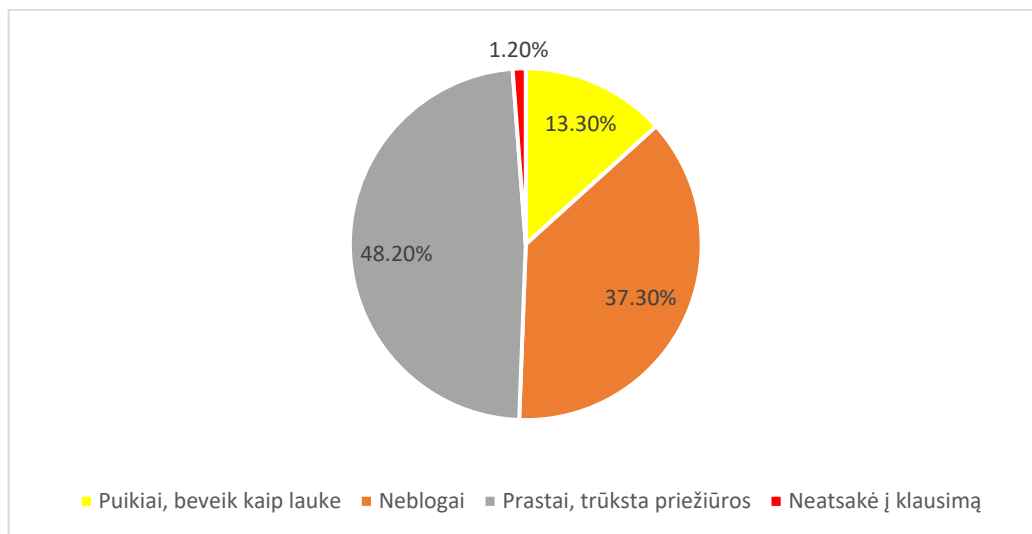
Tyrimo duomenų analizė rodo, kad 32,2 proc. respondentų „SNOW ARENA“ lankosi 1-2 kartus į metus, 3-4 kartus į metus lankosi 16,4 proc. respondentų, 18,1 proc. respondentų lankosi daugiau negu 4 kartus per metus. Į kelis metus kartą apsilanko 24,4 proc., o nesilankančių respondentų yra 8,9 proc.

Taip pat tyrimo metu buvo išsiaiškinta, kokie kriterijai lemia pasirinkimą atvykti į „SNOW ARENA“ (žr. 2 pav.).



2 pav. Kriterijai, kurie lemia apsilankymą „SNOW ARENA“, proc.

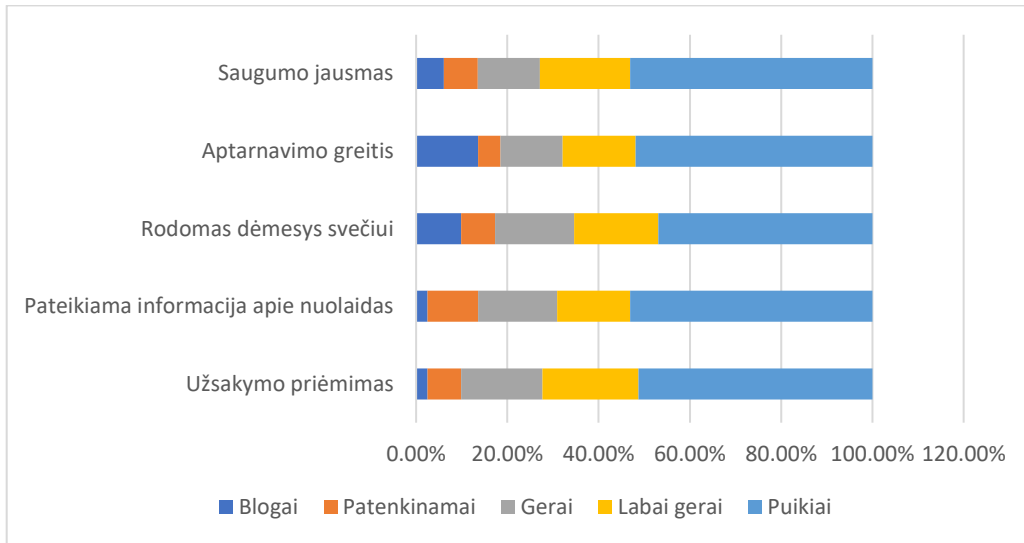
Atliktas tyrimas rodo, kad 44 proc. respondentų renkasi „SNOW ARENA“ žiemos pramogų parką dėl geros kainos ir kokybės santykio, 13,7 proc. pažymėjo, kad jiems labiausiai patinka maitinimas ir geografinė lokacija. 11,5 proc. respondentų pažymėjo, kad renkasi dėl esančio kartodromo. Mažiausiai respondentų pažymėjimo surinko lanksti nuolaidų sistema – 1,6 proc. ir paslaugų įvairovė – 2,3 proc. Vertinant kokybę, buvo užduotas klausimas, kaip respondentai vertina sniego kokybę (žr. 3 pav.).



3 pav. Sniego kokybės įvertinimas, proc.

Iš 3 paveikslo duomenų matyti, kad 48,2 proc. respondentų atsakė, kad sniego kokybė yra prasta, trūksta priežiūros. 37,3 proc. mano, kad sniego kokybė nebloga, 13,3 proc. atsakė, kad sniego kokybė puiki, beveik kaip lauke. 1,2 proc. respondentų į šį klausimą neatsakė.

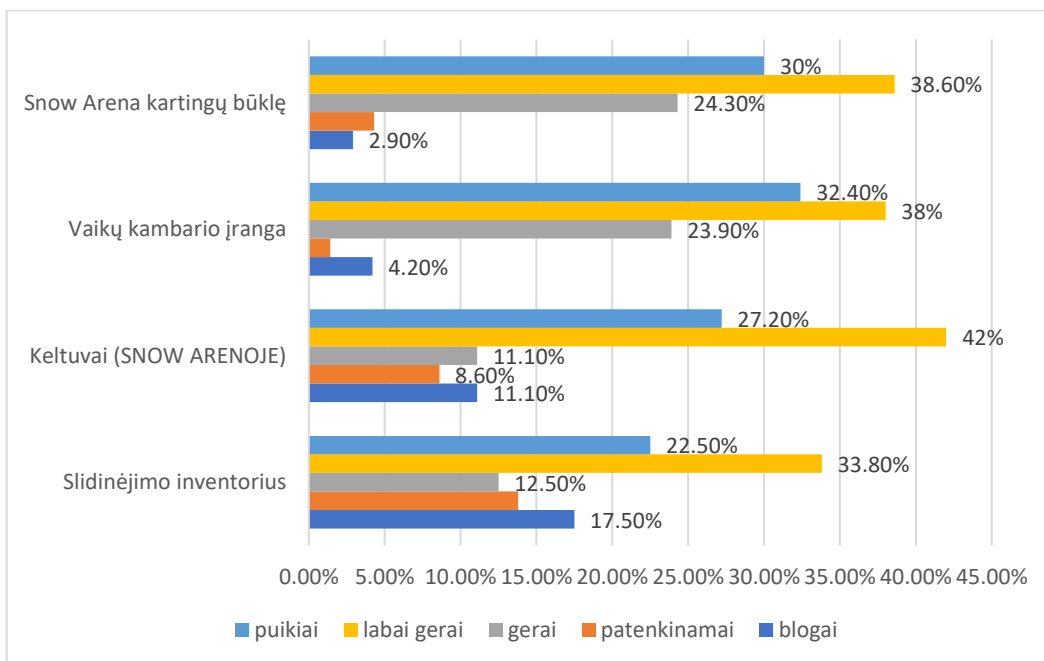
Tyrimo metu buvo vertinamas registratūros darbas (žr. 4 pav.).



4 pav. Registratūros darbo įvertinimas, proc.

Kaip rodo 4 pav. duomenys, tyrime dalyvavę respondentai geriausiai įvertino saugumo jausmą (53,1 proc.), aptarnavimo greitį (51,9 proc.), rodomą dėmesį svečiui (46,9 proc.), pateikiamą informaciją apie nuolaidas (53,1 proc.) užsakymų priėmimus (51,3 proc.).

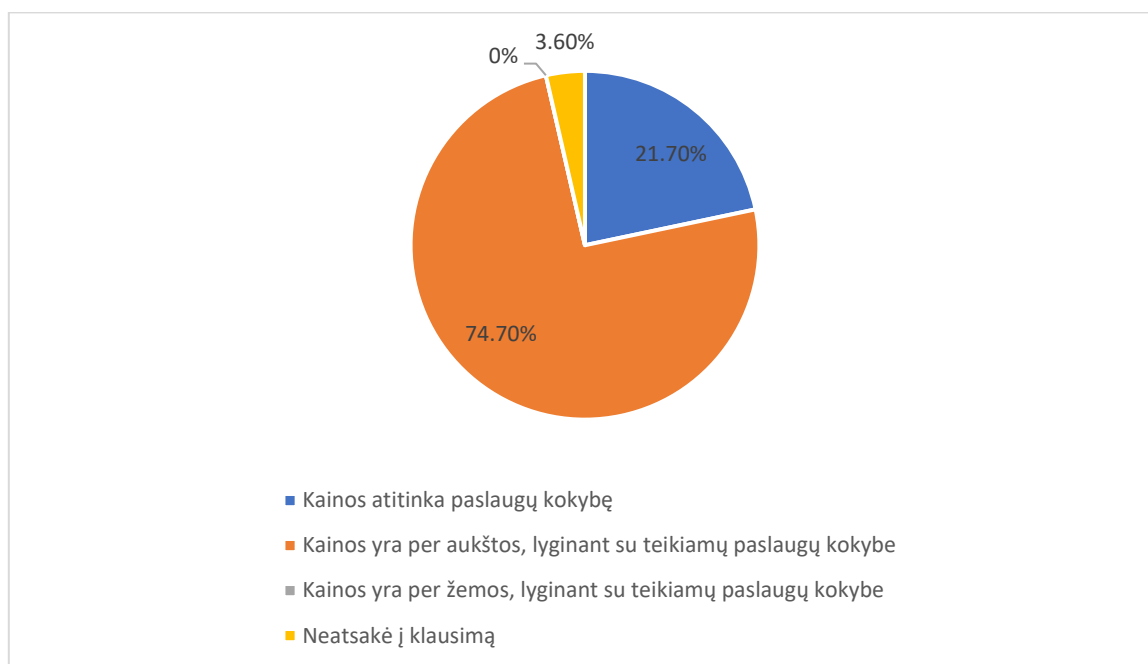
Tyrimo metu taip pat buvo vertinama įrangos kokybė (žr. 5 pav.).



5pav. Įrangos kokybės vertinimas, proc.

Atliktas tyrimas rodo, kad 38,6 proc. respondentų „SNOW ARENA“ kartingų būklę įvertino labai gerai, o tik 2,9 proc. įvertino blogai. Vaikų kambario įrangą 38 proc. respondentų įvertino labai gerai, o 4,2 proc. įvertino blogai. Keltuvų kokybę „SNOW ARENA“ 42 proc. respondentų įvertino labai gerai, o 11,1 proc. įvertino blogai. Slidinėjimo inventorių 33,8 proc. respondentų įvertino labai gerai, ir 17,5 proc. įvertino blogai. Taigi, galima daryti išvadas, kad įrangos kokybė „SNOW ARENA“ yra labai gera.

Apklausoje metu buvo domėtasi, ar kainos ir paslaugų kokybės santykis yra geras (žr. 6 pav.).



6 pav. SNOW ARENA kainos ir paslaugų kokybės santykis, proc.

Kaip matyti iš 6 pav. rezultatų, 21,7 proc. respondentų atsakė, kad kainos atitinka paslaugų kokybę. 74,7 proc. respondentų atsakė, kad kainos yra per aukštos, lyginant su teikiamų paslaugų kokybe. 3,6 proc. respondentų į šį klausimą neatsakė.

Apibendrinant tyrimo metu gautus rezultatus, galima teigti, kad beveik visiems respondentams teko apsilankyti „SNOW ARENA“ žiemos pramogų komplekse ir jį renkasi todėl, nes yra didelė paslaugų įvairovė. Respondentai pažymėjo, kad lankosi 1-2 kartus per metus. Dauguma respondentų puikiai įvertino registratūros darbą ir įrangos kokybę. Į klausimą apie sniego kokybę respondentai atsakė, kad sniegas prastas, trūksta priežiūros. Paslaugų ir kokybės santykį vertina, kad kainos yra per aukštos lyginant su teikiamų paslaugų kokybe.

IŠVADOS

1. Išanalizavus paslaugų kokybės teorinius aspektus, galima daryti išvadą, kad paslaugų kokybė – tai atitinkami reikalavimai (nustatyti standartai), kurių, norėdama pasiekti atitinkama kokybę, paslaugų įmonė privalo griežtai laikytis. Tai garantija, jog prekė ar paslauga yra tinkama vartoti, t. y. kokybė vartotojo akimis.

2. Iš tyrimo rezultatų matyti, jog daugiausiai Druskininkų „SNOW ARENA“ žiemos pramogomis naudojasi studentai/ dirbantys asmenys, kurių amžius iki 25 m. Apklausa rodo, kad mėnesio vidutinės pajamos, tenkančios vienam šeimos nariui per mėnesį yra iki 600 Eur. Gauti rezultatai rodo, jog beveik visiems respondentams teko apsilankyti „SNOW ARENA“ žiemos pramogų komplekse ir jį renkasi todėl, nes yra didelė paslaugų įvairovė. Respondentai pažymėjo, kad lankosi 1-2 kartus per metus. Dauguma respondentų puikiai įvertino registratūros darbą ir įrangos kokybę. Į klausimą apie sniego kokybę respondentai atsakė, kad sniegas prastas, trūksta priežiūros. Paslaugų ir kokybės santykį vertina, kad kainos yra per aukštos lyginant su teikiamų paslaugų kokybe.

LITERATŪRA

1. Janušonis, V. (1990). Medicinos pagalbos kokybė ir valdymas. Vilnius: Mokslo ir enciklopedijų leidybos institutas
2. Janušonis, V., Popovienė, J. (2004). Kokybės sistemos. Klaipėda: S. Jokužio leidykla-spaustuvė.
3. Kotler, P., Armstrong, G., Saunders, J., Wong, V. (2003). Rinkodaros principai. Poligrafija ir informatika.
4. Vengrienė, B. (2006). Paslaugų vadyba. Vilniaus universiteto leidykla.
5. Vitkienė, E. (2008). Paslaugų marketingas. Klaipėdos universiteto leidykla.
6. Pranulis, V., Pajuodis, A., Urbonavičius, S., Virvilaitė, R. (2012). Marketingas. The Baltic Press.
7. Druskininkų „SNOW ARENA“. Paimta iš tinklapio [žiūrėta 2020-11-05]. Prieiga internete: <http://www.snowarena.lt/>

EVALUATION OF THE SERVICES AND QUALITY OF SNOW ARENA DRUSKININKAI

DEIMILĖ ŠULCAITĖ

Kolping University of Applied Sciences

Tutor doc. dr. Sandra Jakštienė

ANNOTATION

The article analyzes examples of service quality assessment, details the theoretical aspects of its composition. Recently, the focus has been on resorts in the country of the country of treatment, which can offer clients treatment, provide various entertainment. One such city is Druskininkai. One of the most popular places to visit, which brings together the guests of the city, is the SNOW ARENA winter entertainment complex, which is open all year round. The article presents a study of quality and service evaluation.

ANKSTYVOJO GELEŽIES AMŽIAUS PILIAKALNIAI KULTŪRINIO TURIZMO KONTEKSTE

SANDĖ TRUBILAITĖ

Vytauto Didžiojo universitetas, menų fakultetas

Konsultantė: doc. dr. Regina Navickienė

ANOTACIJA

Moksliniame straipsnyje nagrinėjami vieni seniausių archeologinių objektų – piliakalniai: jų atsiradimo veiksniai bei ankstyvojo geležies amžiaus piliakalnių bruožai. Išnagrinėti ankstyvojo geležies amžiaus piliakalniai pateikiami naujoje plotmėje – kultūriniame turizme. Konkrečiais pavyzdžiais aiškinamasi ar jie pritaikomi įveiklinimui plačiąja kultūrinio turizmo prasme pasitelkiant ne tik Lietuvoje, bet ir Didžiojoje Britanijoje esamus pavyzdžius.

Raktiniai žodžiai: ankstyvasis geležies amžius, piliakalniai, archeologija, kultūrinis turizmas, festivaliai.

IVADAS

Piliakalniai – unikalūs Lietuvos kraštovaizdžio elementas, kuriuos galime apibūdinti kaip kalvas bei krantų iškyšulius, turinčius stačius krantus, aikšteles ir įrengtus gynybinius įtvirtinimus (pylimus, griovius, terasas). Lietuva pagrįstai vadinama piliakalnių kraštu. Šios nedidelės valstybės teritorijoje 78,5m² plotui tenka vienas piliakalnis (šiuo metu Lietuvos teritorijoje yra apie 850 piliakalnių). Piliakalniai, kaip ir kiti praėjusių kartų palikti archeologijos paminklai, niekuomet neegzistavo pavieniui. Jie atsirado, vystėsi ir buvo apleisti kartu su kitais vienalaikiais objektais ir buvo susiję su jais savo funkcijomis.

Deja, šiuo metu, yra labai maža dalis ne tik piliakalnių, bet ir kitų archeologinių objektų tyrimų rezultatų susijusių su ankstyvuoju geležies amžiumi. Šiame straipsnyje aptariamo laikotarpio piliakalnius išskirs chronologija bei keramikos tipai (brūkšniuotoji, lygi, gludinta). Išsiaiškinus ir išskyrus ankstyvojo geležies amžiaus piliakalnius, straipsnis kvies toliau juos pažinti per kultūrinio turizmo prizmę. Čia ir iškyla straipsnio tikslas – pasitelkiant konkrečius pavyzdžius išsiaiškinti aptariamo laikotarpio piliakalnių įveiklinimą plačiąja kultūrinio turizmo prasme. Moksliniame straipsnyje bus aptarti ne tik Lietuvos, bet ir Didžiosios Britanijos pavyzdžiai, kurie įrodys archeologinių objektų svarbą kultūriniam turizmui.

PILIAKALNIAI LIETUVOJE. JŲ ATsirADIMAS

Piliakalniai – tai kalvos bei krantų iškyšuliai, turintys stačius krantus, aikšteles ir įrengtus gynybinius įtvirtinimus (pylimus, griovius, terasas), papilius ir priešpilius. Kad būtų statesni, iškyšulių ir kalvų šlaitus žmonės nukasdavo ir sutvirtindavo, o aikštelių pakraščiuose supildavo žemės pylimus ir įrengdavo medžio aptvaras. Piliakalnio aikštelės – įvairių formų: apskritos, keturkampės, ovalios, trikampės. Vienuose piliakalniuose buvo gyvenama nuolat – juos dabar vadiname piliakalniais gyvenvietėmis, – kituose buvo slepiamasi iškilus pavojui. Atsiradus ir trečioji piliakalnio paskirtis – tai lyg dabartiniai švyturiai, kurie nubrėždavo gyvenviečių teritorijas ir rodydavo kelią keliautojams. Piliakalnių slėptuvių įtvirtinimų būta kuo įvairiausių – tai ir pylimai, ir grioviai, ir medinės aptvaros. Rąstais ir akmenimis sutvirtinti pylimai, juosė aikštelių pakraščius. Jų irgi būta irgi skirtingų formų, pvz.: Raginėnų piliakalnis Radviliškio rajone yra pasagos formos, Paukščių piliakalnį Kaišiadorių rajone pylimas juosia aplink visą aikštelę, nemažai randama ir tiesių pylimų. Pasitaiko aikštelių, apjuostų dviem pylimais (Degučių piliakalnis Zarasų rajone). Tačiau yra ir tokių piliakalnių, kurie, archeologų duomenimis, yra dirbtiniai. Prie tokių priskiriamos pajūryje esančios nedidelės iš apylinkės riedulių sukrautos ir jotvingių iš vietinio grunto bei griuvėsių supiltos, taip pat iškastos piliavietės bei vėliausiai atsiradusios nedidelės motų („tvirtovės kiemo“) tipo piliavietės.

Apie piliakalnių atsiradimą sukurta daug įvairių padavimų, sakmių ir legendų. Anot jų, vienus supylė milžinai, jiems iškračius pelenus iš pypkės ar smėlį iš klumpės; kai kur darbavosi senosios mitologijos personažas velnias, užpildamas nepatikusią jam bažnyčią; pylė ir negailestingo pono baudžiauninkai ar svetimšalių kareivių rankos. Tačiau piliakalnių atsiradimo klausimas lieka atviras. Nors ir žinome, jog mūsų krašto žemės paviršių suformavo paskutiniojo apledėjimo metu vykę ledyno slinkimo procesai, kurie pamažu sukūrė žemumas ir aukštumas, tai neįrodo pagrindinės piliakalnių, kokie išliko iki šių dienų, atsiradimo priežasties. Geologai mano, jog šį klausimą padėtų išspręsti iš piliakalnio šone upės ar tvenkinio plaunamo skardžio, kasamo karjero paimtas grėžinys, kuris nustatytų piliakalnio genetines ypatybes, kurios kartais vėlesnės žmogaus veiklos dėka labai pasikeitė ar net išnyko. Tačiau visi archeologai sutinka, jog beveik visi piliakalniai nėra supilti kalnai: tai yra natūralios kalvos, didesnių ar mažesnių upių kyšuliai, kurie buvo pritaikyti gynybai, pirmiausia nukasant šlaitus, padarant juos statesnius.

Piliakalniai Lietuvoje ankstyvajame geležies amžiuje

Šiuo metu ne tik piliakalnių, bet ir kitų išsamių archeologinių tyrimų rezultatų susijusių su geležies amžiumi Lietuvoje yra gana mažai. Matyt, dėl to, jog tai lyg pereinamasis laikotarpis (iš bronzos amžiaus į romėniškąjį laikotarpį), kurį labai sunku atskirti nuo ankstesniųjų amžių, nes turi nemažai bendrų kitų laikotarpių požymių. Čia pirmiausia reikia aptarti piliakalnių struktūrą ir kitas aptariamojo laikotarpio subtilybes.

Ankstyvieji Rytų Lietuvos piliakalniai priklauso Brūkšniuotosios keramikos kultūrai, pavadinimą gavusiai nuo juose gausiai aptinkamų lipdytų puodų šukių, kurių paviršius dėl lyginimo žolės gniūžtėmis padengtas įvairiais įbrėžimais – tarsi brūkšneliais. Ši kultūra susiformavo Rytų Lietuvoje, pietrytinėje Latvijoje bei pietvakarinėje Baltarusijoje. Ji gyvavo ilgai – nuo II–I tūkst. pr. Kr. ribos iki I–II a. Kultūrai būdingas platus akmens, kaulo, medžio naudojimas buityje, gyvulininkystė paremta ekonomika, stabilūs apgyvendinimo regionai. Nors šios kultūros gyventojai žinojo bronzą, jos panaudojimas buvo menkas. Geležis pradėta plačiau naudoti tik pačioje šios kultūros egzistavimo pabaigoje. Brūkšniuotosios keramikos kultūra per savo ilgą gyvavimo laiką padarė nemažą įtaką aplinkinėms teritorijoms. Greičiausiai dėl jos poveikio ankstyvieji piliakalniai atsirado Pietų ir centrinėje Lietuvoje, o keramikos brūkšniavimas pasiekė net Vakarų Lietuvą.

Kitas ankstyviausių Lietuvos piliakalnių regionas yra Vakarų Lietuva. Čia ankstyviausi piliakalniai įrengti krantų kyšuliuose arba aukštumų viršūnėse (pvz.: Dapšiai, Mažeikių raj.; Daubariai, Mažeikių raj.; Imbarė, Kretingos raj.; Kurmaičiai, Kretingos raj.). Neturint gamtamokslinių datų šie piliakalniai datuojami I tūkst. pr. Kr. antrąja puse. Prie šių piliakalnių greičiausiai tenka priskirti ir daugiau pajūrio ruože žinomus negausius iš akmenų krautus įtvirtinimus, įrengtus beveik lygiose vietose (pvz.: Auksūdis, Kretingos raj., Jakai, Klaipėdos raj.). Čia iš akmenų krautuose pylimuose buvo įrengtos stulpinės konstrukcijos medinės gynybinės sienos. Ankstyvą šių akmeninių įtvirtinimų chronologiją rodo tai, kad kai kada šių įtvirtinimų liekanos aptinkamos pačiuose ankstyviausiuose pylimų sluoksniuose (pvz.: Įpiltis, Mosėdis, Skuodo raj.).

Pagal įtvirtinimus išsiskiria keli Brūkšniuotosios keramikos kultūros piliakalnių tipai, kurie yra chronologiškai ir funkciškai skirtingi. Vieną grupę sudaro nedideli piliakalniai kalvų viršūnėse be ryškiau išreikštų įtvirtinimų (pvz.: Armališkės, Utenos raj., Betiškės, Zarasų raj., Gugiai, Zarasų raj., Avilčiai, Molėtų raj., Malkėstas, Molėtų raj., Paserninkai, Lazdijų raj.). Tokie piliakalniai iki šiol beveik netyrinėti. Šių piliakalnių papėdėse aiškesnių papėdžių gyvenviečių liekanų neaptikta. Kitai grupei priklauso piliakalniai nemažomis (40–80 m skersmens) pailgoms keturkampėmis ar ovaliomis aikštelėmis (pvz.: Antilgė, Utenos raj., Mineikiškės, Zarasų raj., Jaurelis, Utenos raj., Šišponiškės, Zarasų raj.) be žymesnių įtvirtinimų. Kaip rodo tyrimai, šie piliakalniai buvo stambesnių bendruomenių gyvenamosios vietos. Jų įtvirtinimus sudarė tik dvigubos medinės tvoros aikštelės pakraščiuose (pvz.: Nevieriškė, Švenčionių raj.). Tai ilgiau gyvavę piliakalniai su storesniu kultūriniu sluoksniu, kartais pridengtu vėlesnių epochų palikimo. Trečiai grupei priklauso tiek kalvų

viršūnėse, tiek ir krantų kyšuliuose įrengti 30–80 m dydžio piliakalniai daugiausia keturkampėmis aikštelėmis, kraštuose sutvirtinti pylimais (pvz.: Dryžiai, Utenos raj., Paūdronis, Šalčininkų raj., Suginėčiai, Molėtų raj.). Šie piliakalniai neretai turi ir papildomas įtvirtinimų (griovių–pylimų) linijas šlaituose (pvz.: Zokoriai, Zarasų raj., Barčiai, Varėnos raj.). Tai bene geriausiai pažįstami ir daugiausia tyrinėti Brūkšniuotosios keramikos kultūros piliakalniai. Jie naudoti gana ilgą laiką, gynybiniai įtvirtinimai ne kartą rekonstruoti, plėsti ir stiprinti (pvz.: Sokiškiai, Ignalinos raj., Velikuškės, Zarasų raj.). Šie piliakalniai pergyveno Brūkšniuotosios keramikos kultūros žlugimo laikus ir gyvavo iki I tūkst. vidurio. Jų papėdėse yra nemažos gyvenvietės, siekiančios iki 6 ha plotą (Sokiškiai, Ignalinos raj.). Atskiras ankstyvųjų piliakalnių tipas yra nedidelių kalvų viršūnėse įrengti maži piliakalniai apvaliomis, iki 20 m skersmens aikštelėmis, apjuosti 2–3 įtvirtinimų žiedais. Paprastai pirmas pylimų žiedas juosia aikštelę, 3–4 m žemiau jos pastatintuose šlaituose iškastas griovys, kurio išorėje supiltas pylimas (pvz.: Jašiškis, Anykščių raj., Obonys, Kupiškio raj., Puziniškis, Ignalinos raj.). Kai kada žemiau pirmosios įtvirtinimų linijos šlaituose dar įrengta antroji (pvz.: Ažubalis, Ignalinos raj., Tolimėnai, Ignalinos raj., Bielkaučyzna, Zarasų raj., Strakšiškė, Ignalinos raj.). Šie piliakalniai netyrinėti, aiškesnių papėdžių gyvenviečių neturi. Dar viena labai negausi Brūkšniuotosios keramikos kultūros piliakalnių rūšis yra didžiuliai (0,5–3 ha) piliakalniai–gyvenvietės, turintys tik natūralius įtvirtinimus. Paprastai tai statūs šlaitai, papėdėje juosiami vandens (pvz.: Jonėnai, Molėtų raj., Šinkūnai, Ukmergės raj., Velikuškės, II, Zarasų raj.). Dalis tokių piliakalnių įrengta atskirose kalvose vidutinio statumo šlaitais (pvz.: Kubiliai, Utenos raj., Kalviai, Utenos raj., Aviliai, Zarasų raj.). Tai – didžiulės silpnai įtvirtintos gyvenvietės. Tiek šie piliakalniai, tiek ir gausios Brūkšniuotosios keramikos kultūros papėdžių gyvenvietės lieka beveik netyrinėtos. Kadangi beveik nežinome ir Brūkšniuotosios keramikos kultūros žmonių paliktų kapų (išimtis – Kernavės degintinis kapinynas), neįmanoma kalbėti apie šių piliakalnių kaip archeologijos paminklų kompleksų funkcionavimo dėsningumus.

Pagrindinius Brūkšniuotosios keramikos kultūros piliakalnių bruožus atkartoja ir kitų Lietuvos vietų piliakalniai. Kadangi jie beveik netyrinėti, negalima kalbėti nei apie tikslesnę jų chronologiją, nei apie kultūrinį priklausymą. Vakarų Lietuvoje žinomos gausios Pilalės – nedidelės kalvelės upių slėniuose, neturinčios piliakalnių bruožų. Jos laikytos ankstyvaisiais piliakalniais, nors greičiausiai tai nėra piliakalniai. Vakarų Lietuvoje žinoma nedidelių neįtvirtintų (pvz.: Veiteliai, Skuodo raj.), didesnių neįtvirtintų (pvz.: Gabrieliškės, Raseinių raj.) ir didesnių įtvirtintų (pvz.: Kurmaičiai, Kretingos raj.), mažų smarkiai įtvirtintų (pvz.: Plūščios, Kelmės raj.) piliakalnių.

Išanalizavus leidinį „Lietuvos piliakalniai. Atlasas“ tritomį ankstyvajam geležies amžiui galima priskirti 264 piliakalnius (įskaitant ir 9 neišlikusius piliakalnius), kurių daugiausia – Rytų Lietuvoje. Brūkšniuotosios keramikos rasta 163 paminėtuose piliakalniuose, lygios – 129, gludintos – tik 14. Čia, kaip radimo vieta, dominuoja papėdės gyvenvietė – 101 paminėtame piliakalnyje, piliakalnio aikštelė – 95 ir tik viename piliakalnyje (Petrešiūnai, Rokiškio raj.) keramikos rasta papėdėje. Tačiau net ir tokiame tyrime galima išvelgti problemą – tai visiškai netirti piliakalniai, kurių, deja, Lietuvos teritorijoje yra labai daug.

Piliakalniai Lietuvoje kultūrinio turizmo kontekste

Prieš aptariant svarbiausią šio straipsnio tikslą, būtina paaiškinti ir kultūrinio turizmo sąvoką. Kultūrinis turizmas – tiek vietinės, tiek užsienio kultūros pažinimas plačiąja prasme. Šį terminą pirmą kartą panaudojo Gary Langeris darbe „Kelionės mokytis“ („Travel to Learn“) 1977 metais, kaip būdą apibūdinti keliones, kurios reikalauja „perėjimo“ į naują užsienio kultūros supratimo ir įvertinimo lygį. Kultūrinio turizmo mėgėjai dažniausiai visiškai pasineria ir tampa kultūrinės vietos dalimi. Tokio pobūdžio turizmas apima kultūros paveldo objektų, muziejų, ir meno įstaigų lankymą, dalyvavimą renginiuose, šventėse, specialiuose turistams skirtuose renginiuose, folkloro vakaruose, kulinarinio paveldo degustacijose. Kultūrinės kelionės apima ne tik kultūrinius tyrinėjimus ar atradimus – tai paveikia ir gyvenimo būdą.

Lietuvoje kultūrinio pažinimo kelionės yra ypač paplitusios turizmo sektoriuje. Ne tik užsieniečiai, bet patys lietuviai ypač aktyviai nori pažinti Lietuvą. Savojo krašto pažinimas per gamtą, architektūrą, urbanistiką ypač išaugo COVID-19 pandemijos metu, kai šalis buvo uždaryta užsienio turistams. Žmonės, negalėdami lankyti įvairių muziejų, parodų ar kitų uždarytų kultūros objektų, iš naujo atrado įvairius gamtinius Lietuvos išteklius: pažintinius takus, miškus, pelkes, vandens telkinius ir kitą. Vienas iš labiausiai lankomų archeologinių objektų, kurių pažinimas šiuo sunkiu laikotarpiu sparčiai kilo ir išaugo, tai piliakalniai. Piliakalniai kultūrinio turizmo kontekste neatlieka vieno ir pagrindinio vaidmens kaip lankytinas kultūros paveldo objektas. Jie gali būti įveiklinami ne tik siaurąja pažinimo prasme (užlipimas ant piliakalnio aikštelės, apylinkių panoramos stebėjimas, standai, kurie pasakoja piliakalnio istoriją), bet ir plačiąja prasme (saugomoje piliakalnių teritorijoje vykstantys įvairūs muzikos, istorijos festivaliai, archeologinės edukacijos ar net modernios instaliacijos). Kadangi ryškesnis piliakalnių apgyvendinimas vyko jau ankstyvajame geležies amžiuje, verta paminėti kelis šio laikotarpio piliakalnius, kurie yra įveiklinami plačiąja kultūrinio turizmo prasme.

Vieninteliai Lietuvoje į UNESCO pasaulio paveldo sąrašą įtraukti Kernavės piliakalniai užburia ne tik savo kraštovaizdžiu, unikalia archeologine medžiaga, bet jau 20 metų vykstančiu eksperimentinės ir edukacinės archeologijos festivaliu „Gyvosios archeologijos dienos“. Šio festivalio idėja supažindinti su priešistorės ir viduramžių žmonių gyvensena, amatais, karybos ypatumais jau žinoma ir visoje Europoje. Kiekvienais metais vykstantis festivalis pritraukia vis daugiau lankytojų ir dalyvių iš Latvijos, Estijos, Baltarusijos, Lenkijos, Rusijos, Vengrijos, Rumunijos, Vokietijos ir Švedijos. Per tris šventės dienas galima gyvai stebėti ne tik priešistorinių ginklų, maisto gamybą, viduramžių amatų ir gydomųjų žolelių pristatymus, bet ir patiems išbandyti archeologinę edukaciją: kelioms valandoms tapti tikru archeologu, pagroti įvairiais priešistoriniais muzikos instrumentais ar net pabandyti įskelti ugnį titnago ir skiltuvo pagalba. Festivalyje gerą nuotaiką skleidžia įvairūs archajiškos muzikos ir šokio ansambliai, konkursai ir žaidimai ir maisto degustacijos. Savo žiniomis ir naujais moksliniais atradimais dalinasi ilgamečiai Kernavės tyrinėtojai ir atradėjai: doc. dr. Aleksejus Luchtanas, doc. dr. Gintautas Vėlius ir dr. Rokas Vengalis. Vasaros festivalis „Gyvosios archeologijos dienos“ – vienas iš geriausių pavyzdžių, kuris įrodo, jog piliakalniai gali puikiai atspindėti ir išpildyti visus kultūrinio turizmo aspektus.

Kernavės piliakalnių kompleksui nenusileidžiantis Apuolės piliakalnis yra tikras Skuodo rajono pasididžiavimas. Pats Apuolės vardas yra kaip anksčiausias (863 m. – net šimtu penkiasdešimčia metų anksčiau, nei liūdnas vyskupo Brunono iškeliavimas į dangų!) rašytiniuose šaltiniuose paminėta gyvenvietė dabartinės Lietuvos Respublikos teritorijoje. Čia vyksta jau 16 metų skaičiuojantis tarptautinis senųjų amatų, archajinės muzikos ir karybos festivalis „Apuolė“. Šio festivalio konceptas yra labai panašus į Kernavėje vykstantį eksperimentinės ir edukacinės archeologijos festivalį „Gyvosios archeologijos dienos“, tačiau tuo pačiu metu ir skirtingas – tai išskirtinis renginys, kuris pristato Rimberto kronikoje užfiksuotų įvykių, kurių metu IX a. Apuolės (kuršių genties) gyventojai savo žemes gynė nuo danų ir švedų vikingų, paminėjimą. Siekiant atvaizduoti tuometinių dienų įvykius, festivalyje vyksta parodomieji kuršių ir vikingų karių susirėmimai, kovų turnyrai. Žiūrovai turi galimybę išmokti senovinių žaidimų, išbandyti savo jėgas ieties metimo, lankininkų rungtyse, pajodinėti žirgais, pasigrožėti baltų genčių kostiumais ir papuošalais, pamatyti IX a. kovų įrankius bei pasiklausyti senovinės muzikos. Šis kasmetinis vasaros festivalis – puiki galimybė aktyviai pailsėti nuostabiame gamtos ir istorijos kampelyje bei daugiau sužinoti apie kuršių gentį ir jų gyvenimą.

Kernavės valstybiniame kultūriniame rezervate vykstantis eksperimentinės ir edukacinės archeologijos festivalis „Gyvosios archeologijos dienos“ ir kasmet vis daugiau lankytojų pritraukiantis tarptautinis senųjų amatų, archajinės muzikos ir karybos festivalis „Apuolė“ yra vieni iš geriausių lietuviškų pavyzdžių įveiklinant kultūros paveldo objektus plačiąja prasme. Šiose

vietose lankytojai visiškai įtraukiami į kultūrinį turizmą, kai galima ne tik atrasti, bet ir visiškai pasinerti ir tapti kultūrinės vietos dalimi.

PILIAKALNIAI DIDŽIOJOJE BRITANIJOJE ANKSTYVAJAME GELEŽIES AMŽIUJE

Ankstyvojo geležies amžiaus piliakalnių galima pamatyti ne vienoje Europos valstybėje. Natūralu, jog jie yra skirtingi savo išvaizda, ypatybėmis, nes juos, laikui bėgant, įtakojo gamtos ir žmogaus veiklos procesai. Paskutinytis ledynmetis prieš 12 tūkst. metų iš esmės pakeitė dabartinių šiaurės Europos valstybių kraštovaizdį. Su slenkančio ledyno galia susidūrė ne tik Lietuvos, Latvijos, Estijos, Rusijos, Suomijos, Švedijos, Norvegijos bet ir dalis Lenkijos, Vokietijos, Danijos, Airijos ir Didžiosios Britanijos teritorijų. Dėl šios priežasties ir buvo pasirinkta palyginti Didžiosios Britanijos ankstyvojo geležies amžiaus piliakalnius su Lietuvos, to paties laikotarpio, piliakalniais.

Ankstyvojo geležies amžiaus piliakalniai yra dominuojanti Didžiosios Britanijos peizažo ypatybė. Kaip pažymėjo anglų archeologas J. C. D. Clarkas: „[geležies amžiaus] piliakalniai vienu metu yra ir įspūdingiausias, ir informatyviausias mūsų priešistorinių laikų pavyzdys. Jie daro įspūdį vien savo dydžiu, pylimų aukščiu, griovių gyliu, plotų dydžiu ir dažnai savo išsidėstymų padėtimi“. Piliakalniai Didžiojoje Britanijoje išsivystė vėlyvojo bronzos ir ankstyvajame geležies amžiuose, maždaug pirmojo tūkstantmečio prieš mūsų erą pradžioje ir buvo naudojami senovės britų iki Romos Imperijos užkariavimo. Didžiojoje Britanijoje yra apie 3300 aptariamo laikotarpio objektų, kuriuos galima priskirti piliakalniams ar panašioms „ginamiems objektams“. Ankstyvojo geležies amžiaus piliakalniai Didžiojoje Britanijoje, visiškai kitaip nei Lietuvoje, išsiskiria savo dydžiu (Mergelių pilis, Dorsetas. Tai vienas iš didžiausių piliakalnių visoje Europoje), plačia ir ypač didele aikšte (Traprain Law Škotijoje), pylimai kraštovaizdyje labai gerai išreikšti, aukšti (Old Oswestry Šropšyre). Yra ir tokių piliakalnių, kurių aikštelės ne tokios masyvios ir tik pylimų aukštis gali padėti priskirti juos šiam laikotarpiui (The British Camp Malverno kalvų teritorijoje ir Woden Law Škotijoje).

Šiame laikotarpyje kalvotose vietovėse buvo naudojamos natūralios ir žmogaus sukurtos gynybinės priemonės, pirmosios apėmė tokias geografines savybes kaip uolos, statūs šlaitai, upės, ežerai ir jūra, o antrąją - daugiausia krantai ir grioviai. Manoma, kad, kaip ir dabartinėje Lietuvos teritorijoje, taip ir Didžiosios Britanijos teritorijoje, žemės paviršių suformavo paskutiniojo apledėjimo metu vykę ledyno slinkimo procesai. Tačiau kodėl britų ankstyvojo geležies amžiaus žmonės statė piliakalnius? Dėl šio atsakymo, kaip ir Lietuvos atveju, vis dar ginčijamasi. Vieni archeologai laikosi nuomonės, kad piliakalniai pirmaisia buvo gynybinės struktūros, pastatytos tarpgentinių kovų epochoje. Kiti archeologai XX a. pab. ėmė ginčyti šią prielaidą teigdami, kad nėra pakankamai įrodymų, patvirtinančių ją. Kaip pažymėjo mokslininkai Markas Bowdenas ir Dave'as McOmishas, „yra tendencija manyti, kad jie visi buvo pastatyti panašioms tikslams ir visi atlieka panašias funkcijas“. Šie mokslininkai 1989 m. savo darbe pažymėjo, kad „idėja, jog kai kurie piliakalniai atliko apeigines funkcijas, nėra nauja, bet diskusija sutelkė dėmesį į galimą šventovių ir šventyklų egzistavimą gynyboje“. Vietoj to, jie pasiūlė, kad „pačių pylimų morfologija ir topografija gali įrodyti apeiginę veiklą“. Kiti mokslininkai Sue'as Hamiltonas ir Johnas Manley paminėjo, kad archeologai turi nepamiršti ir fenomenologinio piliakalnių vaidmens savo kraštovaizdyje, pažymėdami, kad „piliakalniai turi/išsidėstę apibrėžtose vietose, iš kurios galima pamatyti „pasaulį“. Šis teiginys iš esmės prarastas ir visiškai neminimas akademiniuose leidiniuose, tačiau tai turėjo būti svarbiausias aspektas, kaip piliakalnių statytojai ir gyventojai apibūdino ir suprato piliakalnių paskirtį.

Britų archeologijos festivalis kultūrinio turizmo kontekste

Didžiojoje Britanijoje, kaip ir Lietuvoje, kultūrinės kelionės užima labai svarbią vietą visos šalies turizme. Žinoma, čia taip pat atsiranda įvairių iššūkių įveiklinant paveldo objektus. Norint

aptarti Didžiosios Britanijos ne tik piliakalnių, bet ir visų archeologinių objektų vaidmenį plačiaja kultūrinio turizmo prasme, buvo pasirinktas vienas iš didžiausių šalies festivalių – Britų archeologijos festivalis.

Britų archeologijos festivalis yra dvi savaites trunkantis festivalis, kurį koordinuoja Britų archeologijos taryba (*Council for British Archaeology – CBA*). Tai kasmetinis festivalis, kurio metu renginiai vyksta visoje Anglijoje, Velse, Škotijoje ir Šiaurės Airijoje. Festivalis prasidėjo 1990 m. kaip Nacionalinė archeologijos diena, kuriai buvo skirta 10 renginių. Iš pradžių jis buvo įtrauktas į Europos paveldo dienas kiekvienų metų rugsėjo mėnesį. Tačiau dalyvių atsiliepimai paskatino Britų archeologijos tarybą atsiskirti nuo Europos paveldo dienų ir perkelti renginį į liepą, kad būtų galima maksimaliai išnaudoti archeologinių tyrimų galimybes vasarą. 2003 m. festivalis išaugo iki visą savaitgalį trukusio renginio, kuriame įvyko 195 renginiai, o 2005 m. tapo devynių dienų festivaliu – Nacionalinė archeologijos savaitė. Nuo 2020 m. jis yra susijęs su Europos archeologijos dienomis, kurias koordinuoja *Inrap (French National Institute for Preventive Archaeological Research – Prancūzijos nacionalinis prevencinių archeologinių tyrimų institutas)*, globojamas Prancūzijos kultūros ministerijos. Festivalio tikslas - Didžiosios Britanijos archeologijos tarybos iniciatyva išplėsti visuomenės įsitraukimą į archeologiją, skatinant žmones aplankyti archeologinę ir istorinę svarbą turinčias vietas, tokias kaip muziejai, paveldo objektai ir išteklių centrai, taip pat aktyviai savanoriauti archeologiniuose tyrimuose. Britų archeologijos festivalio renginius vykdo vietos ir šalies mastu įvairiausios grupės ir draugijos. Renginiai svyruoja nuo mažų vietinių renginių iki didesnių apskrities renginių ir daugiausia dėmesio skiriama skirtingiems Britanijos archeologijos aspektams. Britų archeologijos taryba koordinuoja visą festivalį, tačiau atskiros grupės ir visuomenės gali kurti savo renginius vietoje ir juos viešinti. Renginiai neapsiriboja vien tik kultūros paveldo objektų lankymu ar savanoriavimu archeologiniuose tyrimuose. Dvi savaites trunkantis festivalis gali pasiūlyti ir eksperimentinės archeologijos, įvairių paskaitų, archajinės muzikos ir kitų kultūrinių veiklų. 2011 ir 2013 m. festivalyje buvo minima Archeologijos diena. Pastaraisiais metais archeologijos festivalio žinomumas išaugo. Festivalis sulaukė nacionalinės žiniasklaidos atstovų laikraščiuose, tokiuose kaip „The Guardian“ ir „The Telegraph“, ir buvo rodomas 2007 m. BBC1 laidoje „The One Show“. Festivalyje dalyvavo ir tokie garsūs žmonės kaip Barbara Follett, Philas Hardingas ir Julianas Richardsas. 2008 m. vaikų žurnalo „The Beano“ viršelyje buvo atspausdinta akimirka iš festivalio.

Jau trisdešimtus metus skaičiuojantis festivalis yra plačiai žinomas ir Europoje. Čia puikiai suderinami visi kultūrinio turizmo komponentai nuo kultūros paveldo objektų lankymo iki visiško įsitraukimo į kultūrinės vietos išskirtinumus. Šis vasaros festivalis tik dar kartą įrodo, jog archeologinių paveldo objektų pavyzdžiu gali būti pilnai įveiklinti ir kiti kultūros paveldo objektai.

IŠVADOS

1. Lietuvos gamtinį kraštovaizdį suformavo prieš 12 tūkst. metų apledėjimo metu vykę ledyno slinkimo procesai, kurie iš dalies įtakojo iki šių dienų išlikusius piliakalnių;
2. Archeologai sutinka, jog beveik visi piliakalniai nėra supilti kalnai: tai yra natūralios kalvos, didesnių ar mažesnių upių kyšuliai, kurie buvo pritaikyti gynybai, pirmiausia nukasant šlaitus, padarant juos statesnius;
3. Ankstyvajame geležies amžiuje Rytų Lietuvos piliakalniai priklauso Brūkšniuotosios keramikos kultūrai. Greičiausiai dėl jos poveikio ankstyvieji piliakalniai atsirado Pietų ir centrinėje Lietuvoje, o keramikos brūkšniavimas pasiekė net Vakarų Lietuvą;
4. Išanalizavus leidinį „Lietuvos piliakalniai. Atlasas“ tritomį ankstyvajam geležies amžiui galima priskirti 264 piliakalnių, kurių daugiausia – Rytų Lietuvoje. Tačiau net ir tokia tyrime galima įžvelgti problemą – tai visiškai netirti piliakalniai, kurių, deja, Lietuvos teritorijoje yra labai daug;

5. Ankstyvojo geležies amžiaus piliakalniai Didžiojoje Britanijoje, visiškai kitaip nei Lietuvoje, išsiskiria savo dydžiu, plačia ir ypač didele aikštele, pylimai kraštovaizdyje labai gerai išreikšti, aukšti. Jie galėjo atlikti ne tik gynybinę, bet ir ritualinę paskirtį;

6. Kultūrinis turizmas tiek Lietuvoje, tiek Didžiojoje Britanijoje užima labai svarbią vietą abiejų šalių turizme;

7. Kernavės valstybiniame kultūriniame rezervate vykstantis eksperimentinės ir edukacinės archeologijos festivalis „Gyvosios archeologijos dienos“ ir tarptautinis senųjų amatų, archajinės muzikos ir karybos festivalis „Apuolė“, rengiamas Apuolės piliakalnio teritorijoje yra vieni iš geriausių lietuviškų pavyzdžių įveiklinant kultūros paveldo objektus plačiaja prasme;

8. Dar vienas puikus pavyzdys – Didžiojoje Britanijoje vykstantis Britų archeologijos festivalis. Šis festivalis įrodo, jog archeologinių paveldo objektų pavyzdžiu gali būti pilnai įveiklinti ir kiti kultūros paveldo objektai.

LITERATŪRA

1. 10 British Iron Age Hill Fort (2020) *Heritage Daily*. Žiūrėta iš: <https://www.heritedaily.com/2020/03/10-british-iron-age-hill-forts/118900>.
2. 2010 m. istorinių kelionių konkurso takais (2010) Žiūrėta iš: <http://kelionesirpramogos.lt/2010-m-istoriniu-kelioniu-konkursas/>.
3. *Aiškinamasis turizmo terminų žodynas: lietuvių ir anglų kalbomis* (2009) Vilnius. Žiūrėta iš: http://www.tourism.lt/uploads/documents/Naudinga_informacija/turizmo_terminu_zodynas/Turizmo_zod.pdf
4. *Apuolės piliakalnis*. Žiūrėta iš: <http://www.turistopasaulis.lt/apuoles-piliakalnis/#.X6gQ1Wj7TIV>.
5. Baltrūnas, V., Baranauskas, T., Rakutis, V., Zabiela, G. (2011) *Lietuvos pilys ir tvirtovės*. Kaunas.
6. Baltrūnas, V., Guobytė, R. *Kas supylė piliakalnius?* (2018) Žiūrėta iš: <http://alkas.lt/2018/03/02/r-guobyte-v-baltrunas-kas-supyle-piliakalnius/>.
7. Baubonis, Z., Zabiela, G. (2005) *Lietuvos piliakalniai: atlasas*. Vilnius, T. 1.
8. Baubonis, Z., Zabiela, G. (2005) *Lietuvos piliakalniai: atlasas*. Vilnius, T. 2.
9. Baubonis, Z., Zabiela, G. (2005) *Lietuvos piliakalniai: atlasas*. Vilnius, T. 3.
10. Bowden, M., McOmish, D. (1989). Little Boxes: More About Hillforts. *Scottish Archaeological Review*. 6. P. 12–16.
11. Clark, J., G., D. (1948). *Prehistoric England*. London: Batsford.
12. *Festival of British Archaeology*. Žiūrėta iš: https://en.wikipedia.org/wiki/Festival_of_British_Archaeology.
13. Forde-Johnston, *Hillforts of the Iron Age in England and Wales: A Survey of the Surface Evidence*. (1976) Liverpool: Liverpool University Press.
14. Girininkas, A. (2013). *Ankstyvasis metalų laikotarpis*. Klaipėda, p. 208 – 214.
15. Girininkas, A., Lukoševičius, O. (1997). *Lietuvos priešistorė: materialinės ir dvasinės kultūros raida, genčių formavimasis*. Vilnius, p. 87.
16. Grigalavičienė, E. (1995). *Žalvario ir Ankstyvasis geležies amžius Lietuvoje*. Vilnius, p. 204 – 223.
17. Harding, D., W. (2012). *Iron Age Hillforts in Britain and Beyond*.
18. Kuncevičius, A. (2004). Lietuvos pilys ir jų panaudojimo kultūriniam turizmui galimybės. In *Lietuvos muziejai*. Vilnius. Nr. 1.
19. *Lėdynai ir žemės paviršius Lietuvoje* (2013) Žiūrėta iš: <https://www.slideshare.net/geografijag/ledynai-iremispavirius-lietuvoje>.
20. *Lietuva prasideda nuo Skuodo!* Žiūrėta iš: <http://pasile.lt/wp-content/uploads/2014/06/Lietuva-prasideda-nuo-Skuodo.pdf>.
21. *Maiden Castle*. Žiūrėta iš: <https://www.english-heritage.org.uk/visit/places/maiden-castle/>.
22. *Old Oswestry Hillfort*. (2019) *Castles Forts Battles*. Žiūrėta iš: http://www.castlesfortsbattles.co.uk/midlands/old-oswestry_hillfort.html.

23. Staniūtė, S. (2017). Apuolės piliakalnyje – tradicinis senųjų amatų, archajinės muzikos ir karybos festivalis „Apuolė“. *Mano kraštas*. Žiūrėta iš: <https://www.manokrastas.lt/straipsnis/apuoles-piliakalnyje-%E2%80%93-tradicinis-senuju-amatu-archajines-muzikos-ir-karybos-festivalis-%E2%80%9Eapuole%E2%80%9C>.
24. Thompson, M., W. (1991). *The rise of the castle*. Cambridge University Press. P. 117.
25. *Traprain Law*. Žiūrėta iš: https://en.wikipedia.org/wiki/Traprain_Law#Folklore.
26. *Vasara: Senųjų amatų, archajinės muzikos ir karybos festivalis „Apuolė“*. Žiūrėta iš: <http://ekgt.lt/svarbu/idomiausi-etnoringiniai-lietuvoje/vasara-senuju-amatu-archajines-muzikos-ir-karybos-festivalis-apuole.html>.

EARLY IRON AGE HILLFORTS IN THE CONTEXT OF CULTURAL TOURISM

SANDĖ TRUBILAITĖ

Vytautas Magnus University, Faculty of Arts
Consultant: doc. dr. R. Navickienė

ANNOTATION

The scientific article examines one of the oldest archaeological objects - hillforts: the factors of their occurrence and the features of the early Iron Age hillforts. The examined hillforts of the early Iron Age are presented in a new plane - cultural tourism. Specific examples are used to explain whether they are applicable to coping in the broad sense of cultural tourism, using not only the examples available in Lithuania, but also in Great Britain.

VADOVAVIMO PROCESO TOBULINIMAS UAB „EX PROMPTO“ VERO CAFE

ROMĖNA TILINDYTĖ

Kolpingo kolegija

Konsultantė doc. dr. Sandra Jakštienė

ANOTACIJA

Šiame straipsnyje gilinamasi į vadovavimo proceso tobulinimą UAB „Ex prompto“ Vero cafe kavinėje. Vadovauti sugeba ne kiekvienas – tam reikia įgūdžių, noro tobulinti esančius aplink save, suprasti esamą politiką bei mokėti greitai ir produktyviai dirbti. Tyrimo mokslinė problema suformuluota, iškeliant probleminį klausimą: kokių žinių, įgūdžių, mokėjimų ir gebėjimų turi turėti vadovaujantis asmuo, kad jis galėtų didinti organizacijos, kurioje dirba, veiklos efektyvumą? Tikslas – pateikti vadovavimo proceso tobulinimo kryptis UAB „Ex prompto“ kavinėje Vero cafe. Tyrimo metodai: mokslinės literatūros analizė, statistinių duomenų analizė, duomenų lyginimas ir grupavimas. Empirinio tyrimo rezultatai parodė, kad kavinės „Vero cafe“ darbuotojai savo vadovus vertina gana gerai. Matome iš gautų rezultatų vadovavimo proceso tobulinimo pasiūlymus. Gauti tyrimo rezultatai reikšmingi kavinės vadovavimui tobulinti bei įmonės perspektyvoms. Tyrime nagrinėjama problema galėtų padėti įmonei geriau pažinti darbuotojus bei juos tobulinti vardan įmonės produktyvumo. Pagrindinės sąvokos: vadovavimas, tobulinimas, kavinė bei darbuotojai.

IVADAS

Temos aktualumas. Vadovavimas yra sudėtingas darbas, į kurį įeina daugelis savybių, kaip organizavimas, mokymas, komunikavimas su darbuotojais, motyvavimas ir daugelis kitų. Norint efektyviai valdyti reikia daug mokytis, kad vėliau būtų galima efektyviai valdyti ir mokinti pačius darbuotojus. Norint suvokti įmonės valdymo principus, reikia analizuoti jos veiklos funkcijas ir joms atlikti keliamus reikalavimus. Vadovavimas - būtinas visų formalių organizacijų atributas. Kiekvienos organizacijos veiklai būtina vadovauti ir kreipti ją norima linkme, nes tik tuomet galima veiksmingai siekti užsibrėžtų tikslų. Pramonės įmonės darbuotojai, kurie užima vadovaujančiąsias pareigas, turi gerai pažinti darbuotojus, juos motyvuoti ir sudaryti sąlygas reikiamiems veiksams atlikti. Darbuotojai turi ne tik atlikti darbą objektyviai bei operatyviai, tačiau turi ir jaustis gerai savo darbo aplinkoje bei vadovo akyse. Tad vadovavimo tobulinimas vienas iš svarbiausių aktualijų visose įmonėse šiai dienai.

Darbo problema. Personalo vadybos specialistai vertina darbuotojus, jų darbą ir veiklos efektyvumą, ir dirba, kad sukurtų konkurencingas ir jautrias tiek visuomenės, tiek savo darbuotojų atžvilgiu, organizacijas. Ulrich ir Brockbank (2007) pažymi, jog pagrindinė personalo vadybos specialistų funkcija – personalo vadyba turi kurti vertę. Tai reiškia, kad jų taikomi personalo vadybos metodai turi teikti vertę vartotojams, investuotojams, vadovams, darbuotojams ir kitoms suinteresuotoms pusėms. Tačiau dirbant darbą kavinėje „Vero cafe“ kyla klausimas: kokių žinių, įgūdžių, mokėjimų ir gebėjimų turi turėti vadovaujantis asmuo, kad jis galėtų didinti organizacijos, kurioje dirba, veiklos efektyvumą?

Tyrimo objektas – vadovavimo procesas.

Tyrimo tikslas – išanalizuoti vadovavimo procesą UAB „Ex prompto“ kavinėje Vero cafe ir pateikti tobulinimo kryptis.

Tyrimo uždaviniai:

1. Atlikti vadovavimo proceso teorinę analizę.
2. Atlikti vadovavimo proceso UAB „Ex prompto“ kavinėje Vero cafe tyrimą ir pateikti tobulinimo kryptis.

Tyrimo metodas – mokslinės literatūros analizė, anketinė apklausa.

VADOVAVIMO PROCESO TEORINIAI PAGRINDAI

Vadovavimas – tai žmonių nukreipimas ir jų motyvavimas siekti tam tikro tikslo, laikantis atitinkamo vadovavimo stiliaus, naudojant įvairias poveikio formas, valdymo būdus, metodus. Išskiriami tokie pagrindiniai sėkmingo vadovavimo supratimo požūriai (Kasiulis et al. 2005): personologinis; elgesio; kognityvinis; socialinės sąveikos.

Personologinėse teorijose didžiausias dėmesys skiriamas asmeniui, o ne aplinkai, kurioje tas asmuo veikia. Teigiama, kad geri vadovai turi ypatingų asmeninių savybių, kurios išskiria juos iš mūsų tarpo. Šios savybės arba įgimtos, arba įgytos ir išstobulintos ankstyvoje vaikystėje, jos yra vėlesnio gyvenimo sėkmės pagrindas. Šiose teorijose tapsmas vadovu ir vadovavimo efektyvumas paprastai neišskiriami, t. y. manoma, kad savybės, leidusios asmeniui tapti vadovu, yra tos pačios, kaip ir leidžiančios efektyviai veikti, tą poziciją pasiekus. Remiantis šiomis teorijomis, reikėtų prisiminti ir tokį teiginį, kad daugelis žmonių tampa lyderiais, bet netrukus vėl nugrimzta užmarštin. Elgesio teorijos teigia, kad sėkmingo vadovavimo laidas – suderintas elgesys ir aplinka. Elgesio teoretikai parodė, kad aplinka veikia vadovavimą. Skirtingai aplinkai reikia skirtingo vadovo elgesio. Tai paaiškina, kodėl tiek daug vadovų ateina iš tos pačios aplinkos ir kodėl vadovui, kuriam 224 sekėsi vienoje aplinkoje, ne taip sekasi kitoje. Svarbus elgesio požūrio aspektas – jo teikiama reikšmė mokymuisi vadovauti ir situacinio valdymo principams. Elgesio teorijose nagrinėjami individualūs skirtumai, kurie yra svarbus veiksnys ir vadovo tapsmui, ir vadovavimo efektyvumui (Jančiauskas, Maceika, Strazdas, Toločka, Zabelavičienė, 2012).

Tradicioniai vadovavimo stiliai yra autokratiniai. Autokratinis vadovavimo stilius pasižymi stipria valdymo centralizacija, visos valdžios koncentracija vienoje rankose. Prie tradicinių – autokratinų valdymo stilių priskiriami charizmatinis, patriarchalinis, autokratinis ir biurokratinis vadovavimo stiliai. Charizmatinis vadovavimo stilius – tai vadovavimas, remiantis išskirtinėmis vadovo savybėmis veikti bendradarbius, kad jie savanoriškai darytų tai, ko iš jų laukiama. Patriarchalinis vadovavimo stilius – tai vadovavimas pagal analogą su tėvo ar motinos elgsena šeimoje. Šis stilius turi senas tradicijas, tačiau jo taikymo galimybės ribotos. Patriarchalinis stilius turi esminį privalumą – bendradarbiai rūpinamasi net ir tada, kai jie negali dirbti. Autokratinis vadovavimo stilius remiasi hierarchiškai organizuotu valdymo aparatu ir paklusnumu. Kaip ir patriarchalinis, šis stilius grindžiamas besąlygišku vadovo autoritetu, tačiau vadovas rūpinasi savo pavaldiniais tik tiek, kiek šie yra naudingi. Demokratinis vadovavimo stilius remiasi valdžios pasidalijimu, įtraukiant pavaldinius į valdymą ir sprendimų priėmimą. Skiriamas kooperacinis ir laisvas demokratinis vadovavimo stilius. Kooperatiniam vadovavimo stiliui būdinga tai, kad bendradarbiai traktuojami kaip partneriai. Darbuotojai įtraukiami į valdymą. Laisvas vadovavimo stilius dažnai vadinamas liberaliu. Jam būdingas minimalus vadovo kišimasis į pavaldinių veiklą. Vadovavimo stilių klasifikacija elgesio teorijose susijusi su Levino, MakGregoro ir Likerto darbais. Levinas išskyrė autokratinį, demokratinį ir liberalų vadovavimo stilius. D. MakGregoras nagrinėjo autokratinį ir demokratinį vadovavimo stilius. Likertas praplėtė vadovavimo stilių diapazoną, nurodė tarpinius skirtingo autokratinio ir demokratinio laipsnio vadovavimo stilius. Tai eksploatacinis – autokratinis, geranoriškas – autokratinis, konsultacinis – demokratinis ir kolegialus (Likertas)

Dėl tikslingo vadovavimo tobulinimo prisideda ir naujų darbuotojų adaptacija. Darbuotojo adaptacija - tai procesas, kurio metu naujai priimtas darbuotojas susipažįsta su nauju darbu, jo aplinka ir kolektyvu.

Pasak Lipinskienės (2012), skiriami trys adaptacijos etapai:

1. *Susipažinimo etapas.* Šiame etape naujas darbuotojas supažindinamas su darbo vieta, uždaviniais, medžiagų ir reikalingos įrangos gavimo tvarka, saugumo, nelaimingų atsitikimų, susirgimų įforminimo taisyklėmis, kontrolės ir atsiskaitymo formomis, socialinio aprūpinimo galimybėmis (pertraukos, poilsio kambariai, nemokamas maitinimas ir kt.), taip pat su tiesioginiu

vadovu ir bendradarbiais, jų specializacija, išskirtinėmis savybėmis. Seniau dirbantiems darbuotojams taip pat pateikiama informacija apie naują darbuotoją, jo ankstesnę darbo vietą, patirtis, pagrindinės savybės, ko jam gali reikėti ir kuo jam gali reikėti padėti. Šio etapo baigtį nusako tokie rodikliai: darbuotojas „susipažino su darbo turiniu ir darbo sąlygomis“, „žino taisykles, vertybes, normas“, „susipažino su bendradarbiais“, „žino dalyvavimo sprendimų priėmimo galimybes“.

2. *Ivertinimo etapas.* Šiame etape darbuotojas įvertina susipažinimo etape gautą patyrimą, suskirstydamas jį į priimtina ir nepriimtina. Patyrimo įvertinimas nusakomas rodikliais „pasitenkinimas/ nepasitenkinimas darbu“, „pasitenkinimas/ nepasitenkinimas darbo sąlygomis“, „pasitenkinimas/ nepasitenkinimas tarpusavio santykiais su bendradarbiais“, „pasitenkinimas / nepasitenkinimas atlygiu“.

3. *Suderinamumo etapas.* Šiame etape darbuotojas suvokia, jog jis priklauso kolektyvui, priima jo vertybines orientacijas, elgesio normas ir nuomones. Šiam etapui naudojami tie patys rodikliai kaip ir įvertinimo etape. Darbuotojo adaptacijoje vyksta du procesai: socializacija ir adaptacija. Socializacija – tai organizacijos pastangos priderinti darbuotoją prie organizacijos kultūros (normų, taisyklių, vertybių ir pan.). Individualizacija – tai darbuotojo pastangos ką nors pakeisti organizacijos kultūroje, kad ši kiek galima labiau priartėtų prie jo vertybių, nuostatų ir įsitikinimų. Pažymėtina, kad darbuotojo adaptacija vyksta ir vidinės samdos atveju: į kitą padalinį ar darbo vietą perkeltas darbuotojas jame jaučiasi kaip naujokas, jam taip pat reikia pristatyti kolektyvą, supažindinti su nauju darbu, darbo vieta, sąlygomis, priemonėmis, funkcijomis ir kt.

Apibendrinant galima teigti, kad vadovavimas plati sąvoka, turinti daug įvairių aspektų bei teorijų, tačiau tai yra neatsiejama mūsų gyvenimo dalis.

TYRIMO METODIKA

Tyrimo problema: vadovavimo proceso tobulinimas UAB „Ex prompto“ Vero cafe kavinėje. **Tyrimo tikslas** – pateikti vadovavimo proceso tobulinimo kryptis UAB „Ex prompto“ kavinėje Vero cafe. Tyrime siekiama išsiaiškinti vadovavimo proceso tobulinimo perspektyvas.

Tyrimo duomenų rinkimo būdai – apklausa, tai vienas populiariausių kiekybinių tyrimų metodų, labai plačiai taikomas tiek moksliniuose, tiek taikomuose tyrimuose, kai tyrimo objekto arba jo požymių neįmanoma kitaip pažinti.

Tyrimo dalyviai ir imtis – tyrime dalyvavo 18 kavinės „Vero cafe“ darbuotojų.

Tyrimo laikas – apklausa buvo vykdoma 2020 m. lapkričio 3-8 dienomis internetinėje platformoje – Google diske.

Tyrimo etika – daugiausiai dėmesio skiriama tyrėjo elgesio su tiriamaisiais etikai. Nors vadovėliuose galima rasti įvairių etikos principų, skirtos penkios jų grupės, kurias išskyrė ir apibūdino Trochim (2006):

- Tiriamasis (respondentas, informantas) tyrime turi dalyvauti tik laisvanoriškai.
- Tyrėjas turi atskleisti tiriamajam tyrimo esmę, informuoti apie galimą riziką, tyrimo etikos principų laikymąsi ir gauti iš tiriamojo sutikimą (pateikus minėtą informaciją) dalyvauti tyrime (raštu arba įrašytą garso/vaizdo juostoje).
- Tyrėjas visuose tyrimo etapuose turi stengtis apsaugoti tiriamąjį nuo galimos žalos.
- Tyrėjas turi užtikrinti iš tiriamojo ir apie tiriamąjį gautos informacijos konfidencialumą.
- Tyrėjas turi užtikrinti tiriamojo anonimiškumą.

Tyrimo duomenų apdorojimas - nemokamai apklausos tikslams galima pasitelkti Google formas, kurios naudojamos klausimynams su skirtingo tipo klausimais parengti. Galimi visi pagrindiniai anketos klausimų tipai: atviri ir uždari, įvairių skalių, vieno ar kelių atsakymo variantų klausimai ir pan. Respondentų atsakymai iš karto surenkami į elektroninę skaičiuoklę ir jų nebereikia atskirai suvedinėti. Galima nesunkiai iš karto atsidaryti grafinio pavidalo (stulpelių

arba skritulinių diagramų) jau apdorotus duomenis (aprašomosios statistikos skaičiavimai). Google formos anketos pagalba buvo atliktas šis tyrimas.

Tyrimo rezultatų pristatymas

Atlikus anketinę apklausą internetu buvo gauti atsakymai, kurių dėka buvo galima išanalizuoti vadovavimo proceso tobulinimą UAB „Ex prompt“ Vero cafe kavinėje.

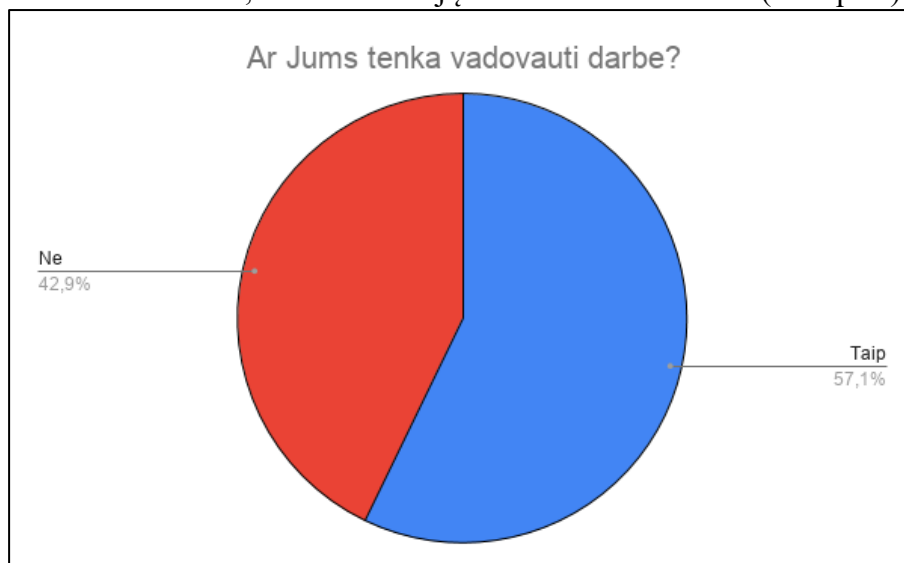
Pirmu klausimu siekiama išsiaiškinti ar darbuotojai supranta vadovavimo sampratą (žr. 1 pav.).

- Vadovavimas yra procesas, kurio metu vadovas savo darbuotojams nurodo kokias ir ar kaip atlikti užduotis, ieško arba priima svarbius sprendimus verslo kokybei gerinti.
- Liepimas kažką daryti.
- Motyvavimas, darbų sužiūrėjimas; Komandos valdymas.
- Aiškiai ir suvokiamai darbo vietos pareigų paskirstymas, atsakingumas už kitus darbuotojus ir jų atlikta darbą.
- Nurodymų davimas.
- Tai žmonių nukreipimas ir jų motyvavimas siekti tam tikro tikslo.
- Darbų padalinimas, prižiūrėjimas.
- Vadovavimas yra lyderiavimas grupėje.
- Vadovavimas yra pareigų paskirstymas darbuotojams pagal jų sugebėjimus, žinant stipriąsias ir tobulintinas jų savybes, kad darbo procesas vyktų greičiau.
- Aktyvus darbas, skatinant, motyvuojant, padedant kolegoms profesionaliai, darbščiai, kokybiškai atlikti pareigas.
- Komandos valdymas ir tikslų siekimas.
- Gebėjimas įvesti tvarką, pagalba žmonėms ir kelio nurodymas, teisinga linkme.

1 pav. „Kaip manote, kas yra vadovavimas?“

Kaip matyti iš 1 pav. darbuotojų nuomonės apie vadovavimą skiriasi – tačiau daugiau ar mažiau visos sutampa ir tinka.

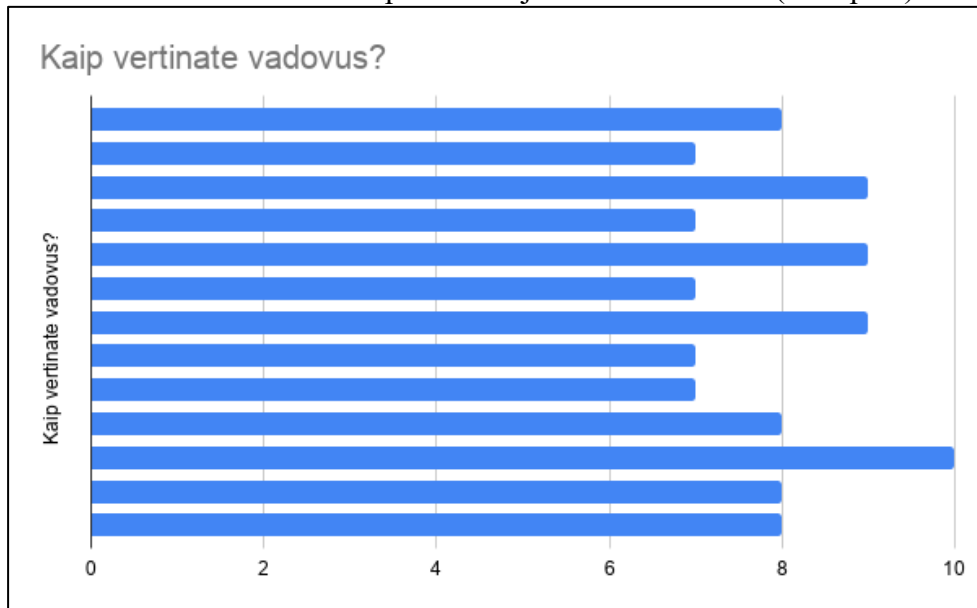
Kitu klausimu buvo domėtasi, kiek darbuotojų tenka vadovauti darbe (žr. 2 pav.).



2 pav. „Ar Jums tenka vadovauti darbe?“, proc.

Pagal gautus duomenis matyti, jog 42,9 proc. atsakiusiųjų savo darbe nevadovauja, o 57,1 proc. tenka vadovauti.

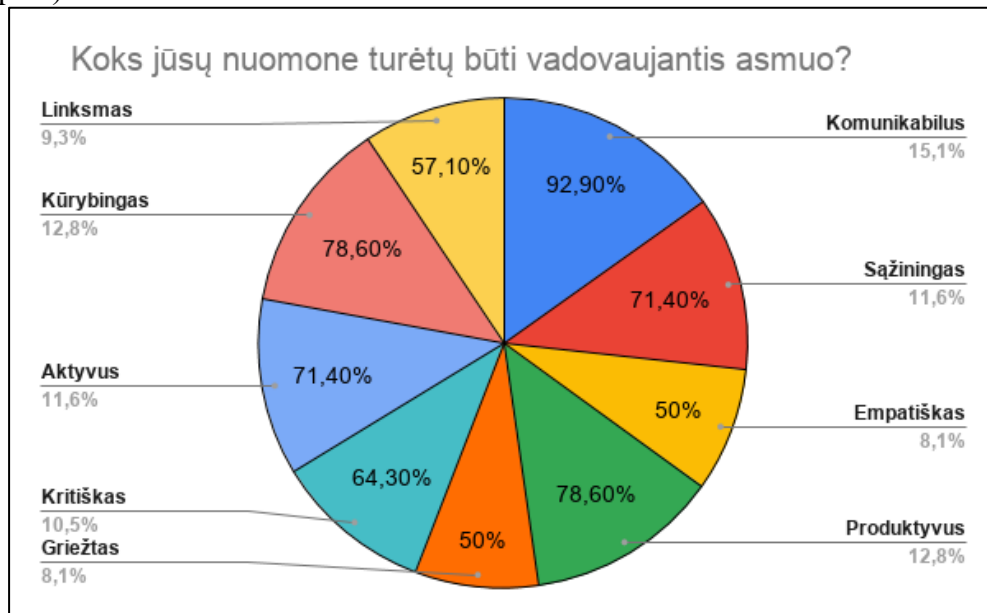
Trečiu klausimu siekta išsiaiškinti kaip darbuotojai vertina vadovus (žr. 3 pav.).



3 pav. „Kaip vertinate vadovus?“, balais

Gautais rezultatais galime teigti, jog darbuotojai savo vadovus vertina gerai t. y. nuo 7 iki 10 balų, kur skalėje 1-blogai, 10 – puikiai.

Ketvirtu klausimu siekiama sužinoti kokia darbuotojų nuomone turėtų būti vadovaujantis asmuo (žr. 4 pav.).



4 pav. „Koks jūsų nuomone turėtų būti vadovaujantis asmuo?“, proc.

Iš tyrimo duomenų matyti, kad pagal darbuotojus - vadovaujantis asmuo turėtų būti: komunikabilus 15,1 proc., kūrybingas 12,8 proc., produktyvus 12,8 proc., aktyvus 11,6 proc., sąžiningas 11,6 proc., kritiškas 10,5 proc., griežtas 8,1 proc., empatiškas 8,1 proc., linksmas 9,3 proc.

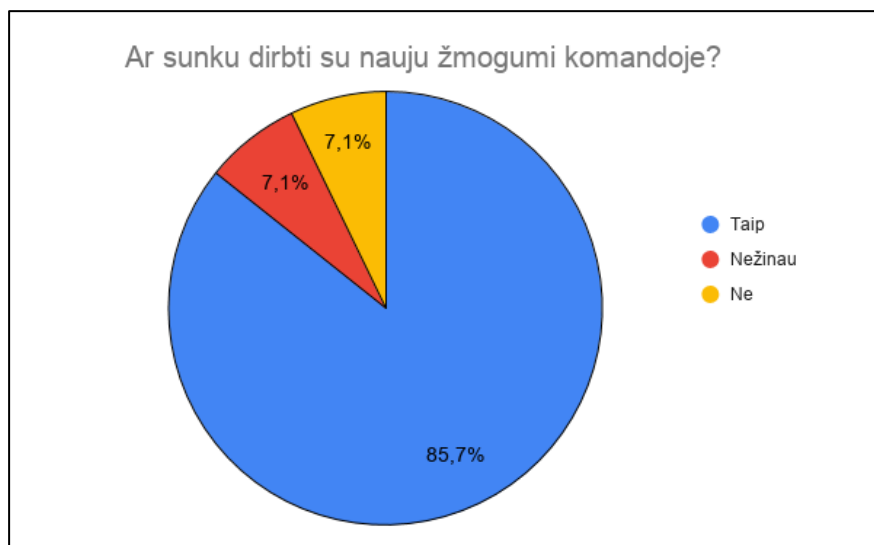
Penktu klausimu siekiama išsiaiškinti kas galėtų būti patobulinta vadovavime (žr. 5pav.).



5 pav. „Kas galėtų būti patobulinta vadovavime?“

Iš gautų respondentų atsakymų matyti, jog labiausiai reikia tobulinti vadovavime požiūris į darbą, o motyvacijos kėlimas bei bendravimo įgūdžiai surinko procentų labai panašiai.

Šeštu klausimu buvo norima sužinoti ar sunku dirbti su nauju žmogumi komandoje? (žr. 6 pav.).



6 pav. „Ar sunku dirbti su nauju žmogumi komandoje?“, proc.

Kaip matyti iš 6 paveikslėlio atsakymų, kad su nauju žmogumi komandoje dirbti yra sunku, taip atsakė net 85,7 proc. visų respondentų, o 7,1 proc. atsakė, jog nesunku, toks pat procentas pažymėjo atsakymą „nežinau“.

Septintas klausimas: ką galėtų padaryti vadovaujantis asmuo, kad darbas eitųsi sklandžiai? (užtikrinti, kad kiekvienas supranta savo funkcijas; paaiškinti darbo tikslus ir prioritetus ir pan.) (žr. 7pav.).

Sukurti tokią atmosferą, kad kitiems nebūtų streso ir blogų emocijų būnant kartu.

- Padidinti motyvacija.
- Drąsinti nauja asmeni.
- Prisidėti prie darbo, aiškiai išdėstyti informacija.
- Nustatyti vidaus taisykles ir skirti paskatinimą už gerai padaryta darbą, suprasti darbuotojus.
- Daug problemų išsprendžia lean verslo metodika. Taip pat ji stipriai padidina darbuotojų našumą, sumažina stresą, gerina vartotojų "experience". Išmokti visą lean metodiką gali trūkti laiko, todėl stipriai rekomenduojama turėti įmonėje kokybės vadybos specialistus.
- Būti supratingas, motyvuotas.
- Suteikti reikiama informacija.
- Detaliai aptarti kavinės specifiką su nauju komandos nariu prieš pradedant darbą, ypač kai dirbama po vieną.
- Sudaryti darbo atmosfera jaukia ir malonia, kad nebūtų daromas spaudimas, baime darbo vietoje, įtampa ir kiekviena klaida būtų didelės vertės.

7 pav. „Ką galėtų padaryti vadovaujantis asmuo, kad darbas eitų sklandžiai?“

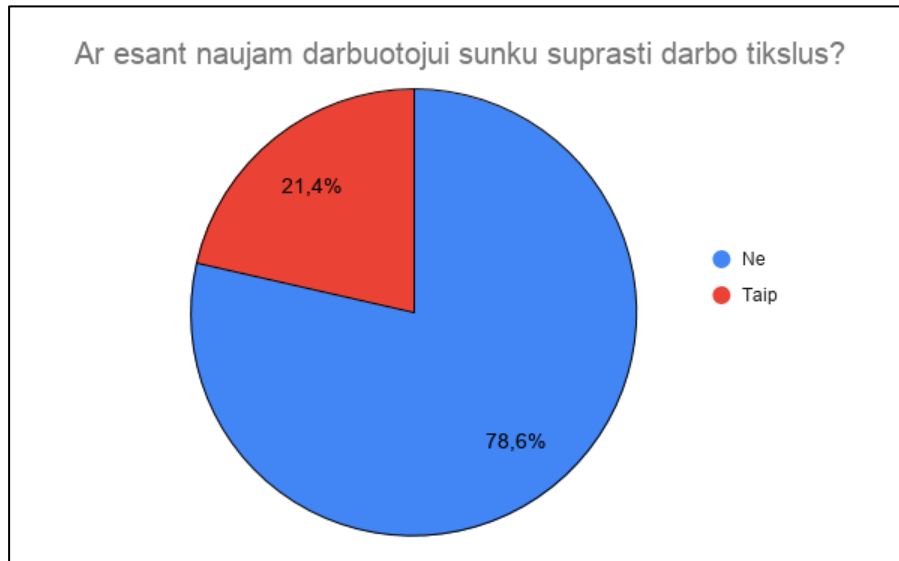
Aštuntu klausimu siekiama išsiaiškinti ar būtų naudinga tiek įmonei, tiek darbuotojams: tikslų iškėlimas ir bandymas juos įgyvendinti ta pačią dieną? Kodėl? (žr. 8 pav.).

- Taip, nes nebūtų tarkim desertų pasibaigusio galiojimo ir nurašymų.
- Tikslą iškelti taip. O įgyvendinti ne. Naujam žmogui ir taip visko daug ir galbūt nauja naujajame darbe. Manau nereikėtų žmogui kelti streso ir viską daryti palaipsniui.
- Manau taip, nes tai pakeltu motyvacija siekti to tikslo.
- Tikslai turėtų būti iškelti ir pateikti darbuotojams iš anksto ir mėnesiui einant tai turėtų būti kaip varžybos, kuri kavinė geriau pasieks tikslus.
- Tai juos motyvuotu dirbti, parduoti arba kurti kažką inovatyvaus.
- Priklauso nuo pačių tikslų. Jeigu mano tikslas yra išmokti važiuoti dviračiu, o vadovo efektyviau konkuruoti rinkoje - abejotina. Tačiau, jeigu nustačius bendrus KPI (keeping performance index)'us prisidedant prie darbuotojų algos motyvacijos ir etc. Tuomet nauda dažniausiai būna abipusė.

8 pav. „Ar būtų naudinga tiek įmonei, tiek darbuotojams: tikslų iškėlimas ir bandymas juos įgyvendinti ta pačią dieną? Kodėl?“

Kaip matyti iš 8 paveikslo, darbuotojai sutinka su teigimu, jog iškelti tikslą ir jį įgyvendinti tą pačią dieną yra geras variantas, tačiau tam reikia vadovo motyvavimo ir skatinimo.

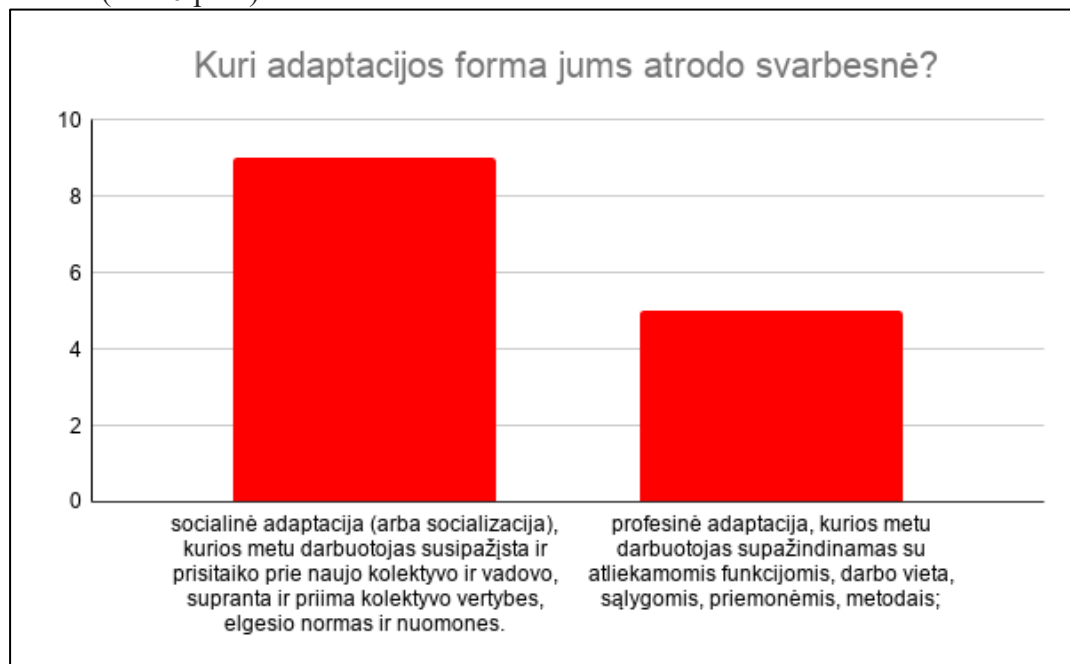
Sekančiu klausimu siekiama sužinoti ar esant naujam darbuotojui sunku suprasti darbo tikslus (žr. 9 pav.).



9 pav. „Ar esant naujam darbuotojui sunku suprasti darbo tikslus?“, proc.

Gauti duomenys iš apklausos parodo, kad būnant naujam darbuotojui darbo tikslus nėra suprasti taip sunku, kaip atrodo, taip atsakė net 78,6 proc. atsakiusiųjų, tačiau visgi 21,4 proc. žmonių teigia, jog būnant naujam darbuotojui suprasti tikslus yra gana sunku.

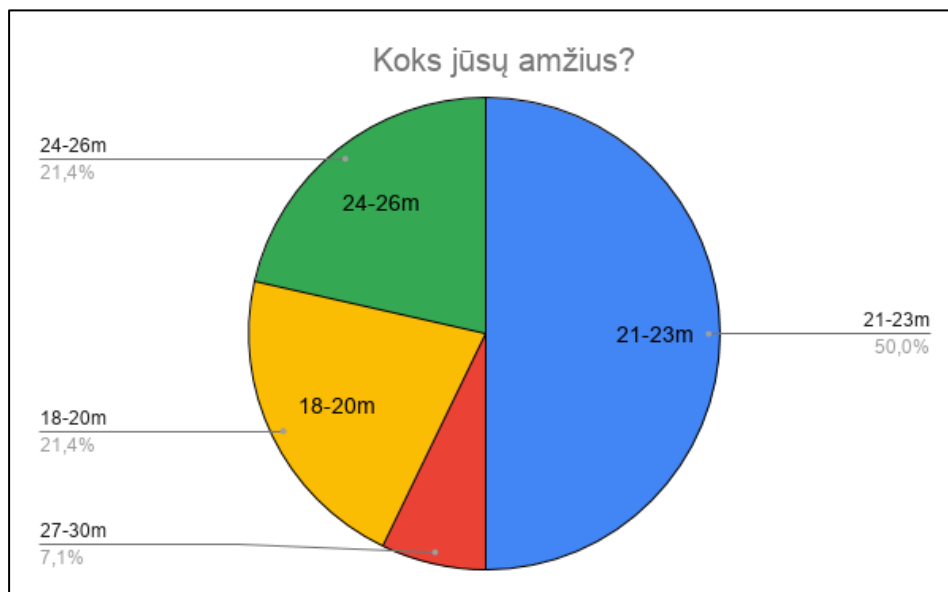
Dešimtas klausimas užduotas tam, jog išsiaiškinti kuri adaptacijos forma darbuotojams atrodo svarbesnė (žr. 10 pav.).



10 pav. „Kuri adaptacijos forma jums atrodo svarbesnė?“

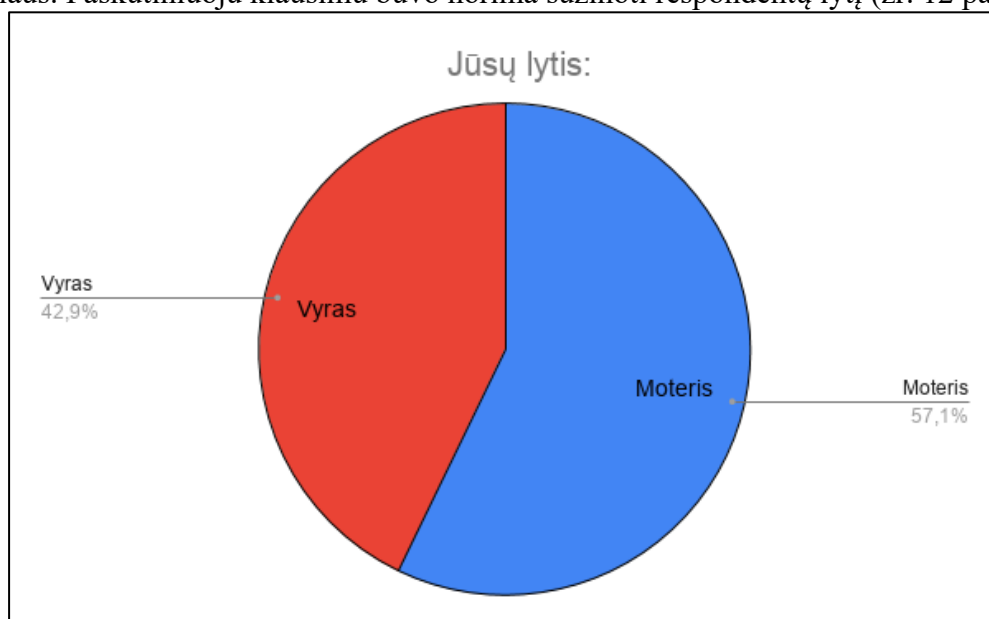
Iš 10 paveikslo matyti, jog darbuotojams svarbesnė yra socialinė adaptacija, kuomet žmogus supažindinamas su visu kolektyvu, vadovu, elgesio normas ir pan., tačiau profesinė adaptacija tai pat svarbi.

Vienuoliktu klausimu siekiama išsiaiškinti darbuotojų amžių (žr. 11 pav.).



11 pav. „Koks jūsų amžius?“, proc.

Tyrime daugiausiai atsakiusiųjų buvo 21-23 metų amžiaus darbuotojai, 24-26 metų grupė sudaro 21,4 proc., taip pat kaip ir 18-20 metų grupė darbuotojų, mažoji dalis atsakiusiųjų buvo 27-30 metų amžiaus. Paskutiniuoju klausimu buvo norima sužinoti respondentų lytį (žr. 12 pav.).



12 pav. „Jūsų lytis?“, proc.

Iš gautų rezultatų matyti, kad tyrime dalyvavo 42,9 proc. vyrų ir moterys – 57,1 proc.

Apibendrinant tyrimo rezultatus, galima teigti, kad UAB „Ex prompto“ kavinės Vero cafe darbuotojai ir jų vadovai supranta savo darbo tikslus, vertina pastangas ir tiki motyvacine sistema. Vadovavimo proceso tobulinimas suteikia tiek įmonei, tiek jos darbuotojams naujų būdų kaip pagerinti ir pagreitinti darbą bei ką vadovai galėtų patobulinti savo sferos dalyje.

IŠVADOS

Atlikta vadovavimo proceso tobulinimo analizė, leidžia formuluoti šias tyrimo išvadas:

1. Atsižvelgiant į vadovavimo sampratą ir jos kryptis, galima teigti, jog vadovavimas tai, vienas iš grupinių procesų, tačiau dominuojantis asmuo yra vienas. Būti vadovu tai ai būti kompetentingu asmeniu, nustatančiu tikslus, kuriuos galima pasiekti kartu su pavaldiniais, turint vadovavimo žinių, įgūdžių ir atitinkamai naudojant vadovavimo stilių.

2. Atliktas apklausa parodė, kad „Vero cafe“ kavinės darbuotojai supranta tiek vadovo pareigas, tiek savo. Tačiau teigia, jog vadovas turėtų būti ne tik komunikabilus, sąžiningas, produktyvus bei kritiškai, tačiau taip pat jis turi nustatyti vidaus taisykles ir skirti paskatinimą už gerai padaryta darbą, suprasti darbuotojus bei detalai aptarti kavinės specifiką tiek su ilgiau dirbančiu, tiek su nauju komandos nariu prieš pradedant darbą, ypač kai dirbama po vieną.

3. Apibendrinus empirinius rezultatus galima teigti, kad gauti tyrimo rezultatai yra reikšmingi tyrinėjant tolesnes vadovavimo proceso tobulinimo kryptis. Nagrinėtas proceso tobulinimas gali padėti ne tik tobulėti ir geriau jaustis komandoje, tačiau taip pat ir įmonės produktyvumui.

LITERATŪRA

1. Lipinskienė, D. (2012). *Personalo vadyba. Mokymo priemonė su praktinėmis užduotimis*.
2. Jančiauskas, B., Maceika, A., Strazdas, R., Toločka, E., Zabelavičienė, I. (2012). *Pramonės įmonių valdymas: planavimas, organizavimas, vadovavimas*. Vilnius „Technika“ Mokomoji knyga.
3. Ulrich, D., Brockbank, W. (2007). [žiūrėta 2020-11-05]. Prieiga internete https://www.researchgate.net/publication/30858085_Human_resource_competencies_Responding_to_increased_expectations

IMPROVING THE LEADERSHIP PROCESS UAB EX PROMPTO VERO CAFE

ROMĖNA TILINDYTĖ

Kolping University of Applied Sciences
Consultant Associate professor Sandra Jakštienė

ANNOTATION

This article delves into the improvement of the management process in the cafe UAB “Ex prompto” Vero cafe. Not everyone is able to lead - this requires skills, a willingness to improve those around them, an understanding of existing policies and the ability to work quickly and productively. The research problem is formulated by asking a problematic question: what knowledge, skills, abilities, and abilities does a manager need to have in order to increase the effectiveness of the organization in which he or she works? The aim is to present the perspectives of improving the leadership process in UAB “Ex prompto” Vero cafe. Research methods: analysis of scientific literature, analysis of statistical data, comparison and grouping of data. The results of an empirical study showed that the employees of the Vero cafe appreciate their managers quite well. From the results we see suggestions for improving the leadership process. The obtained research results are significant in improving the management of the cafe and the prospects of the company. The problem addressed in the study could help the company get to know its employees better and improve them for the sake of the company's productivity.

Keywords: leadership, improvement, cafe and employees.

KULTŪRINIO TURIZMO OBJEKTŲ PRIEINAMUMAS TURISTAMS: KAUNO TVIRTOVĖS, KAIP KOMPLEKSNIO KARINIO TURIZMO OBJEKTO, ATVEJIS

VITA VALANTIKONYTĖ

Vytauto Didžiojo Universitetas
Konsultantas: dr. Regina Navickienė

ANOTACIJA

Straipsnyje trumpai apžvelgiama Kauno tvirtovės turizmo srities situacija iki šių laikų. Pristatoma esanti situacija turizmo tyrimų srityje. Trumpai aptariamas straipsnis apie Varšuvos tvirtovę, kurios atveju atliktas kiekybinis tyrimas tapo Kauno tvirtovės kokybinio tyrimo pagrindu. Aptariamas kokybinis tyrimas – objektas, metodas, pasirinkta respondentų grupė ir rezultatai, kurie gali būti rekomendacijos Kauno tvirtovės valdytojams turizmo srityje. Pateikiamos išvados, į kurias galima atsižvelgti tolimesniems turizmo veiksniams tvirtovės objektuose.

Reikšmingi žodžiai: turizmas, fortifikacija, Varšuvos tvirtovė, Kauno tvirtovė, kultūrinis turizmas, turizmo infrastruktūra, karinis turizmas.

IVADAS

Didėjant Kauno tvirtovės populiarumui turizmo srityje – tiek karinio, tiek tamsiojo ir holokausto turizmams, o šiemet ir individualiam turizmui, kurio populiarumą paskatino susiklosčiusi COVID-19 situacija, didėja ir paklausa. Ypač populiarėjantis ir šiemet skatinamas, dėl susiklosčiusios padėties, individualus turizmas pritraukė nemažą lankytojų dalį į kultūros paveldo objektus. Tai pastebima ir Kauno tvirtovės objektuose – būtent VšĮ Kauno tvirtovės parkas šiemet sulaukė nemažai skambučių iš individualiai besilankančių kultūros paveldo objektuose turistų, ieškančių informacijos apie lankymosi galimybes¹.

Didžioji dalis nuo Pirmojo ir Antrojo pasaulinio karo išlikusių fortifikacinių statinių šiais laikais tampa karinio turizmo objektais. Sektiniais turizmo pavyzdžiais gali tapti užsienio tvirtovės, kurios jau pasiekusios didelių turizmo srautus. Geruoju pavyzdžiu galėtų būti net tokios tvirtovės kaip Naujoji Olandijos vandens linija (New Dutch Waterline), kurios atveju buvo pertvarkyta karinė gynybinė linija skatinanti karinį turizmą. Taip pat karinis turizmas iškėlė objekto vertę – pradėjo rasti regioninės tapatybės suvokimas per karinės praeities vertę². Kauno tvirtovės atveju jau prieš aštuonerius metus architektė Nijolė Steponaitytė rašė, kad šis industrinis ir karinis paveldas galėtų tapti labiau naudojamas. Nors tuo pačiu ir kėlė klausimą ar bus ką naudoti³, nes ilgas objektų neįveiklinimas ir restauravimui lėšų neskrymas ardo statinius. Kol kas tik labai maža dalis Kauno tvirtovės statinių tvarkomi ir saugomi, kita dalis vis dar turi apleistumo požymių – tai tampa savotišku turistų traukos aspektu.

Tačiau prieš 30 metų Kauno tvirtovė nebuvo aktuali turistams ir visuomenei – ji buvo karinės paskirties ir kariuomenės nuosavybė. Tik vienintelis *Kauno tvirtovės IX fortas*, nuo 1958 metų tapęs Revoliucijos istorijos muziejumi⁴ buvo viešai prieinamas visuomenei ir žinomas ne tik tuo metinės Lietuvos gyventojų, bet ir kitų Sovietų sąjungos teritorijų gyventojams. Kiti tvirtovės statiniai, tokie kaip fortai, sovietmečiu nebuvo prieinami visuomenei. Tačiau, antrosios nepriklausomybės

¹ Informacija žinoma iš VšĮ Kauno tvirtovės parkas darbuotojų.

² Verschuure-Stuip, G., Hold the Line: *The transformation of the New Dutch Waterline and the Future possibilities of Heritage*. In: Hein C. (eds) *Adaptive Strategies for Water Heritage*. Springer, Cham, p. 267.

³ Steponaitytė, N. *Kauno tvirtovės kultūros paveldo objektų būklė ir problemos*. In: *Journal of architecture and urbanism*, 2012, Volume 36(1), p. 63.

⁴ Su muziejaus atsiradimo istoriją galite susipažinti muziejaus internetinėje svetainėje: <https://www.9fortomuziejus.lt/istorija/muziejus/>

pradžioje, besitraukiant sovietinei kariuomenei iš Kauno, pradėjo rasti ir pirmieji tikslūs dokumentai nustatantys išlikusius Kauno tvirtovės statinius, kurių atsiradimą užsakė Kultūros paveldo centras⁵. Laikui bėgant privatizuotas VII fortas, o kituose fortuose, išskyrus IX fortą, pradėjo rasti ir savanoriškai susitelkusi bendruomenė – interesuotų žmonių grupė, vėliau tapusi Kauno tvirtovės asociacija, kuriai rūpėjo paveldo išsaugojimas ir puoselėjimas. Savanorių komanda pradėjo pirmuosius tvarkybos darbus apleistuose fortuose, o vėliau įsteigė asociaciją, kurios vienas iš siekių buvo įsteigti organizaciją prižiūrinčią Kauno tvirtovės objektus ir galinčią juos įveiklinti. 2016 metais įkurta *Viešojo įstaiga Kauno tvirtovės parkas* pradėjo savo veiklą. Per ketverius metus, 2020 metais, veikiant viešajai įstaigai ir daug anksčiau įsikūrusiai asociacijai galime matyti pasikeitusią Kauno tvirtovę – pasikeitimą galime įvardinti kaip dalies teritorijų ir statinių valdymo perdavimą *Viešajai įstaigai Kauno tvirtovės parkas*, kuriai patikėtas statinių ir teritorijų priežiūra bei įveiklinimas, objektų priskyrimą miesto ir rajono teritorijoms, sutvarkytas, prieinamas bei saugias teritorijas atviras visuomenei ir turistams, patalpų pritaikymą ir įveiklinimą, savanoriškas pajėgas siekiančias rūpintis ir įveiklinti fortifikacines zonas. Tad per 30 metų paslaptingos fortifikacinės teritorijos, įsiliejusios į miesto urbanistiką, iš karinės paskirties įgavo visuomeninę paskirtį bei tapo turizmo objektais.

Kuo labiau Kauno tvirtovės statiniai ir teritorijos tvarkomi, pritaikomi visuomenės lankymuisi ir turizmui – tuo didėja susidomėjimas. O nepaisant to, kad tvirtovės objektus valdo skirtingi valdytojai – vis tiek vienaip ar kitaip teikiamos turizmo paslaugos. Pradėjus detalesnių tyrimų paiešką apie Kauno tvirtovės turizmą – nerasta mokslinių kiekybinių tyrimų. Tad nors Kauno tvirtovė vis populiarėjanti ir vis labiau prieinama visuomenei, bet nevykdyti ir kokybiniai tyrimai – iš vienos pusės jie gali atrodyti nereikalingi, nes Kauno tvirtovės objektai nėra vientisi, t. y. nepriklauso vienam savininkui, kuris puoselėtų turizmą. Iš kitos pusės – tai informacijos stoka, be jokių tyrimų vykdomos turizmo programos objektuose nenukreipia turizmo reikiama linkme ir nepasiekiamos visos turistų grupės į kurias bandoma orientuotis. Tad šio straipsnio tikslas kokybinio tyrimo dėka suteikti įžvalgas gerinti turizmo galimybes ne tik Kauno tvirtovės objektuose esantiems muziejams, kitiems valdytojams, bet ir pavieniams gidams, kurie prisideda prie objektų populiarinimo ir prieinamumo skatinimo organizuojant ekskursijas.

Straipsnio pagrindinis objektas – Kauno tvirtovė. Pagrindiniai uždaviniai – išanalizuoti Varšuvos tvirtovėje atliktą kiekybinį tyrimą, kuris aprašomas E. Zaras-Junuškevič, J. Botvinos, B. Zarskos, T. Swočynos ir T. Krupos moksliniame straipsnyje – *Tvirtovės, kaip specifinės miesto želdinių teritorijos, miesto kultūros unikalumo apibrėžimo peizažas: Varšuvos tvirtovė - atvejo analizė*⁶ straipsnyje (*Fortresses as Specific Areas of Urban Greenery Defining the Uniqueness of the Urban Cultural Landscape: Warsaw Fortress—A Case Study*); remiantis aukščiau minėtų tyrimu išsiaiškinti Kauno tvirtovės prieinamumą turistams su tikslu skatinti karinį turizmą.

VARŠUVOS TVIRTOVĖS SITUACIJOS APŽVALGA REMIANTIS ATLIKTAIS TYRIMAIS

Šio straipsnio atspirties tašku tapo E. Zaras-Junuškevič, J. Botvinos, B. Zarskos, T. Swočynos ir T. Krupos (2020) mokslinis straipsnis, aprašantis atliktus tyrimus Varšuvos tvirtovėje, kuriame Varšuvos tvirtovė buvo tyrinėjama įvairiais aspektais – atliekama šaltinių analizė ir kritika, objektų vertinimas, kraštovaizdžio ir ekologinės vertės nustatymas bei kiekybinė apklausa⁷. Kadangi Kauno tvirtovė jau buvo nagrinėta kraštovaizdžio tema Vaidos Vaitkutės Eidimtienės, Petro Grecevičiaus ir Jono Genio straipsnyje *Kauno tvirtovės statinių įtaka miestovaizdžio sociokultūrinei ir vizualinei*

⁵ Informacija iš interviu su architektė Nijole Steponaityte.

⁶ Autorių pavardės originalo kalba ir straipsnio pavadinimas: Ewa Zaras'-Januszkiewicz, Jakub Botwina, Barbara Z'arska, Tatiana Swoczyna and Tomasz Krupa, *Fortresses as Specific Areas of Urban Greenery Defining the Uniqueness of the Urban Cultural Landscape: Warsaw Fortress—A Case Study*

⁷ In: *Fortresses as Specific Areas of Urban Greenery Defining the Uniqueness of the Urban Cultural Landscape: Warsaw Fortress—A Case Study*, p. 2.

estetinei raiškai ir padarytos išvados, kad tvirtovė svarbi ne tik istoriniu, bet ir estetiniu požiūriu. Pastebima augantis visuomenės susidomėjimas, atsiradusi rekreacinė pasiūla, o objektai turi įvairių pritaikymo galimybių⁸.

Mokslininkų atliktame kiekybiniame tyrime apie Varšuvos tvirtovę, dalyvavo 200 respondentų, kuriems buvo užduodami 5 klausimai: 1. Kaip vertinate objekto patrauklumą? 2. Ar yra galimybių prieiti prie objekto? 3. Ką žinote apie objekto istoriją? 4. Koks yra objektų lankymo dažnis? 5. Ar matote, kad reikia reklamuoti objektą siekiant geresnės, intensyvesnės patalpų plėtos? Kurie orientuoti į objektų patrauklumą, prieinamumą, visuomenės istorines žinias, lankomumą bei reklamos poreikį (žiūrėti pav. Nr. 1. Kiekybinio tyrimo, atlikto Varšuvoje, klausimynas su atsakymų pasirinkimais)⁹. Respondentai buvo išskirstyti pagal lytį ir amžių, o rezultatai pateikti taip pat skirstant pagal šiuos kriterijus. Atlikus tyrimą padarytos išvados, kad Varšuvos tvirtovė visuomenės vertinama teigiamai, yra svarbi kariniam turizmui, visuomenei, o objektų informacijos sklaida labiausiai pasiekianti auditoriją - per socialinių tinklų kanalus. Taip pat atlikti kiti tyrimai, minimi straipsnyje, aprašo, kad Varšuvos tvirtovė padarė didelę įtaką miesto plėtrai ir infrastruktūrai.

Būtent Kaune mes galime matyti labai panašią tvirtovės įtaką miesto plėtrai. Kadangi Varšuvos mieste kaip ir Kaune, Carinės Rusijos imperijos laikotarpiu, buvo statomos to paties A lygio tvirtovės¹⁰, jos padarė pradžią miestų infrastruktūros formavimuisi ir urbanistikai, galime matyti didelius panašumus. Taip pat abu miestus juosia du žiedai fortifikacinių įtvirtinimų. Kauno tvirtovės atveju antrasis žiedas nebuvo pabaigtas, bet vis tiek integruotas į tuometinę gynybą¹¹. Gerai žinant Kauno tvirtovės objektų padėtį, iš profesinės patirties arba lyginant Kauno miesto dabartinį žemėlapi su Kauno tvirtovės žemėlapiu (žiūrėti pav. Nr. 2. Kauno tvirtovės istorinis planas), miesto plėtra akivaizdi, o fortifikacinių objektų įsiliejimas į miestą bei išlikusios infrastruktūros naudojimas ir šiais laikais akivaizdūs. Nors Kauną turėjęs supti antrasis fortų žiedas nėra baigtas – kai kuriuose fortuose tik pradiniai statiniai, o kituose tik pradėta pylimų statyba, pirmasis žiedas ir kiti komplekso statiniai integravęsi į miestą lieka ne įveiklinti. Tačiau šiais laikais dalis objektų yra privatizuoti, o kai kuriuose įsikūrę muziejai, galima situaciją lyginti su Varšuvos tvirtove. Straipsnio autoriai teigia, kad ne visi objektai yra laisvai prieinami – su tuo susiduriame ir Kaune. Apleistumas, neprieinamumas, įsiliejimas į miesto urbanistiką ir kitos sąlygos leidžia šias tvirtoves tapatinti ir matyti sudarytas panašias sąlygas visuomenės prieinamumui.

⁸ Vaitkutė Eidimtienė, V., Grecevičius, P., Genys J. *Kauno tvirtovės statinių įtaka miestovaizdžio sociokultūrinei ir vizualinei estetinei raiškai*. In: Kraštovaizdžio architektūra Baltijos šalyse – šimtmečio retrospektyva ir ateities perspektyvos, Vilnius: Mokslo darbų leidinys, 2018, p. 66-67.

⁹ In: *Fortresses as Specific Areas of Urban Greenery Defining the Uniqueness of the Urban Cultural Landscape: Warsaw Fortress—A Case Study* p. 8.

¹⁰ Rusijos Imperijos laikotarpiu buvo pasirinkta fortifikuoti 10 tuometinių miestų, t.y. pastatyti 10 tvirtovių. Iš jų keturios tvirtovės turėjo būti I stipriausio lygio tvirtovėmis – ketvirtuke buvo Kauno ir Varšuvos miestai. In: Kauno gynybinis paveldas, Rakutis V., Jurkša O., p. 34

¹¹ Orlov, V. Mobilizacinė statyba tvirtovėje. In: Orlov, V. *Kauno tvirtovės istorija 1882-1915*, p. 67.

No.	Questions	Answers
1	How do you rate the attractiveness of the object?	5-attractive 4-positive 3-neutral 2-negative 1-definitely negative
2	Are the facilities available?	3-available areas 2-restricted access areas 1-areas not available
3	What do you know about the history of the object?	2-I have some knowledge of the object's history. 1-I don't know anything.
4	What is the frequency of visiting the facilities?	2-often visited. 1-sporadically visited. 0-never visited.
5	Do you see the need to promote the object accompanied by a better, more intensive development of facilities	2-I often see such a need. 1-I see such a need sporadically. 0-I never see such a need.

1 pav. Kiekybinio tyrimo, atlikto Varšuvoje, klausimynas su atsakymų pasirinkimais
Paveikslėlyje pateikti kiekybinio tyrimo klausimai ir galimi atsakymai.

Jei lygintume dabartinį Kauno miesto planą su 1913 m. Kauno tvirtovės planu (žr. pav. Nr. 2. Kauno tvirtovės istorinis planas) galėtume labiau suvokti tvirtovės mastą ir Kauno plėtrą per kiek daugiau nei šimtmetį. Iki šių laikų išlikęs pilnai pastatytas pirmasis fortų žiedas, o antrojo, įskaitant IX fortą, buvo pastatyti tik keturi-penki fortai – kiti nebaigti. Dabartinėje miesto teritorijoje atsidūrė didžioji dalis pirmojo žiedo statinių, o antrojo žiedo fortai labiau tapo integruoti į Kauno rajono apskritį.



2 pav. Kauno tvirtovės istorinis planas (žalsva spalva pažymėtas pirmasis fortų žiedas, gelsva - antrasis).
Iš privataus archyvo.

Kaip matyti iš antro paveikslo Kauno miestą turėjo supti keli fortų žiedai. Iki šių laikų išlikęs pilnai pastatytas pirmasis fortų žiedas, o antrojo, įskaitant IX fortą, buvo pastatyti tik keturi-penki

fortai – kiti nebaigti. Dabartinėje miesto teritorijoje atsidūrė didžioji dalis pirmojo žiedo statinių, o antrojo žiedo fortai labiau tapo integruoti į Kauno rajono apskritį. Tad Kauno ir Varšuvos miestų atvejuose tvirtovės integravosi į urbanistinę visumą.

Išanalizavus Varšuvos tvirtovės atvejį aprašytą straipsnyje ir tyrimą, galima tikėtis panašių tyrimo rezultatų ir Kauno tvirtovėje, tik kiek mažesniu mastu – vis dėl to Varšuva didesnis miestas nei Kaunas, tačiau galime daryti prielaidą, kad tvirtovių padėtis panaši, tad ir galimi labai panašūs ir aktualūs kokybinio tyrimo rezultatai turizmo srityje.

METODOLOGIJA IR TYRIMO REZULTATAI

Rašant straipsnį buvo atliktas kokybinis tyrimas naudojant struktūruotą klausimyną, kurio objektu pasirinkta Kauno tvirtovė. Tyrime dalyvavo 6 ekspertai: karo istorikai, paveldo architektai, karo istorijos gidai, turizmo vadybininkai aktyviai prisidedantys prie karinių maršrutų kūrimo, turizmo įmonių vadovai, kurie organizuoja ekskursijas po fortus. Visi respondentai turi darbinę karinio turizmo patirtį nuo 2 iki 30 metų. Kokybinis tyrimas pasirinktas dėl mažesnio respondentų skaičiaus – taip labiau galima susitelkti į profesionalų nuomonę ir jų matomas išsamesnes problemas, į kurias galbūt dažnai nebūna atsižvelgta.

Kokybinis tyrimas atliktas interviu metodu gyvai arba telefonu, tačiau 2 respondentai išreiškė pageidavimą atsakyti į pateiktus klausimus raštu. Respondentams buvo pateikti septyni klausimai, kurie sudaryti pagal Varšuvoje atlikto tyrimo ir anksčiau aptartame straipsnyje iškeltas išvadas, bet orientuoti į tyrimo objektą – Kauno tvirtovę. Tyrime buvo apklausiami tiek respondentų kol atsakymai į klausimus buvo skirtingi, pradėjus kartotis atsakymams – apklausa nutraukta. Gauti skirtingus atsakymus užteko apklausti 6 respondentus, kurių atsakymai nebuvo išskirstomi pagal lytį ar amžių. Straipsnyje respondentai išlieka anonimiški – atsakymai susisteminti į lentelę (lentelė Nr. I. Kokybinio tyrimo klausimynas ir respondentų atsakymai), kurioje surašyti visi atsakymai – pasikartojantys atsakymai įtraukti tik vieną kartą. Tyrimas buvo atliekamas 2020 m. lapkričio mėn. 2-9 dienomis.

Atlikus apklausą respondentai išskyrė pagrindinius Kauno tvirtovės patrauklumo elementus, kuriuos buvo galima suskirstyti į keturias sritis – architektūra, kraštovaizdis, istorija, keliamos būsenos. Iš architektūrinės srities išskiriami tokie Kauno tvirtovės patrauklumo elementai, kaip pati architektūra, panaudoti inžineriniai sprendimai, kompleksiskumas, nes statinių yra išlikę ne tik gynybinių, bet ir gyvenamųjų, administracinių ir kitokių, net fortas gali būti laikomas kaip gynybinių statinių kompleksas. Taip pat architektūroje išlikę I Pasaulinio karo padariniai – „įspūdingi sugriovimai“. Infrastruktūra, kuri padarė įtaką miesto urbanistinei plėtrai ir naudojama iki šių dienų suteikianti lengvą prieinamumą prie objektų. Kitas aspektas susijęs su gamta ir kraštovaizdžiu – tai integracija mieste ir už miesto ribų, patrauklus kraštovaizdis ir reljefas – statybos laikotarpio pasiekimas tikslūs ir statūs pylimai ir pėstininkų pozicijos. Istorine prasme tvirtovė patraukli savo svarba tiek pačių objektų atsiradimu, tiek I Pasaulinio karo veiksmais ir pačio miesto bei valstybės atžvilgiu. Kalbant apie ekspozicijas, kurios esančios muziejuose įsikūrusiuose tvirtovės objektuose, išskiriamas jų autentiškumas. Taip pat kaip patrauklumas išskiriama ir gidų veikla, nuo jų priklauso objektų patrauklumo sudarymas per informacijos perteikimą ir sukuriamą emociją. Keliamos būsenos, tokios kaip apleistumas, paslaptingumas, pavojingumas, tamsumas, klaidumas, siaubas ar net žinių trūkumas gali traukti ir lankytojus atrodyti patrauklūs. Net šikšnosparniai gali būti traukos objektais – tuo ir naudojasi Kauno marių regioninio parko direkcija ir VŠĮ Kauno tvirtovės parkas rudenį rengdami teminį renginį „Šikšnosparnių naktis“, kuris pritraukia šimtus lankytojų.

Kelių infrastruktūra vertinama įvairiai – vieni respondentai teigia, kad ji gera, o kiti, kad galėtų būti ir geresnė. Susisiekimas viešuoju transportu su pagrindiniais objektais yra geras, nes į juos vedančiomis gatvėmis važiuoja ir viešasis transportas. Tačiau informacijos infrastruktūra turi trūkumų, kuriuos išskiria respondentai – trūksta informacijos tiek sklaidoje, tiek prie pačių objektų.

Trūksta sklaidos apie renginius, edukacijas, trūksta įvairių žemėlapių savarankiškam lankymuisi, taip pat Informacinių Technologijų infrastruktūra paruošta tik viena kalba. Net pabrėžiama, kad objektuose nesimato informacijos pateikimo strategijos, trūksta informacijos ne tik prie objektų, bet ir apie pačios tvirtovės apimtį, o prie pagrindinių kelių tvirtovės objektai neišskiriami ženklais/nuorodomis.

Kadangi dalis Kauno tvirtovės objektų yra privatūs arba visuomenei sunkiai prieinami svarbi specialistų nuomonė dėl jų prieinamumo. Dalis respondentų iškart pamini, kad visi nekilnojamojo kultūros paveldo objektai privalo būti prieinami visuomenei pagal įstatymus. Bet čia kiek išsiskiria respondentų nuomonės – vieni mano, kad prieigos būtinos ir net galima bendradarbiauti su privačiais valdytojais, taip pat kyla poreikis pamatyti administracinius tvirtovės statinius, kurie šiais laikais sunkiausiai prieinami turistams. Kiti teigia, kad tipinių objektų, pvz., kaip tarpinės kareivinės ar sandėliai, jei yra privačių ir ne privačių, tai priėjimas prie privačių nėra būtinas. Keli respondentai net iškėlė mintį, kad neprieinami objektai būtų galimi pamatyti virtualioje erdvėje.

Ketvirtajame klausime teirujamasi respondentų nuomonės apie tikslines grupes. Išskiriamos įvairios specialistų tikslinės grupės – tyrinėtojai, mokslininkai, architektai, menininkai, karinio turizmo atstovai iš įvairių šalių. Labiau orientuotai į vietos gyventojus išskiriamos tokios tikslinės grupės kaip šeimos, vaikai, jaunimas, vyresnio amžiaus žmonės, bendruomenės, o vienas respondentas apibendrintai teigia, kad Kauno tvirtovė gali apimti visas tikslines grupes. Išskiriama ir žydų tautybės turistai kaip tikslinė grupė apsilankanti dėl holokausto temos.

Taip pat lygiavertiškai galima teigti, kad Kauno tvirtovė gali būti ir patyriminio, emocinio ir istorinio turizmo objektais, taip pat tai gali priklausyti ir nuo objektų pateikimo būdų. Emocinis turizmas labiausiai gali būti paplitęs holokausto tema. Istorinis turizmas veiktų kaip pažintinis, gynybinis, bei egzistuojantis prie visų kitų patyrimų. Patyriminis gali būti orientuotas į įvairius jausmus, nuotykių ieškojimus bei labiausiai pasiekiantis jaunimą ir vaikus, kaip teigia respondentai.

Turistų pritraukimas aktualus visus metus ir visiems turizmą vykdančioms objektų valdytojams. Tačiau respondentai aktyviai vardino ne tik kas trauktų sugrįžti į objektus kelis kartus, bet ir tam tikrus aspektus, kurių trūksta, kaip pvz., įdomesni renginiai, festivaliai, net gi šou, ar rekonstrukciniai renginiai. Taip pat pasigendama įvairių produktų tokių kaip takų, pardavimo paslaugų, siūloma įrengti net nakvynės namus, poilsia vietas su ugniavietėmis. Siūloma organizuoti karo tematikos šventes/renginius, dirbti su Kultūros paso programa ir įtraukti mokyklas bei didinti prieinamumą prie objektų. Ir sukurti galimybes bendruomenėms aktyviau veikti objektuose.

Objektų populiarinimui neužtenka vien žinoti jau aptartus atsakymus į klausimus – svarbu ir viešinimo kanalai bei priemonės pasiekiančios auditoriją. Išties respondentai vardija visus galimus kanalus - ir tuos kuriais jau bandoma pasiekti auditoriją, kaip pvz., socialiniai tinklai ir kitos šiuolaikinės priemonės, leidiniai, žiniasklaida. Bet ir išskiriami nauji pasiūlymai auditorijos prieinamumui gerinti – planinių renginių viešinimas per BMS, dokumentinių laidų, ciklų kūrimas, tvirtovės viešinimas kino studijoms, kaip autentiškų objektų, fortifikacijos objektų viešinimas miesto erdvėse. Bei skatinama neatsisakyti radijo ir televizijos, palaikyti tiesioginę rinkodarą, sklaidą viešinimo renginiuose ir Turizmo Informacijos Centruose. Visi šie kanalai gali pasiekti įvairias amžiaus grupes arba gali būti pasirinkti tam tikroms tikslinėms grupėms pasiekti.

Tad atsižvelgus į gausius respondentų atsakymus galima teigti, kad Kauno tvirtovės objektų prieinamumui yra kur tobulėti ir tikrai yra įvairių galimybių pasiekti didesnių turistų srautų. Nors galima teigti, kad pirmi žingsniai padaryti – respondentai nesakė, kad yra bloga situacija, o labiau pateikė tikslesnius ir kryptingesnius atsakymus kuriomis linkmėmis galėtų plėstis tvirtovės objektų valdytojai.

Kokybinio tyrimo klausimynas ir respondentų atsakymai

Kokybinio tyrimo klausimas	Respondentų atsakymai
1. Kokius galite išskirti Kauno tvirtovės objektų patrauklumo elementus, pakomentuokite kokie jie?	Militaristinė architektūra, kompleksiskumas, įspūdingi sugriovimai, inžineriniai sprendimai, objektų gausa, kelių infrastruktūra, lengvas priejimas; Sąlytis su gamta ir kraštovaizdžiu - integracija mieste, patrauklus kraštovaizdis, reljefas – taisyklingi pylimai; Istorija - tiek miesto, tiek objektų, Ekspozicijų autentiškumas, gido pasakojama informacija ir emocinė nuotaika; Mažai pažįstami, apleistumas ir tuo pačiu paslaptiškumas, tamsumas, pavojiškumas, šikšnosparniai, klaidumas, siaubo elementai.
2. Įvertinkite Jums žinomų Kauno tvirtovės objektų kelių ir informacijos infrastruktūrą.	Susisiekimo infrastruktūra - galėtų būti geresnė, objektų pasiekiamumas geras; Informacijos infrastruktūra - trūksta informacijos apie renginius, edukacines programas, nėra informacijos pateikimo strategijos, trūksta informacijos apie viso objekto apimtį ir objektus, prie mažesnių objektų, prie pagrindinių kelių trūksta nuorodų, savarankiško turistinio ir interaktyvaus bei privažiavimo prie objektų ir parkavimo vietų žemėlapių, IT infrastruktūra bloga – dėl kalbos navigacijos miesto teritorijoje nėra informacinių ženklų.
3. Pateikite savo išvalgas apie privačius (muziejai, privatizuoti statiniai) Kauno tvirtovės objektus ar prie jų priejimas yra svarbus ar reiktų prie to derintis ar nereikia? Kodėl reikia/nereikia?	Viešą prieigą būtina, bendradarbiauti su privačiais valdytojais, kad klientai galėtų aplankyti visus objektus, poreikis pamatyti administracinius pastatus, sudaryti virtualias sąlygas pamatyti – nereiktų ieškoti sprendimų kaip įsileisti ir išliktų fiksiacija, privatizuotų objektų prieinamumas priklauso nuo savininko nusistatymo Pagal nekilnojamojo kultūros paveldo įstatymą – valdytojas privalo įleisti apžiūrai, tipinių – prieinamumas nebūtinai.
4. Kaip Jums atrodo kokia būtų Kauno tvirtovės tikslinė auditorija ir kodėl taip manote?	Holokaustu besidomintys – žydų tautybės turistai, Karinio paveldo mėgėjai, tyrinėtojai iš įvairių šalių, istorikų klubai, mokslininkai, architektai; Vaikai, jaunimas ir moksleiviai, šeimos, vyresnio amžiaus žmonės, visas auditorijas apima, – pirmo pasaulinio karo tema, atviros istorijos pamokoms tinkami objektai; Bendruomenės – ilgalaikis įveiklinimas; Kauno miesto gyventojai ir Lietuvos gyventojai; Menininkai – erdvė kūrybai.
5. Fortai – kas tai yra? – patyriminio, emocinio ar istorinio turizmo objektai? Kodėl?	Potrauminis – trauminės atminties išraiška, susijęs daugiau su sovietiniu laikotarpiu, kuris kelią traumą, Emocinis – Labiausiai emocinis - IX forte, atmetimas; Istorinis – pažintinis, gynybinis aspektas, visą laiką egzistuojantis. Patyriminis – jaunimui, vaikams, nuotykių ieškojimas, patiriami įvairūs jausmai Trys viename, gali apjungti visas dalis; Priklauso nuo pateikimo.
6. Kokia Jūsų nuomonė kaip pritraukti vietinius turistus apsilankyti Kauno tvirtovės objektuose dažniau/paskatinti atvykti kelis kartus?	Apimti visą Kauno Fortų istoriją, rengti Pirmojo Pasaulinio Karo rekonstrukcijas, bei panašius renginius, Pritraukti įdomesniais, atraktyvesniais renginiais, festivaliais, šou ir geresne sklaida apie juos, ekskursijomis, kitais produktais – takais, paslaugomis - veiklų, poilsio vietomis, pardavimo paslaugų paketu, nakvynės namų įrengimu; Skirtingų švenčių organizavimas skirtingais metų laikais susiję su karo datom ir karine tematika, kultūros pasas ir bendravimas su mokyklomis; Didinti prieinamumą prie objektų. bendruomenės buriančių veiklų – tenkinant jų poreikius
7. Jūsų nuomone, kokiomis priemonėmis ir kanalais galima reklamuoti Kauno tvirtovės objektus siekiant pritraukti įvairaus amžiaus grupes bei įveiklinti esančias teritorijas?	Visomis prieinamomis priemonėmis; diferencijuojama pagal amžiaus grupes; Permažai viešinama, reklamuoti Kauno tvirtovę kaip filmavimo vietą Pirmo pasaulinio karo autentišką vietą arba pokario – reklama kino studijoms, daugiau, kvieisti karinio paveldo entuziastus; Jaunimą – šiuolaikinėmis priemonėmis, Kultūros pasas, tiesioginiu marketingu dirbant su mokyklomis, Pagyvenusius – laikraščiais, leidiniais, visom įmanomomis priemonėmis, žemėlapiiais, tiesiogine rinkodara Planiniai renginiai pranešami per BMS;

	Radijas ir televizija; Socialiniais tinklais, medijos, dokumentika – laidos, ciklai, aprašymai Dalyvavimu pristatomuosiuose ir turizmo renginiuose, TIC centrai; Išėjimas iš fortifikacinių objektų į viešas miesto erdves su parodomis - žaisti per kontrastą.
--	---

Kokybinio tyrimo atsakymai susisteminti į lentelę – taip lengviau susipažinti su visais respondentų atsakymais, kurie pateikia trukumus turizmo plėtros atžvilgiu. Bei gautą informaciją galima panaudoti tolimesniems kiekybiniais tyrimams orientuotiems į visuomenę.

IŠVADOS

Atliktas kokybinis tyrimas, kurio metu įvairių sričių specialistai pateikė atsakymus į sudarytus klausimus rodo, kad gauta informacija gali suteikti Kauno tvirtovės objektų valdytojams ir kitiems veikiantiems objektuose asmenims informacijos į kokias tikslines grupes galima orientuotis, kaip pritraukti daugiau lankytojų ir didinti kultūros paveldo prieinamumą.

Kauno tvirtovė turi patrauklių elementų – tiek architektūrinių, gamtinių, urbanistinių ir istorinių ar net turizmo įvairovės, kurie gali pritraukti turistus.

Tobulinant infrastruktūrą kariniai fortų objektai galimai savaime taptų labiau lankomi, kaip pvz., atsiradus informaciniam ženklams apie lankytinas vietas – daugiau keliaujančių turistų aplankyti objektus ar net įvairių žemėlapių pateikimas suteiktų patogesnę lankytojų orientavimąsi. Taip pat informacijos sklaida ir pateikimas įvairiomis kalbomis pritrauktų ne tik vietinius turistus, bet ir užsienio. O privačių objektų pasiekiamumas taip pat turėtų būti viešinamas, nes jų prieinamumą įpareigoja įstatymai (25 straips.)¹².

Tikslinės auditorijos gali būti įvairios, tad ir jų pasiekiamumui reikalingos įvairios priemonės ir kanalai. Pagal savo veiklas valdytojai turėtų nuspręsti kokias tikslines auditorijas nori pasiekti ir orientuotis į joms labiausiai prieinamus viešinimo kanalus. Pasitvirtino spėjimai, kad siekiant pasiekti skirtingas auditorijas, privalomos investicijos į reklamą, leidinius ir kitus galimus viešinimo kanalus. Taip pat svarbi ir pasiūla ką turistams gali pasiūlyti tvirtovės objektų valdytojai. Remiantis „sniego gniūžtės efektu“, galima teigti, kad kuo įvairesnė, įdomesnė ir platesnė pasiūla, tuo daugiau patenkinamas poreikis ir objektų prieinamumas; kuo labiau objektai prieinami, kuo didesnis poreikis - tuo labiau investuojama į infrastruktūrą ir klientų patogumą, o kuo patraukliau atrodo objektai tiek infrastruktūra, tiek veiklos pasiūla, tuo daugiau traukia sugrįžti antrą ar dar daugiau kartų.

Taip pat labai svarbu kaip objektai yra pateikiami – nuo to priklauso ir patyriminis, emocinis ir istorinis turizmas. Muziejai gali orientuotis į tai, kokių įspūdį, emocijas nori suteikti turistams – ta kryptimi pristatyti objektą ar ekspoziciją objekte, pasitelkti gidą, kuris labai svarbus ir galintis padėti pasiekti norimą rezultatą.

Tyrimo praktinis pritaikomumas. Atliktas tyrimas gali būti naudojamas visų Kauno tvirtovės objektų valdytojų veiklos plėtrai ir paslaugų kokybės gerinimu.

LITERATŪRA

1. Rakutis, V., Jurkša, O. (2018). *Kauno gynybinis paveldas*. KOPA: Kaunas,.
2. Zaras'-Januszkiewicz, E., Botwina, J., Zarska, B., Swoczyna, T., Krupa, T. (2020). *Fortresses as Specific Areas of Urban Greenery Defining the Uniqueness of the Urban Cultural Landscape: Warsaw Fortress—A Case Study*. In: Sustainability.

¹² Lietuvos Respublikos nekilnojamųjų kultūros vertybių apsaugos įstatymo pakeitimo įstatymas.

3. Kardelis, K. (2002). *Mokslinių tyrimų metodologija ir metodai*. Šiauliai, Internetinė prieiga prie leidinio: https://www.scribd.com/doc/37948910/K-Kardelis-Mokslini%C5%B3-tyrim%C5%B3-metodologija-ir-metodai?fbclid=IwAR17JNfGk8rCbRiHkbAB0FcI1vdNJLsuRWhkpYYyCUQlHm5LBp__NtQFYQM Žiūrėta: 2020.11.07. 21:46
4. Verschuure-Stuip, G. (2020). *Hold the Line: The transformation of the New Dutch Waterline and the Future Possibilities of Heritage*. In: Hein C. (eds) *Adaptive Strategies for Water Heritage*. Springer, Cham. (2020) Žiūrėta: 2020.11.07. 19:11
5. Steponaitytė, N. (2012). *Kauno tvirtovės kultūros paveldo objektų būklė ir problemos*. In: *Journal of architecture and urbanism*, Volume 36(1), SSN 2029-7947 online p. 63-72.
6. Orlov, V. (2007). *Kauno tvirtovės istorija 1882-1915*. Kaunas: UAB „Arx Baltica“.
7. Pratt, C.J.H. (2015). *Routeing in military tourism: gamification as an implementation proposal* Politechnica de Tomar Escola Superior de Gestão de Tomar.
8. Golinska, M.; Herman, A.; Przybyłowska, D. (2015). *Twierdza Warszawa*. Available online: <https://www.slideshare.net/dariaprzybylowska/twierdza-warszawa-koniec> Žiūrėta: 2020.11.08. 20:48
9. Vaitkutė Eidimtienė, V., Grecevičius, P., Genys J. (2018). *Kauno tvirtovės statinių įtaka miestovaizdžio sociokultūrinei ir vizualinei estetinei raiškai*. In: *Kraštovaizdžio architektūra Baltijos šalyse – šimtmečio retrospektyva ir ateities perspektyvos*, Vilnius: Mokslo darbų leidinys.

Internetinės prieigos:

1. Kauno IX forto muziejus. Internetinė prieiga: <https://www.9fortomuziejus.lt/istorija/muziejus/> Paskutinį kartą žiūrėta: 2020.11.07. 13:07
2. Lietuvos Respublikos nekilnojamųjų kultūros vertybių apsaugos įstatymo pakeitimo įstatymas (2004). Internetinė prieiga: <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/TAIS.243075> Paskutinį kartą žiūrėta: 2020.11.09. 22:13

COULTURE TURISM ACCESSIBILITY FOR TOURISTS: THE CASE OF KAUNAS FORTRESS COMPLEX AS A MILITARY TOURISM OBJECT

VITA VALANTIKONYTĖ

Vytautas Magnus University

Tutor: dr. Regina Navickienė

ANNOTATION

The article briefly reviews the situation of the tourism area in Kaunas Fortress until present days. It presents the current situation in the field of tourism research. This article briefly discusses Warsaw Fortress, in the case of which performed quantitative research became the basis of the qualitative analysis of Kaunas Fortress. The object, method, selected group of respondents and results of qualitative research is has been analysed, and it may be used as recommendations for Kaunas Fortress managers in the field of tourism. It reviews and sumps up what could be taken into account for further tourism factors in the fortress objects.

„IF“ IR „COMPENSA“ DRAUDIMO BENDROVIŲ TEIKIAMŲ PASLAUGŲ, KEIČIANTIS RIZIKOMS, PALYGINAMOJI ANALIZĖ

JOGAILĖ VEČERINSKAITĖ

Kauno technologijos universitetas
Vadovė doc. dr. Aušrinė Lakštutienė

ANOTACIJA

Mūsų aplinką visuomet veikia tam tikros gamtinės jėgos ar įvykiai, kurių kartais neįmanoma numatyti, todėl apie sukkeliamas pasekmes galima tik spėlioti. Visur ir visada egzistavo, egzistuoja ir egzistuos tam tikros rizikos ką nors prarasti, todėl viena iš galimybių, siekiant to išvengti, yra draudimas. Tačiau draustis gali sau leisti ne kiekvienas, kadangi tai nėra nemokamas ar labai pigiai kainuojantis dalykas. Atlikus transporto priemonių valdytojų civilinės atsakomybės ir turto nuo kitų žalų draudimų palyginamąją analizę „If“ ir „Compensa“ bendrovėse nustatyta, jog draudimo įmoką turto draudime labiausiai keičia buto dydis bei draudėjo amžius, o civilinės atsakomybės draudime- automobilio techninės savybės bei vairuotojo stažas. Taip pat nustatyta, jog priimtinausius draudimo variantus siūlo „Compensa“ draudimo bendrovė.

Raktiniai žodžiai: draudimas, įmoka, draudimo bendrovė, rizika.

IVADAS

Šiais laikais vis daugiau žmonių apmąsto įvairių turto rūšių apsaugojimo nuo rizikų galimybę. Draudimas- tai finansinis produktas, kuris, atsitikus konkrečiam įvykiui, teisiškai įpareigoja draudimo bendrovę padengti draudėjo finansinius nuostolius. Už prisiimtą riziką draudikas reikalauja tam tikro mokesčio- draudimo įmokos, kuri apskaičiuojama įvertinus kiekvienos skirtingos situacijos nuostolių atsiradimo tikimybę (Lezgovko, Koltan, Tautkus ir Malakaitė, 2014). Remiantis Lietuvos statistikos departamento duomenimis, draudimo bendrovių gaunamos ne gyvybės draudimo įmokos nuo 2013 m. kasmet sparčiai auga ir 2019 m. siekė 474 mln. eurų. Draudimo bendrovių teikiamos paslaugos yra vis paklausesnės ir aktualesnės kiekvienam žmogui, tad analizei šiame darbe buvo pasirinktos vienos iš populiariausių teikiamų paslaugų: transporto priemonių valdytojų civilinės atsakomybės bei turto nuo kitų žalų draudimai. Taip pat klientams yra aktualus ir konkurencingos bei priimtinos kainos pritaikymas norimo turto draudimui, tad palyginimui pasirinktos dvi, Lietuvoje gan gerai žinomos, ne gyvybės draudimo bendrovės - „Compensa Vienna Insurance Group“ ir „If P&C Insurance“.

Tyrimo tikslas: atlikti „If“ ir „Compensa“ draudimo bendrovių teikiamų paslaugų, keičiantis rizikoms, palyginamąją analizę.

Tyrimo uždaviniai:

1. Atlikti transporto priemonių valdytojų civilinės atsakomybės draudimo palyginamąją analizę;
2. Atlikti turto draudimo nuo kitų žalų palyginamąją analizę.

Tyrimo metodai: internetinių šaltinių analizė, mokslinės literatūros analizė, palyginamoji statistinių duomenų analizė.

Tyrimo objektas: turto nuo kitų žalų bei TPVCA draudimas.

TRANSPORTO PRIEMONIŲ VALDYTOJŲ CIVILINĖS ATSAKOMYBĖS DRAUDIMO PALYGINAMOJI ANALIZĖ

TPVCAD- draudimo rūšis, kai yra apdraudžiama transporto priemonės valdytojo civilinė atsakomybė, jeigu autoįvykio metu kaltininkas padarytų turtinę ar neturtinę žalą tretiesiems asmenims bei jų turtui, naudojantis apdraustąja transporto priemone. Kadangi šis draudimas Lietuvos Respublikoje yra privalomas, tad jis aktualus kiekvienam, turinčiam nuosavą automobilį ar kitą transporto priemonę.

Šis draudimas nėra pasirenkamas, todėl visose draudimo bendrovėse, veikiančiose Lietuvoje, sąlygos ir draudžiamieji įvykiai yra apibrėžti vienodi, vadovaujantis Lietuvos

Respublikos Transporto priemonių valdytojų civilinės atsakomybės privalomojo draudimo įstatymu. Todėl būtent šio draudimo produkto apdraustų įvykių tiek „If“, tiek „Compensa“ bendrovėje palyginimas neatliktas, bet yra išskirti svarbiausi aspektai:

- Remiantis Lietuvos Respublikos Vyriausybės nutarimu, nuo 2019 m. sausio 1 d. buvo nustatytas maksimalus draudimo sumos dydis, galiojantis visose draudimo bendrovėse: dėl vieno eismo įvykio, nepaisant to, kiek yra nukentėjusių trečiųjų asmenų, išmoka siekia: 5, 21 mln. eurų dėl žalos asmeniui (įskaitant ir neturtinę žalą) ir 1,05 mln. eurų dėl žalos turtui.

- Išmoka bus neišmokama eismo įvykiams, kurie įvyko oro uosto, autodromų teritorijose, treniruotėse, parodose ar mokymuose vairuoti.

- Išmoka nesuteikiama įvykio kaltininkui, jo naudojamai transporto priemonei ir joje esančiam turtui.

Tam, kad sužinoti, kas labiausiai keičia draudimo kainą dvejose analizuojamose bendrovėse, buvo pasirinktos 5 rizikos. Taip pat lengvesniam rizikų pasikeitimų palyginimui buvo parinktas draudėjų aktualiausias variantas: jis planuoja įsigyti ne senesnę kaip 5 m. automobilį, sudaryti sutartį metams bei draudėją, kuris ir bus automobilio savininkas, deklaruoti kaip pagrindinį vairuotoją, o antrą automobilio valdytoją sutartyje prirašyti kaip papildomą vairuotoją.

Įvertinus visas 5 rizikas: sutarties pasirašymo laikotarpį, automobilio pagaminimo metus, gyvenamąją vietą, vairuotojo stažą bei papildomus vairuotojus, apibendrinti gauti „If“ bendrovės rezultatai matomi 1 lentelėje.

1 lentelė

Transporto priemonių valdytojų civilinės atsakomybės draudimo kainos kitimo palyginimas „If“ bendrovėje

Rizikos	Norimas variantas	Sutarties trukmė	Miestas	Kiti vairuotojai	Stažas	Gamybos metai bei galia
Pasirinkimai						
12 mėn. sutartis	+		+	+	+	+
3 mėn. sutartis		+				
Kaunas	+	+		+	+	+
Vilnius			+			
Bus kitų vairuotojų	+	+	+		+	+
Nebus kitų vairuotojų				+		
Stažas virš 7 metų	+	+	+	+		+
Stažas 0-3 metų					+	
2017 m. auto (88 kw)	+	+	+	+	+	
2012 m. auto (94 kw)						+
3 mėn sutarties kaina		87,22 €				
TPVCA draudimo kaina metams	193,13 €	348,88 €	226,06 €	76,54 €	356,00 €	212,71 €
Proc. kainos pokytis		80,6%	17,1%	-60,4%	84,3%	10,1%

Analizuojant įvairių rizikų įtaką matoma, jog labiausiai draudimo kainą keičia vairuotojo stažas bei sutarties trukmė. Kuo ilgiau asmuo turi vairuotojo teises, tuo TPVCA draudimas yra pigesnis, kadangi draudimo bendrovės tokį asmenį vertina kaip patikimesnį vairuotoją, kuris turi mažesnę tikimybę padaryti avariją ir todėl draudikas prisiima mažesnę riziką už jį. Kaip ir beveik visose draudimų bendrovėse matoma tendencija, taip ir „If“, trumpėjant sutarties trukmei kaina brangsta, kadangi draudiko vienas iš tikslų yra kuo ilgiau išlaikyti klientą, o tą padeda padaryti pasirašyta ilgesnio termino sutartis. Pasikeitus abejoms šioms rizikoms į draudikui rizikingesnę variantą, draudimo kaina išaugtų net apie 3 kartus. Kitų vairuotojų rizika taip pat daro nemenką poveikį draudėjų mokėtinai sumai, kadangi kuo daugiau skirtingų vairuotojų valdo automobilį, tuo didesnė avarijos rizika atitenka „If“ bendrovei. Daug mažiau kainą keičia gyvenamoji vieta:

palyginus Kauną ir Vilnių kainą skiriasi beveik penktadaliu. Jeigu draudėjas gyvena Vilniuje jam teks mokėti šiek tiek daugiau kauniečiui, kadangi didesniame mieste atsiranda ir didesnė rizika automobilių susidūrimui įvykti. O iš visų 5 rizikų draudimo sumai mažiausią poveikį daro mašinos gamybos metai bei jos galingumas.

Remiantis pateiktų užklausų atsakymais bei „If“ bendrovės skaičiavimų rezultatais, aktualiausias draudimo variantas buvo įvertintas 193,13 € metams. Didžiausią poveikį kainai šioje bendrovėje turi vairuotojo stažas, o mažiausiai kainą keičia miestas, kuriame yra registruota draudėjo gyvenamoji vieta. Nustatyta, jog TPVCA draudimo kainą draudėjas galėtų sumažinti nebent tada, jeigu automobilį vairuotų visada vienas ir tas pats asmuo. Tačiau jei mašinos draudimo polise antras valdytojas nebūtų prirašytas kaip kitas vairuotojas, jam padarius autoįvykį, draudimas išmokos nemokėtų. Tad pigiausiai besidraudžiančiam asmeniui kainuotų būtent norimas variantas: 12 mėn. trukmės pasirašyta TPVCA draudimo sutartis 2017 m. automobiliui Kaune, kurio valdytojas turi virš 7 metų stažą.

Išanalizavus tokias pačias rizikas, „Compensa“ draudimo bendrovės pateikti pasiūlymai matomi 2 lentelėje.

2 lentelė

Transporto priemonių valdytojų civilinės atsakomybės draudimo kainos kitimo palyginimas „Compensa“ bendrovėje

Rizikos	Norimas variantas	Sutarties trukmė	Miestas	Kiti vairuotojai	Stażas	Gamybos metai bei galia
Pasirinkimai						
12 mėn. sutartis	+		+	+	+	+
3 mėn. sutartis		+				
Kaunas	+	+		+	+	+
Vilnius			+			
Bus kitų vairuotojų	+	+	+		+	+
Nebus kitų vairuotojų				+		
Vairuotojo stažas virš 7 metų	+	+	+	+		+
Vairuotojo stažas 0-3 metų					+	
2017 m. auto (88 kw)	+	+	+	+	+	
2012 m. auto (94 kw)						+
3 mėn sutarties kaina		22,00 €				
TPVCA draudimo kaina metams	80,00 €	88,00 €	80,44 €	70,00 €	80,00 €	94,00 €
Proc. kainos pokytis		10,0%	0,5%	-12,5%	0,0%	17,5%

Tiek „If“, tiek „Compensa“ bendrovėje kintant rizikoms, kainos pokyčio kitimo (didėjimo ar mažėjimo) tendencijos matomos tokios pat, tik skiriasi poveikio dydis lyginant su norimu variantu. Šioje bendrovėje norimo varianto pasiūlyta kaina yra 80 € metams. Didžiausias pokytis matomas keičiant automobilio galingumą (pasak draudimo specialistų, automobilio gamybos metai kainą lemia mažiau nei galia). Iš to galima daryti prielaidą, jog „Compensa“ bendrovė dažniau arba didesnes išmokų sumas turi išmokėti klientams, draudžiantiems didesnės traukos, greitesnes mašinas, todėl iš jų reikalaujamos įmokos yra didesnės. Kiek mažesnę poveikį (10-12,5 %) turi sutarties termino bei kitų vairuotojų rizikos pasikeitimas. Kaip ir buvo minėta, didesnis automobilio vairuotojų skaičius rodo didesnę autoįvykio tikimybę. Įdomu tai, jog draudėjo gyvenamasis miestas turi labai minimalų poveikį kainai, o vairuotojo stažas visiškai nekeičia įmokos sumos. Kaip ir „If“ bendrovės vertinime, mažiausiai finansinių išteklių reikalauja draudėjo norimas variantas.

Draudimo paslaugos kainos pokyčio dydis keičiant rizikos veiksnius abiejose bendrovėse yra kardinaliai skirtingas. „Compensa“ draudimo kaina labiausiai reaguoja į skirtingus automobilio gamybos metus ir galią, nors konkurentų įmonėje šis rizikos faktorius turėjo mažiausią poveikį draudėjo įmokai. „If“ draudimo bendrovėje automobilio savininko stažas labiausiai didina jų prisiimamą riziką, tuo pačiu ir draudėjui apskaičiuotą kainą, o konkurentų bendrovėje šis faktorius

visiškai neturi tam įtakos. Kaip jau buvo paminėta anksčiau, draudžiamieji įvykiai bendrovėse yra identiški, todėl besidraudžiančiam asmeniui aktualiausia yra tai, kokią sumą jis turės išleisti privalomajam draudimui. Lyginant abiejų analizuotų bendrovių kainas matoma, jog aktualiausio varianto draudimo suma „Compensa“ bendrovėje yra beveik 2 kartus pigesnė, o ir visos kitos draudimo sumos keičiantis rizikoms taip pat buvo priimtinesnės minėtoje bendrovėje. Vertinant ir keičiant rizikas maksimaliai kainos skalė „If“ bendrovėje kito iki 85 %, o „Compensa“ bendrovė tik iki 18%. Todėl galima teigti, jog draudėjui finansiškai labiau apsimoka drausti savo automobilį „Compensa“ bendrovėje.

TURTO DRAUDIMO NUO KITŲ ŽALŲ PALYGINAMOJI ANALIZĖ

Turto draudimas nuo kitų žalų- įvairių būsto tipų (buto, namo, kotedžo, sodybos ir kt.) draudimas, kai draudikas įsipareigoja atlyginti gamtinės jėgų, ugnies, vandens ar trečiųjų asmenų sukeltus nuostolius draudėjui. Šiuo draudimu žmonės naudojami neretai, nors jis ir nėra privalomas, kadangi būstas dažnu atveju yra brangiausias žmonių turimas turtas, kurį jie nori apsaugoti nuo praradimo ar būklės sugadinimo dėl tam tikrų netikėtų atsiradusių rizikų.

Tiksliai draudimo paslaugų palyginamajai analizei taip pat buvo išsiaiškinta, kokius objektus ir nuo ko apdraudžia „If“ bei „Compensa“ bendrovės įsigijus turto draudimą nuo kitų žalų. Abi minėtos draudimo bendrovės, draudžiantis būstą, apsaugą taiko:

- Visiems stacionariams pastato elementams, tiek viduje, tiek išorėje sumontuotai stacionariai įrangai;
- Sklype pastatytiems taisyklėse nurodytiems nedideliems kiemo pastatams, sandėliukui, garažui (iki tam tikro nustatyto ploto);
- Įvairūs kiemo statiniai – stacionarūs aplinkos įrangos elementai: tvoros, vartai, pavėsinės, vaikų žaidimo aikštelės; vėliavų stiebai, turto apsaugos bei gaisrinės signalizacijos įranga ir kt.

Esminiai rasti skirtumai analizuojant draudžiamus objektus yra tai, jog „If“ draudžia tik tuos pastatus sklype, kurie neviršija 10 kv. m., o „Compensa“ ši riba yra dvigubai didesnė ir siekia 20 kv. m. Nors kita vertus, „If“ lenkia savo konkurentę tuo, kad apsaugą taiko ir šiltnamiams, esantiems savininkui priklausančioje teritorijoje. Pasirinkus turto draudimą nuo kitų rizikų, abiejose draudimo bendrovėse randami draudžiamieji įvykiai yra šie:

- Ugnies rizikos (gaisro, dūmų ir suodžių, sprogimo);
- Gamtinių jėgų rizikos (audros, liūtys, krušos, potvynio, sniego (ledo) slėgio, kartinių reiškinių, žemės nuošliaužų, medžio užvirtimo, žaibo bei žemės drebėjimų);
- Vandens rizikos (vandens išsiliejimo iš įrenginių ar užliejimas iš savininkui nepriklausančių gretimų patalpų);
- Vagystės rizikos (vagystės su įsibrovimu, iš aptvertos sklypo teritorijos bei plėšimo);
- Trečiųjų asmenų tyčinės veikos (vandalizmo);
- Sudužimo ir skilimo rizikos (pastatams, namų turtui, išskyrus TV ar kompiuterio skilimus);
- Transporto priemonės atsitrengimo rizikos;
- Viršįtampių padarytos žalos.

Tačiau analizuojant draudimo bendrovių prisiimamas rizikas buvo rasta ir skirtumų, kurie yra išvardinti 3 lentelėje.

Draudžiamųjų įvykių turto draudime skirtumai

Draudžiamasis įvykis	„If“	„Compensa“
Į pastato vidų prasiskverbusių kritulių vandens padaryti nuostoliai	neatlyginami	500 € (tik 1 kartą)
Vagystė iš aptvarto sklypo teritorijos	max 5 % nuo draudimo sumos	iki 3000 €
Elektros įtampos svyravimai	neribojama	iki 7000 €

Joje galima matyti, jog „If“ bendrovė neatlygina būtent kritulių padarytos žalos būstui, o konkurentų siūloma maksimali išmokos suma yra 500 €, tačiau ją galima gauti tik vieną kartą per draudimo sutarties laikotarpį. Darant prielaidą, jog didesnė dalis draudžiamų būstų yra pakankamai naujos statybos ir draudimo suma dažniausiai viršija 60 000 €, galima teigti, jog vagystės iš sklypo atveju mažesnę išmokos apribojimą taiko „If“ bendrovė. Vertinant viršįtampių keliamą riziką, tik „Compensa“ turi nustatiusi išmokos limitą, kuris siekia 7000 €. Be to, draudimo išmoka yra mažinama, jeigu draudėjas pažeidė bent vieną iš priešgaisrinio saugumo reikalavimų:

- Kaminus ir dūmtraukius valyti bent 1 kartą per metus;
- Remonto darbus būste naudojant atvirą ugnį gali atlikti tik tie žmonės, kurie turi atitinkamą kvalifikaciją juos atlikti;
- Nepalikti gaisrą sukeliančių šaltinių be priežiūros;
- Elektros tinklus ir įrenginius eksploatuoti ir remontuoti laikantis numatytų teisės aktų reikalavimų;
- Šildymo katilai, krosnys, pečiai, židiniai, kaminai turi būti įrengti ir eksploatuojami pagal Bendrąsias gaisrinės saugos taisykles.

Abi draudimo bendrovės taip pat pažymi, jog būsto draudimo suma atitikti jo vertę ir priskaičiuota išmoka nelaimės atveju neviršija draudimo sumos. Atsitikus netikėtam draudiminiam įvykiui ir pateikus visus reikalingus dokumentus draudimo bendrovei, išmoka yra priskiriama ne vėliau kaip per 30 dienų.

Šiai analizei taip pat buvo parinktos 5 rizikos ir vertinama draudimo kaina metams. Kainos pokyčiai lyginami su draudėjui aktualiausiu variantu: jis norėtų įsikurti nedideliame, naujos statybos kotedže Kaune bei kaip savininką deklaruoti save. Šie rizikos faktoriai keičiami, modeliuojami nauji draudimo variantai ir taip nustatoma didžiausią ir mažiausią poveikį turintys veiksniai bei priimtinausias draudimo variantas. Įvertinus anksčiau paminėtas būsto draudimo rizikas ir remiantis „If“ bendrovės pateiktomis kainomis, gauti rezultatai matomi 4 lentelėje.

Turto draudimo kainos kitimo palyginimas „If“ bendrovėje

Pasirinkimai	Rizikos	Norimas variantas	Draudėjo amžius	Vieta	Buto dydis	Statybos metai	Būsto tipas
Savininkas 42 m. asmuo (vyras)		+		+	+	+	+
Savininkas 22 m. asmuo (moteris)			+				
Kaunas		+	+		+	+	+
Vilnius				+			
80 kv. metrų		+	+	+		+	+
110 kv. metrų					+		
2018 m.		+	+	+	+		+
2000 m.						+	
Kotedžas		+	+	+	+	+	
Namas							+
Būsto draudimo kaina metams		51,80 €	75,72 €	49,30 €	65,39 €	52,87 €	40,29 €
Proc. kainos pokytis			46,2%	-4,8%	26,2%	2,1%	-22,2%

Aktualiausio draudimo varianto kaina siekia beveik 52 € metams. Kaip matoma minėtame paveiksle, didžiausią pokytį kainai „If“ bendrovėje turi draudžiamo turto savininko amžius, o tuo pačiu ir darbo patirtis bei atlyginimo dydis. Kuo jaunesnis asmuo nori apdrausti savo turtą, tuo labiau didėja rizika draudikui, kad laiku negaus įmokų, kadangi jaunesnis asmuo dažniausiai neturi sukaupęs pakankamai nuosavo kapitalo, gauna mažesnę darbo užmokestį ir neretai neturi pastovios darbo vietos ir pajamų. Taip pat draudimo išlaidų sumą nemažai keičia nekilnojamo turto dydis bei tipas. Draudimo bendrovės didina įmokas tuomet, kai draudžiamo būsto plotas didėja. Kaip pavyzdžiui, erdvesni būstai reikalauja daugiau sumontuotos stacionarios įrangos, už kurios sugadinimą riziką prisiima draudikas, taip pat gamtinių jėgų pažeistas didesnis būstas dažniausiai patiria ir didesnius nuostolius. Analizuojamu atveju būsto dydžiui padidėjus 38 %, įmoka išaugo 26 %. Lyginant namo ir kotedžo tipo būstų rizikas, kotedžui gresia didesnė tikimybė būti užlietam ar užsiliepsnoti, nes jis yra glaudžiai susijęs su šalia esančiomis, būsto draudėjo nekontroliuojamomis ir jam nepriklausiančiomis, patalpomis. Mažiausiai kainą keičia gyvenamoji vieta bei pastato statybos metai. Nenuostabu, jog senstant namui atsiranda didesnės tokių rizikų, kaip vandens išsiliejimo iš įrenginių, tikimybės, todėl draudėjo išlaidos didėja. Remiantis „If“ bendrovės specialistės atsakymu, keičiant gyvenamosios patalpos vietos rizikos veiksnį, draudimo išmokos sumą labiausiai lemia tuo metu tame mieste vyraujančios rinkos kainos, atsižvelgiant į visiško sunaikinimo atvejo riziką. Tad remiantis šiuo teiginiu galima teigti, jog draudžiant 2018 m. statybos 80 kv. m. kotedžą Kaune kainuotų brangiau nei sostinėje todėl, kad tuos pačius kriterijus atitinkančio būsto vyraujanti rinkos kaina tuo metu Kaune yra didesnė. Analizuojamu atveju, draudėjas, apsaugoti savo turtą nuo galimų nuostolių išleisdamas mažiau piniginių lėšų galėtų nebent tada, jei nusipirktų ne kotedžą, o namą ir ne Kaune, o Vilniuje. Labiausiai kaina kistų, jei būstą sugalvotų drausti jaunesnis asmuo, o mažiausiai įtakos turintis pasirinkimas yra statybos metai.

Išanalizavus „Compensa“ bendrovės būsto draudimo kainų pokyčius kintant toms pačioms rizikoms, gauti pasiūlymai matomi 5 lentelėje.

Turto draudimo kainos kitimo palyginimas „Compensa“ bendrovėje

Pasirinkimai	Rizikos	Norimas variantas	Draudėjo amžius	Vieta	Buto dydis	Statybos metai	Būsto tipas
Savininkas 42 m. asmuo (vyras)		+		+	+	+	+
Savininkas 22 m. asmuo (moteris)			+				
Kaunas		+	+		+	+	+
Vilnius				+			
80 kv. metrų		+	+	+		+	+
110 kv. metrų					+		
2018 m.		+	+	+	+		+
2000 m.						+	
Kotedžas		+	+	+	+	+	
Namas							+
Būsto draudimo kaina metams		33,00 €	37,00 €	35,00 €	54,00 €	30,00 €	33,00 €
Proc. kainos pokytis			12,1%	6,1%	63,6%	-9,1%	0,0%

Draudėjo norimo būsto draudimo varianto kaina siekia 33 € metams. Kaip bebūtų keista, šioje draudimo bendrovėje matomos visiškai skirtingos kainų pokyčių tendencijos. Draudimo bendrovė siekia gauti didesnę įmoką tada, kai didėja draudžiamo pastato plotas, o to priežastys jau buvo paminėtos anksčiau. Analizuojamu atveju draudžiant 38 % didesnę būstą (nuo 80 kv. m. iki 110 kv. m.), įmoka išaugtų net 63,6 %. Draudėjo amžius turi daug mažesnę įtaką, todėl remiantis „Compensa“ bendrovės skaičiavimais galima teigti, jog didesnę riziką draudikams kelia ne savininko amžius ar finansinis stabilumas, o buto dydis. Taip pat galima matyti, jog šioje draudimo bendrovėje norint apsaugoti senesnę būstą nuo gamtinių ir vagysčių rizikų, draudėjui tai kainuotų mažiau nei naujesnio būsto apsauga. To priežastis gali būti tai, jog senesniame būste esantys daiktai laikui bėgant nuvertėja ir norint suremontuoti butą po tam tikro įvykio iki prieš įvykį esančios padėties, draudimo bendrovei kainuotų mažiau nei įrengti naujesnės statybos būstą, kur viskas buvo palyginus nauja. Kaina draudžiant būstą skirtinguose miestuose gali skirtis dėl to, jog didesnis miestas turi daugiau gyventojų, o tarp jų gali atsirasti ir daugiau tokių, kurie nori pasisavinti sau nepriklausančius daiktus. Taip pat įdomu tai, jog šioje bendrovėje draudimo kaina nekinta keičiantis būsto tipui.

Išanalizavus draudimo bendrovių draudžiamuosius įvykius matyti, jog „If“ bendrovės suteikiamame draudime yra kiek mažiau tam tikrų rizikų išmokų ribojimų nei kitoje analizuojamoje bendrovėje, bet svarbu įvertinti ir tai, ar draudėjui tikrai to reikia. Taigi lyginant draudimo kainas „If“ bei „Compensa“ bendrovėse matoma, jog norint apsaugoti nekilnojamą turtą nuo gamtinių ir kitų rizikų, draudėjas vėlgi daugiau išlaidų patirtų naudodamasis „If“ teikiamomis paslaugomis, kurių kainos yra beveik 37 % didesnės. Kitaip nei analizuojant TPVCA draudimą, šįkart buvo matomos skirtingos kainų kitimo tendencijos tarp bendrovių. Didžiausią ir mažiausią poveikį „If“ būsto draudimo kainai atitinkamai turi draudėjo amžius ir statybos metai. O „Compensa“ gauti kitokie rezultatai- bendrovės manymu, nuostolių įvykimo tikimybę labiausiai lemia būsto dydis, o mažiausiai- būsto tipas. „If“ bendrovė draudimo kainą lyginant su norimu (baziniu) variantu sumažintų nebent 2 atvejais: jei draudimo objektas būtų deklaruotas ne Kaune, o Vilniuje ir jei tai būtų ne kotedžas, o namas. Tačiau „Compensa“ bendrovėje vienintelė rizika, kuri galėtų sumažinti kainą, yra senesnio, o ne naujesnio būsto draudimas. Todėl draudėjui vėlgi priimtinesnis yra pigesnis „Compensa“ draudimo variantas.

IŠVADOS

1. TPVCAD draudžiamųjų įvykių analizė parodė, jog skirtumų tarp „If“ ir „Compensa“ nėra, kadangi tai yra privalomas draudimas, kurio reikalavimus nustato LR teisės aktai. Transporto

priemonės privalomojo draudimo kainą, remiantis abiejų draudimo bendrovių gautais duomenimis, didina šie rizikos faktoriai: trumpėjanti draudimo sutarties trukmė, daugiau gyventojų turintis gyvenamasis miestas, mažesnis vairuotojo stažas bei didesnio galingumo draudžiamasis automobilis, o mažina – tik kitų valdytojų nebuvimas. Didžiausią poveikį TPVCA draudimo kainai turėjo: sutarties trukmė „If“ ir automobilio galia bei jo gamybos metai „Compensa“ bendrovėse. Mažiausiai TPVCAD kainą keitė automobilio galios ir naujumo rizika „If“ bei vairuotojo stažo rizika „Compensa“ bendrovėse. Nustatyta, jog analizuojamu atveju draudėjui pigiau yra draustis „Compensa“ bendrovėje.

2. Turto draudimo rizikų šiek tiek daugiau prisiima „If“ bendrovė, kadangi ji yra nustačiusi mažesnius kai kurių draudiminių rizikų išmokų ribojimus, tačiau skirtumai tarp bendrovių labai minimalūs. Draudimo įmoka abiejose bendrovėse auga dėl jaunesnio draudėjo amžiaus bei didėjančio draudžiamo būsto ploto, o likusios rizikos skirtingose bendrovėse skirtingai keičia kainą. Turto draudimo atveju labiausiai įmokos suma keitėsi dėl draudėjo amžiaus rizikos „If“ bendrovėje bei draudžiamo gyvenamojo ploto dydžio rizikos „Compensa“ bendrovėje. Mažiausiai kainą keitė „If“ bendrovėje- būsto pastatymo metų, o „Compensa“ - būsto tipo rizikos faktorius. Analizės metu išsiaiškinta, jog draudėjui vėlgi finansiškai priimtinesnį variantą siūlo „Compensa“ draudimo bendrovė.

LITERATŪRA

1. Lezgovko, A., Koltan, N., Tautkus, T., Malakaitė, D. (2014). *Draudimo paslaugų pardavimo proceso valdymas*, 20 [žiūrėta 2020-11-02]. Prieiga per internetą: http://www.esparama.lt/es_parama_pletra/failai/ESFproduktai/2014_draudimo_paslaugu_pardavimo_proceso_valdymas.pdf
2. *Lietuvos Respublikos draudimo įstatymas*, 2013 m. gruodžio 19 d. Nr. XII-719 [žiūrėta 2020-11-03]. Prieiga per internetą: <http://www.infolex.lt/ta/109389:str7>
3. Lietuvos bankas (2020). *Lietuvos draudimo rinkos apžvalga. 2020 m. I pusmetis* [žiūrėta 2020-10-30]. Prieiga per internetą: https://www.lb.lt/uploads/publications/docs/26805_dfd30efffe10c9d28e818605117782.pdf
4. Lietuvos bankas (2020). „Compensa Vienna Insurance Group“ akcinė draudimo bendrovė [žiūrėta 2020-11-02]. Prieiga per internetą: <https://www.lb.lt/finansu-rinku-dalyviai/compensa-vienna-insurance-group-akcine-draudimo-bendrove>
5. Lietuvos draudikų asociacija. *IF P&C Insurance AS filialas* [žiūrėta 2020-11-02]. Prieiga per internetą: <http://www.draudikai.lt/lt/visi-draudikai/if>
6. If. *Pagrindiniai faktai glaustai* [žiūrėta 2020-11-02]. Prieiga per internetą: <https://www.if.lt/apieif/apie-mus>
7. Compensa Life Vienna Insurance Group. *2019 m. grupės finansinės ataskaitos* [žiūrėta 2020-11-01]. Prieiga per internetą: <https://www.compensalife.eu/pdf/LT/financial/Compensa%20finansines%20ataskaitos%202019%20LT.pdf>
8. Mano draudimas (2020). *Privalomasis transporto priemonių valdytojų (vairuotojų) civilinės atsakomybės draudimas TPVCA* [žiūrėta 2020-11-01]. Prieiga per internetą: https://www.manodraudimas.lt/draudimo_paslaugos/automobilio_draudimas/privalomasis_vairuotoju_civilines_atsakomybes_draudimas/
9. Verslo žinios. *Žodynas* [žiūrėta 2020-11-01]. Prieiga per internetą: <http://zodynas.vz.lt/transporto-priemoniu-valdytoju-civilines-atsakomybes-tpvca-privalomasis-draudimas>
10. *Nutarimas dėl Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2004 m. birželio 23 d. nutarimo Nr. 795 „Dėl eismo įvykio metu padarytos žalos nustatymo ir draudimo išmokos mokėjimo taisyklių patvirtinimo“ pakeitimo*, 2018 m. spalio 24 d. Nr. 1059 [žiūrėta 2020-11-03]. Prieiga per internetą: <https://e->

seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/9fe7d7d0db7811e8820ea019e5d9ad04?positionInSearchResults=0&se
archModelUUID=4414e0f5-f789-4a2c-a95c-dea826a2ba31

11. *Lietuvos Respublikos transporto priemonių valdytojų civilinės atsakomybės privalomojo draudimo įstatymas*, 2018 m. lapkričio 11 d. Nr. 56-1977 [žiūrėta 2020-11-02]. Prieiga per internetą: https://www.cab.lt/teises-aktai/-/asset_publisher/lh3iy41MpWBv/content/lr-transporto-priemoniu-valdytoju-civilines-atsakomybes-privalomojo-draudimo-istatymas

12. Lietuvos statistikos departamentas [žiūrėta 2020-11-05]. Prieiga per internetą: <https://osp.stat.gov.lt/statistiniu-rodikliu-analize#/>

COMPARATIVE ANALYSIS OF SERVICES PROVIDED BY „IF“ AND „COMPENSA“ INSURANCE COMPANIES

JOGAILĖ VEČERINSKAITĖ

Kaunas University of Technology
Advisor prof. dr. Aušrinė Lakšutienė

ANNOTATION

The world is always affected by certain natural forces or events that are sometimes unpredictable therefore the consequences can only be speculated. There is a certain risk of losing something everywhere therefore one way to avoid this is insurance. However not everyone can afford insurance because it is not cheap. A comparative analysis of motor insurance and liability insurance was carried out at insurance company “If” and “Compensa”. It also observes how the cost of insurance changes as risks change. It has been established that the most acceptable insurance options are offered by “Compensa”.

Key words: insurance, payment, insurance company, risk.

APGYVENDINIMO SEKTORIAUS SITUACIJOS APŽVALGA COVID 19 METU

ARISTIDA VIMBARAITĖ

Kolpingo kolegija

Konsultantė doc. dr. Regina Navickienė

ANOTACIJA

Naujasis koronavirusas (COVID-19) kelia iššūkį pasauliui. Precedento neturintys pasauliniai kelionių apribojimai ir įsakymai likti namuose sukelia rimčiausius pasaulio ekonomikos sutrikimus nuo II-ojo pasaulinio karo. Tarptautiniai kelionių draudimai, turi įtakos daugiau kaip 90 procentų pasaulio gyventojų, turizmas iš esmės nutrūko 2020 m. Kovo mėn. nors labai neaišku, ankstyvos UNWTO (Jungtinių Tautų Pasaulio turizmo organizacija) prognozės 2020 m. rodo, kad atvykstančiųjų skaičius tarptautiniu mastu gali sumažėti 20–30 procentų, palyginti su 2019 m. dėl riboto judėjimo ir socialinio atsiribojimo turizmas yra ypač jautrus kovai su pandemijomis. Straipsnio tikslas - įvertinti COVID-19 poveikį anksčiau vykusiomis epidemijomis / pandemijomis ir kitų tipų pasaulinėms krizėms bei paaiškinti, kaip pandemija gali pakeisti visuomenę, ekonomiką ir turizmą.

Raktiniai žodžiai: COVID-19, apgyvendinimas, turizmas, pandemija.

IVADAS

Temos aktualumas ir naujumas. Apie nežinomos priežasties pneumoniją, nustatytą Wuhan, Kinijoje, pirmą kartą buvo pranešta PSO (Pasaulio sveikatos organizacija) šalies biure Kinijoje 2019 m. gruodžio 31 d. 2020 m. sausio mėn. pradžioje į ligonines buvo paguldytas 41 pacientas, kuriam patvirtinta naujo koronaviruso (COVID-19) infekcija. Nors virusas sparčiai plito šalies Uhano regione, iš pradžių politiniai lyderiai iš kitų pasaulio šalių iš esmės neatsižvelgė (nors žvalgybos tarnybos perspėjo apie galimai katastrofišką įvykį). Siekiant užkirsti kelią virusui, Wuhanas buvo uždarytas pagal regionines ir individualias karantino priemones, o susirgimų atvejų skaičius Kinijoje iki vasario vidurio stabilizavosi apie 80 000 tūkstančių. Tuo metu pasaulinis oro transportas virusą jau nešė į visus žemynus, o kovo viduryje jis buvo nustatytas 146 šalyse. Patvirtintų infekcijų skaičius visame pasaulyje greitai padvigubėjo. Užkrėtimo lygis paspartėjo nuo balandžio 15 dienos. Patvirtinti atvejai priartėjo prie 2 milijonų buvo užfiksuota daugiau nei 125 000 mirčių, daugiau nei 200 šalių. Realus bendras atvejų skaičius lieka nežinomas, nes daugelyje šalių bandymai yra riboti. Neturint vakcinos nuo ligos prevencijos ir ribotų medicininių intervencijų jai gydyti, dauguma šalių pasirinko, uždarymą, izoliaciją namuose, karantiną, socialinį atsiribojimą, mokyklų, universitetų, darbo vietų uždarymą, renginių, didelių konferencijų, parodų, koncertų, festivalių, sporto ir vasaros olimpinį žaidynių atšaukimą ar atidėjimą. Atšauktų renginių, uždarytų transporto įstaigų ir uždarytų lankytinų vietų poveikį iškart pajuto kitos tiekimo grandinės dalis, tokios kaip maitinimo, skalbimo ar apgyvendinimo paslaugos. Sustojęs turizmas dėl uždarytu sienų, kelionių ribojimu, tiesiogiai paveikė apgyvendinimo sektorių.

Problema. COVID-19 epidemija sustabdė turizmo verslą ir tik prasideda šios situacijos analizės, kurios yra svarbios šios verslo šakos atsigavimui ir ateities veiksams.

Temos tikslas. Apibendrintai pateikti COVID-19 situacijos apžvalgą, kuri yra svarbi turizmo verslo atsigavimui ateityje.

Uždaviniai:

1. Pristatyti pasaulio turizmo pokyčius COVID 19 metu.
2. Pateikti pokyčius apgyvendinimo sektoriuje COVID 19 metu.

Metodai – mokslinės literatūros analizė.

Darbo rezultatai – atlikus mokslinę literatūros analizę galima teigti, kad šalyse virusas paveikė praktiškai visas svetingumo vertės grandinės dalis. Atšauktų renginių, uždarytų

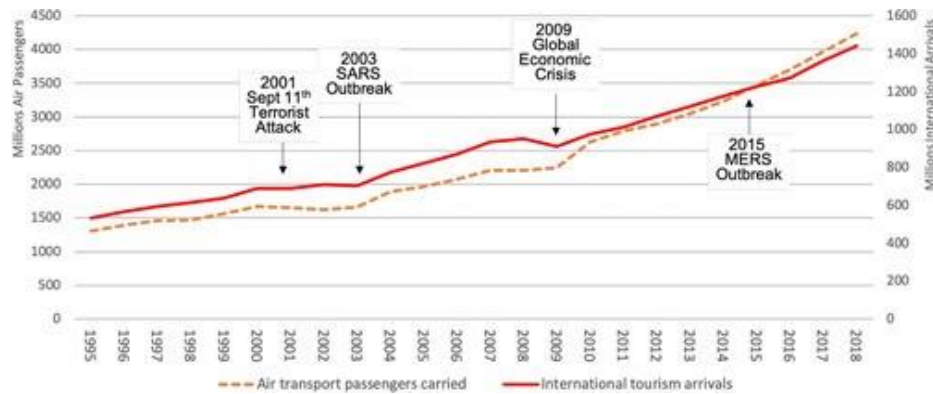
apgyvendinimo įstaigų ir uždarytų lankytinų vietų poveikį iškart pajuto kitos tiekimo grandinės dalis, tokios kaip maitinimo ir skalbimo paslaugos. Restoranai taip pat turėjo būti uždaryti, nors kai kuriose šalyse perėjimas prie pardavimo išsinešimui, pristatymui į namus leido tęsti veiklą. Tačiau valstybės tik pradeda suprasti, kad, skirtingai nei kituose verslo sektoriuose, pajamos iš turizmo visam laikui prarandamos, nes neparduotų pajėgumų, pavyzdžiui, apgyvendinimo, negalima parduoti vėlesniais metais, o tai turi atitinkamą poveikį užimtumui šiame sektoriuje. Taip pat, apibendrinant galima teigti, kad COVID-19 pandemija ypač stipriai sukrėtė apgyvendinimo pramonę ir apvertė daugelį viešbučių verslų. Bet kaip ir sukrėstas sniego rutulys, po COVID-19 peizažas gali būti toks pat geras ar net geresnis nei prieš pandemiją – nes žmonės yra ir visada bus socialūs gyvūnai. Nesvarbu, ar jiems labiau patinka didmiesčio viešbutis, kurį valdo pasaulinė grandinė, namelis slidinėjimo kurorte ar rami nakvynė ir pusryčiai, žmonės visada norės ten praleisti savo viešnagę.

POKYČIAI TURIZMO SEKTORIJE COVID 19 METU PASAULYJE

Tarptautiniai, regioniniai ir vietiniai kelionių apribojimai iš karto paveikė šalies ekonomiką, įskaitant turizmo sistemas, tai yra tarptautines keliones, vidaus turizmą, dienos vizitus ir įvairius segmentus, tokius kaip oro transportas, kruizai, viešasis transportas, apgyvendinimas, maitinimas, konferencijos, festivaliai ir kiti renginiai, susitikimai, sporto renginiai ir kt. Dėl krizės sparčiai sulėtėjus tarptautinėms kelionėms oru, daugeliui šalių įvedus draudimus keliauti, uždarant sienas ar įvedant karantino laikotarpius, tarptautinis ir vietinis turizmas per kelias savaites tiesiog sustojo. Nors šalių vyriausybės stengėsi susigrąžinti keliautojus namo, bet tai turizmo sektoriaus negelbėjo. Kruiziniai laivai netrukus tapo blogiausiu scenarijumi visiems, įstrigusiems pasaulinėje turizmo sistemoje. Pradedant tuo, kad nuo 2020 m. vasario 1 d., ne mažiau kaip 25 kruiziniai laivai buvo patvirtinti COVID-19 infekcijos židiniais ir dešimt laivų liko jūroje, nes jiems nepavyko rasti uosto, kuris juos priimtų. Idealizuota saugi aplinka jūroje virto spąstais, tūkstančiai keleivių buvo laikomi karantine ir susidūrė su iššūkiu grįžti namo.

Daugelyje pasaulio šalių virusas praktiškai paveikė visas svetingumo vertės grandinės dalis. Atšauktų renginių, uždarytų apgyvendinimo įstaigų ir uždarytų lankytinų vietų poveikį iškart pajuto kitos tiekimo grandinės dalys, tokios kaip maitinimo, transporto, skalbimo ir kt. paslaugos. Restoranai taip pat turėjo būti uždaryti, nors kai kuriose šalyse perėjimas prie pardavimo išsinešimui, pristatymui į namus leido tęsti veiklą. Vėliau buvo pranešta apie atleidimus ir bankrotus, o britų aviakompanija „FlyBe“ pirmoji pasidavė rinkos spaudimui ir paskelbė bankrotą 2020 m. kovo 5 d. o neužilgo ir „Scandinavian Airlines“ (2020 m. kovo 17 d.), „Singapore Airlines“ (2020 m. kovo 27 d.), „Virgin“ (2020 m. kovo 30 d.), Kelionių organizatoriai, įskaitant Vokietijos TUI jau 2020 m. kovo 27 d. paprašė dešimčių milijardų JAV dolerių valstybės pagalbos. Visuotinai manoma, kad turizmas atsigaus kaip ir ankstesnių krizių metu, tačiau yra daug įrodymų, kad COVID-19 bus kitoks ir transformuojantis turizmo sektorius. Vyriausybės tik pradeda suprasti, kad, skirtingai nei kituose verslo sektoriuose, pajamos iš turizmo visam laikui prarandamos, nes neparduotų pajėgumų, pavyzdžiui, apgyvendinimo, negalima parduoti vėlesniais metais, o tai turi atitinkamą poveikį užimtumui šiame sektoriuje.

Svarbu paminėti, kad pasaulinis turizmas praeityje buvo patyręs daugybę krizių nuo kurių nukentėjo žr. (1 pav.). Nuo 2000–2015 m. pagrindiniai trikdantys įvykiai buvo: rugsėjo 11-osios teroro išpuoliai (2001 m.), sunkus ūmaus respiracinio sindromo (SARS) protrūkis (2003 m.), Pasaulinė ekonomikos krizė 2008–2009 m., ir 2015 m. Artimųjų Rytų respiracinis sindromas (MERS) protrūkis. Nė vienas iš jų nepadarė ilgalaikio pasaulinio turizmo vystymosi nuosmukio, o kai kurie iš jų net nepastebimi (žr. 1 pav.).



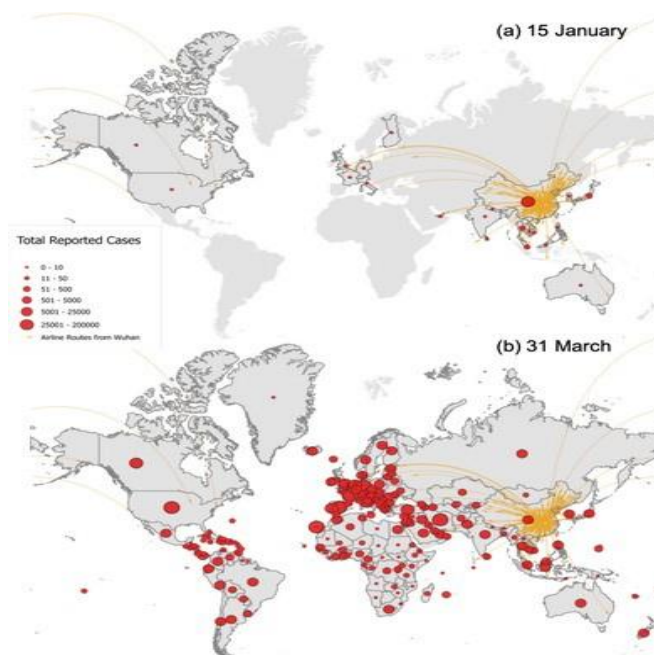
1 pav. Pagrindinių krizinių įvykių poveikis pasauliniam turizmui
(Šaltinis: Pasaulio bankas, 2020)

Kaip matyti iš pirmo paveikslo, kuriame pateikti Pasaulio banko statistiniai duomenys, gaunamos pajamos iš turizmo sektoriaus augo.

Pagrindinės šios 21 a. didėjančios pandemijos grėsmės priežastys yra šios: sparčiai auganti ir judri pasaulio populiacija; urbanizacijos tendencijos ir žmonių koncentracija; pramoninė maisto gamyba pasaulinėse vertės grandinėse; padidėjęs aukštesnio lygio maisto produktų, įskaitant mėsą, vartojimas; ir pasaulinių transporto tinklų, veikiančių kaip patogenų plitimo pernešėjai, plėtra. 2003 m. SARS protrūkį PSO apibrėžė kaip epidemiją, daugiausiai atvejų – Kinijoje ir Honkonge taip pat Taivane ir Kanadoje. Siu ir Wong (2004) tyrė SARS turizmo kontekste ir nustatė, kad bendras ekonominis poveikis Honkongui nebuvo toks didelis, kaip tikėtasi, tačiau dėl trumpalaikio lankomumo sumažėjimo kelionės, turizmas ir mažmeninė prekyba buvo labai paveikti. Apskaičiuota, kad SARS pasaulio ekonominė kaina siekė 100 mlrd. JAV dolerių, o vien Kinijoje – 48 mlrd. JAV dolerių.

Vienas iš pagrindinių pandemijų suvokimų yra tas, kad kelionės yra absoliučiai svarbiausios epidemiologijai ir ligų priežiūrai. Tai taip pat reiškia pripažinimą, kad kelionės ir turizmas yra ir ligų plitimo, ir jos ekonominių pasekmių veiksnys. Viskas, ką turime, yra metodai, kurie buvo naudojami epidemijoms kontroliuoti 20 a., bet nepaisant to, šie scenarijai pateikia tik apytikrą COVID-19 pandemijos poveikio įvertinimą. Nepaisant didelio COVID-19 pandemijos neapibrėžtumo, 2020 m. balandžio mėn. pr. JT Ekonomikos ir socialinių reikalų departamentas apskaičiavo scenarijus, kuriuose numatomi plataus masto ekonominės veiklos apribojimai daugelyje šalių. Prognozuojama, kad 2020 m. pasaulio ekonomika sumažės maždaug 0,9 procentų, palyginti su prognozuotu 2,5 procentų augimu ir jau yra perspėjimai, kad pandemija gali pakenkti pastangoms pasiekti 2030 m. darnaus vystymosi tikslus, o tai turės labai diferencijuotą poveikį mažesnių pajamų šalims.

Per pastaruosius 40 metų pasaulis patyrė daugybę didelių epidemijų/pandemijų, tačiau nė viena iš jų neturėjo panašios įtakos pasaulio ekonomikai kaip COVID-19 pandemija. COVID-19 nėra toks užkrečiamas kaip tymai ir nepasibaigia mirtimi visi užsikrėtimo atvejai, tačiau dėl besimptomio sirgimo žmonės dėl nežinojimo nesaviizolijuojasi ir nesiima kitų apsaugos priemonių, pvz. fizinio atsiribojimo viešumoje ar dėvėti burnos ar nosies apsaugas, kad virusas neplistų kalbant, kosint ar čiaudint. Daugelyje šalių atliekant labai ribotus bandymus, taip pat dėl to, kad testai nėra prieinami, manoma, kad nesąmoningai besimptomis perdavimas yra esminis. Spartus patvirtintų COVID-19 atvejų išplitimas ir išplitimas iš jo epicentro žr. (2 pav.).



2 pav. Visuotinis COVID-19 atvejų pasiskirstymas 2020 m. sausio – kovo mėn.
(Šaltinis: Europos ligų prevencijos ir kontrolės centras)

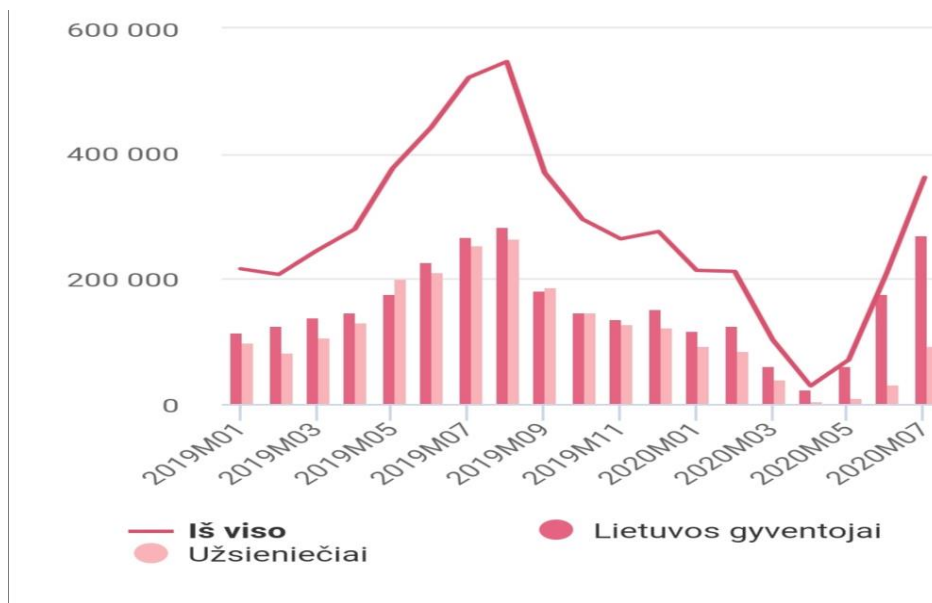
Sprogus COVID-19 atvejų skaičiui, kuris išplito visame pasaulyje, kovo mėnesio pabaigos kelionių apribojimai iš Uhano regiono epicentro prasidėjo vietinis užrakinimas nuo sausio 23 d. į daugumą šalių. Naudojant šalių gyventojų duomenis, galima apskaičiuoti, kad daugiau nei 90% pasaulio gyventojų yra šalyse, kuriose yra tam tikri tarptautiniai kelionių apribojimai, ir daugelyje šių šalių taip pat yra tam tikri vidaus judėjimo apribojimai, įskaitant ribotas keliones oru. Šis beprecedentis atsakas uždarė sienas įvairiose šalyse visiems užsienio piliečiams ir praktiškai visos kitos šalys įgyvendino bent kai kuriuos kelionių apribojimus, kurie tiesiogiai paveikė apgyvendinimo sektorių ir faktiškai pilnai jį uždarė. Tokia pat situacija ir Lietuvoje, kuri vadovaudamasi PSO rekomendacijomis paskelbė karantiną ir uždarė sienas kelionėms.

POKYČIAI APGYVENDINIMO SEKTORIUJE COVID 19 METU

Dėl COVID-19 pandemijos paskelbus karantiną, uždarius šalies sienas šalies viešbučiai sulaukdavo vos vieno, kito kliento. Labiausiai nukentėjo viešbučių restoranai. Šiuo metu Kaune ir Vilniuje valdomų viešbučių užimtumas siekia nuo 5 iki 10 procentų. Situacija yra sudėtinga dėl klientų nebuvimo, ko pasekoje ne tik negaunamos pajamos, bet atleidžiami darbuotojai arba jie yra prastovose. Ši problema liečia ne tik viešbučius, bet ir jų restoranus. Viešbučiai ir gastronomija bei lankytinos vietos pranešė apie didžiausią darbuotojų skaičiaus sumažėjimą. Daugumai viešbučių užsidarius arba patiriant gerokai mažesnį turistų skaičių, 2020 m. pajamų prognozės rodo reikšmingą nuosmukį. Tokia situacija ne tik Lietuvoje, bet ir visame pasaulyje, pvz. prognozuojama, kad JAV viešbučių pajamos sumažės 50,6 procentų ar net dar daugiau. Galima numatyti, kad pirmiausia atsigaus vidaus turizmo rinka. Šiuo metu neaišku, kaip apgyvendinimo įmonės gali užtikrinti, kad kambariai yra saugūs naujai atvykstantiems svečiams, ar kaip būtų sprendžiami individualūs COVID-19 atvejai, įvykę apgyvendinimo įstaigose. COVID-19 pandemija ypač stipriai sukrėtė apgyvendinimo pramonę ir sustabdė daugelį apgyvendinimo verslų kaip sniego gniūžtės efektas. Tačiau atliekamos apklausos rodo, kad žmonės jau pasiilgo kelionių ir prognozuojamas turizmo sektoriaus atsigavimas. Yra manoma, kad viešbučiai pirmiausia turės sutelkti dėmesį į švarą ir saugos sertifikatus, o technologijos bus didelė dalis norint to pasiekti, nes

galų gale žmonių poreikiai gali pasikeisti, žmonės greičiausiai pradės daugiau dėmesio skirti patogumui, jei to dar nepadarė.

„Hilton“, viešbutis kuris siūlo beveik milijoną kambarių, turi daugiau nei 6200 objektų 118 šalių, pajamos sumažėjo net 81 procentu, palyginti su tuo pačiu laikotarpiu prieš metus ir bendrovė jau patyrė 430 mln. USD nuostolių. Kelionių apribojimas ir sienų uždarymas privertė apgyvendinimo sektorių atsitraukti, tai yra laikinai uždaryti viešbučius, atleisti darbuotojus ar mažinti jų darbo valandas kartu mažinant atlyginimus ir kitas išlaidas bei skolintis pinigų, kad suteiktų šiek tiek finansinių galimybių. Apgyvendinimo paslaugas teikiančios įmonės skirtingose šalyse nukentėjo skirtingai, bet jos visos yra paveiktos. Net toje pat šalyje skirtinguose miestuose, regionuose apgyvendinimo įstaigos buvo paveiktos skirtingai. Vyriausybėms pradėjus skatinti vietinį turizmą, kurortinėse teritorijose, kaimo vietovėse esančios apgyvendinimo įstaigos vietinio turizmo dėka užsitikrino pajamas ir dalinai nepajuto COVID-19 neigiamos įtakos. Lietuvos viešbučiuose, svečių namuose ir moteliuose 2020 m. pirmąjį ketvirtį apsistojo 382.300 turistų, arba 21,8 procentų, mažiau nei pernai tuo pačiu laikotarpiu. Turistų iš užsienio skaičius sumažėjo 22 procentais ir sudarė 184.500 turistų. Viešbučiuose, svečių namuose ir moteliuose 2020 m. pirmąjį ketvirtį buvo 15.000 numerių (2019 m. I ketv. – 14.800), o vietų juose – 32.700 (2019 m. I ketv. – 30.500). Numerių užimtumas, palyginti su 2019 m. pirmuoju ketvirčiu, sumažėjo 6,1 procentinio punkto, o vietų užimtumas – 4,6 procentinio punkto. Ši statistika puikiai atsispindi žemiau pateiktame paveiksle žr. (3 pav.).



3 pav. Apgyvendintų turistų skaičius
(Šaltinis: Oficialiosios statistikos portalas)

Kaip matyti, nakvynių skaičius 2020 m. pirmąjį ketvirtį sudarė 1,1 mln., arba 20,2 proc. mažiau nei prieš metus. Vienas svečias apgyvendinimo įstaigoje vidutiniškai praleido 2,2 nakvynės. Apgyvendinimo įstaigose 2020 m. pirmąjį ketvirtį apgyvendinta 527,9 tūkst. turistų, tai 21 proc. mažiau nei per tą patį 2019 m. laikotarpį. Turistų iš užsienio apgyvendinta 219,7 tūkst., arba 23,8 proc. mažiau, šalies gyventojų – 308,3 tūkst., arba 18,8 proc. mažiau. 2020 m. sausį apgyvendinta 1,2 proc. turistų mažiau, vasarį – 2,3 proc. daugiau, o kovą, dėl COVID-19 įvedus karantiną Lietuvoje, – 58,1 proc. mažiau, palyginti su 2019 m. atitinkamais mėnesiais.

IŠVADOS

1. Atlikus mokslinę literatūros analizę galima teigti, kad šalyse virusas paveikė praktiškai visas svetingumo vertės grandinės dalis. Atšauktų renginių, uždarytų apgyvendinimo įstaigų ir uždarytų lankytinų vietų poveikį iškart pajuto kitos tiekimo grandinės dalis, tokios kaip maitinimo ir skalbimo paslaugos. Restoranai taip pat turėjo būti uždaryti, nors kai kuriose šalyse perėjimas prie pardavimo išsinešimui, pristatymui į namus leido tęsti veiklą. Tačiau valstybės tik pradeda suprasti, kad, skirtingai nei kituose verslo sektoriuose, pajamos iš turizmo visam laikui prarandamos, nes neparduotų pajėgumų, pavyzdžiui, apgyvendinimo, negalima parduoti vėlesniais metais, o tai turi atitinkamą poveikį užimtumui šiame sektoriuje.

2. Taip pat, apibendrinant galima teigti, kad COVID-19 pandemija ypač stipriai sukrėtė apgyvendinimo pramonę ir apvertė daugelį viešbučių verslų. Bet kaip ir sukrėstas sniego rutulys, po COVID-19 peizažas gali būti toks pat geras ar net geresnis nei prieš pandemiją – nes žmonės yra ir visada bus socialūs gyvūnai. Nesvarbu, ar jiems labiau patinka didmiesčio viešbutis, kurį valdo pasaulinė grandinė, namelis slidinėjimo kurorte ar rami nakvynė ir pusryčiai, žmonės visada norės ten praleisti savo viešnagę.

LITERATŪRA

1. Apgyvendinimo paslaugų statistika šalyje (2020). Paimta iš Lietuvos statistikos departamento [žiūrėta 2020-11-06]. Prieiga per internetą: <https://osp.stat.gov.lt/informaciniai-pranesimai?articleId=7608042>
2. COVID-19 pandemija (2020). Paimta iš wordometers [žiūrėta 2020-11-06]. Prieiga per internetą: <https://www.worldometers.info/coronavirus/>
3. COVID- paveikti viešbučiai. Paimta iš support business [žiūrėta 2020-11-06]. Prieiga per internetą: <https://support.google.com/business/answer/9877111?hl=lt>
4. COVID-19 poveikis turizmui (2020). Paimta iš marketwatch [žiūrėta 2020-11-06]. Prieiga per internetą: <https://www.marketwatch.com/story/covid-19-turned-the-hotel-industry-upside-down-but-it-wont-change-what-people-want-2020-08-23>
5. Kaip pandemija paveikė viešbučius (2020). Paimta iš hospitalitynet [žiūrėta 2020-11-06]. Prieiga per internetą: <https://www.hospitalitynet.org/opinion/4100640.html>
6. Pandemijos paveikusios turizmą (2020). Paimta iš tandfonline [žiūrėta 2020-11-06]. Prieiga per internetą: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/09669582.2020.1758708>
7. Paveiktas apgyvendinimo sektorius (2020). Paimta LRT naujienos [žiūrėta 2020-11-06]. Prieiga per internetą: <https://www.lrt.lt/naujienos/verslas/4/1201235/rinkos-dalyviai-ir-ekspertai-krize-labiausiai-paveike-viesbuciu-busto-ir-prekybos-versla>
8. Viešbučių situacija (2020). Paimta iš delfi verslas [žiūrėta 2020-11-06]. Prieiga per internetą: <https://www.delfi.lt/verslas/verslas/kauno-viesbuciu-situacija-vis-dar-kritine-darbuotojai-nebenori-dirbti-prognozuojama-krize.d?id=84717311>

SITUATION IN THE ACCOMMODATION SECTOR DURING COVID 19

ARISTIDA VIMBARAITĖ

Kolping University of Applied Sciences
Consultant doc. dr. Regina Navickienė

ANNOTATION

The new coronavirus (COVID-19) is a challenge to the world. Unprecedented global travel restrictions and orders to stay at home are causing the most serious disruptions to the world economy since

World War II. International travel bans, affecting more than 90 percent of the world's population, have largely stopped tourism in 2020. March. although very unclear, early UNWTO (United Nations World Tourism Organization) projections for 2020 shows that the number of arrivals internationally may decrease by 20-30 percent compared to 2019. due to limited mobility and social isolation, tourism is particularly vulnerable to fighting pandemics. The aim of the article is to assess the impact of COVID-19 on past epidemics / pandemics and other types of global crises and to explain how a pandemic can change society, the economy and tourism.

Keywords: COVID-19, accommodation, tourism, pandemic.

MEDICININIO TURIZMO VYSTYMOSI TENDENCIJOS

VAIVA VYŠNIAUSKAITĖ

Vytauto Didžiojo Universitetas
Dėstytojas: dr. Regina Navickienė

ANOTACIJA

Šiame straipsnyje analizuojamas medicininis turizmas, jo apžvalga Lietuvoje bei pasaulyje remiantis skirtinga Lietuvos bei užsienio mokslinė literatūra. Sveikata bene svarbiausias žmogaus gyvenimo elementas, o kad ją išsaugoti reikalinga tinkama sveikatos priežiūra, todėl medicininis turizmas suteikia puikias galimybes pasirūpinti savo sveikata. Medicininis turizmas yra pakankamai nauja turizmo sritis, kuri turistui – pacientui suteikia galimybę derinti tikslingas sveikatos priežiūras kartu su turistine veikla. Medicininis turizmas Lietuvoje ir visame pasaulyje labai sparčiai auga, kai kuriose šalyse tampa prioritetine sritimi. Kai kuriose pasaulio šalyse medicininis turizmas šiuo metu laikomas prioritetine sritimi, nes jis pritraukia nemenkas pajamas, taip pat medicininis turizmas pripažintas potencialiu ekonomikos įvairinimo sektoriumi.

Raktiniai žodžiai: turizmas, medicininis turizmas, nišinis turizmas.

IVADAS

Turizmas – vienas populiariausių laisvalaikio praleidimo būdų, kai pasirenkama laiką praleisti ne namuose, o keliauti po gimtąją šalį ar siekiama aplankyti kitas šalis atsipalaidavimo, pramogų ar poilsio tikslais. Tai viena didžiausių dinamiškų ir konkurencingų pramonės šakų, kuriai reikia gebėjimo nuolat prisitaikyti prie besikeičiančių klientų poreikių ir norų. Vaitiekūnas ir Povilanskas (2011) knygoje „Turizmo ir kelionių geografija“ teigia, kad „turizmą labiausiai skatina laisvo laiko ir pinigų turėjimas, smalsumas ir pažinimo džiaugsmas, globalizacija ir pasaulio kultūrų suartėjimas, rekreacinių išteklių patrauklumas, didėjančios tarptautinio transporto galimybės, reklama“. Žmonės nori vis kitokių paslaugų – naujesnių, įvairesnių ir kokybiškesnių, vis dažniau atsigręžia į save, į savo kūno, sveikatos poreikius, nes sveikata didžiausias žmogaus turtas. Ieškoma skirtingų būdų, kurie kokybiškiau, greičiau padėtų sustiprėti, atstatyti sveikatą. Susidomėjimas sveikatos priežiūra vis labiau auga, norima paslaugas gauti greitai, už prieinamą kainą ir kad jos būtų atliktos kokybiškai, todėl iš šio žmonių poreikio atsirado medicininis turizmas, kuris padeda turistams – pacientams derinti tikslingas sveikatos priežiūros paslaugas kartu su turistine veikla. Vis labiau besikeičiant ir modernėjant visuomenei, žmonių gyvenimo būdui, taip pat keičiasi ir jų poreikiai. Keliautojai nori pažinti skirtingas kultūras, ištyrinėti kitų tautų tradicijas ir papročius, pamatyti populiarias ar kitiems dar nelabai žinomas lankytinas vietas tiek savojoje šalyje, tiek už jos ribų ir kelionės metu pasinaudoti kitomis paslaugomis, kaip pavyzdžiui sveikatos priežiūros paslaugomis. Iš skirtingų turistų poreikių išauga ne viena turizmo rūšis, viena jų – medicininis turizmas. Ši sritis kilo iš žmogaus poreikio kokybiškoms ir greitai prieinamoms sveikatos priežiūros paslaugoms ir ženkliai populiarėja visame pasaulyje. Šiandien labai lengva keliauti, pasiekti kitas šalis, todėl tai padeda vystyti medicininiam turizmui. Augant medicininiam turizmui didėja jo išskiriama nauda mikro lygiu, regioniniu lygiu ir makro lygiu. Medicininis turizmas atsiranda tada, kai vartotojai nusprendžia keliauti su tikslu gauti tam tikrą medicininį gydymą, kuris gali apimti visą medicinos paslaugų spektrą ir ši rinka apibrėžiama kaip nestabili bei dinamiška. Gydymas gali būti pagrindinė motyvacija keliauti arba gali būti atsitiktinis planuojamos kelionės į užsienį metu. Nors medicininis turizmas vis labiau populiarėja visame pasaulyje ir atliekami tyrimai suteikia galimybę suvokti medicinos turistų – pacientų poreikius bei lūkesčius, žmonėms, tobulinti teikiamas paslaugas, bet apibendrintos skirtingų autorių apžvalgos nėra dažnai atliekamos.

Tikslas – išanalizuoti medicininio turizmo vystymosi tendencijas Lietuvoje ir pasaulyje, remiantis mokslininkų straipsniais.

Uždaviniai:

1. Aptarti medicininio turizmo sampratą teoriniu aspektu.
2. Apžvelgti medicininio turizmo situaciją Lietuvoje ir pasaulyje.
3. Įvertinti medicininio turizmo vystymosi tendencijas Lietuvoje.

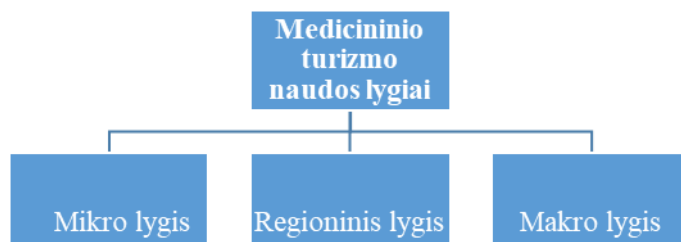
Darbo metodai: mokslinės literatūros šaltinių apžvalga, analizė, sisteminimas.

MEDICININIO TURIZMO SAMPRATA TEORINIU ASPEKTU

Turizmo veikla yra siejama su turistų tikslais praleisti laiką ne namuose, siekiant atsipalaiduoti, pailsėti, papramogauti ar aktyviai praleisti laisvalaikį. Šią ūkio šaką galima apibrėžti kaip dinamišką bei labai konkurencingą industriją, kuri reikalauja sugebėjimo būti lanksčiai ir prisitaikyti prie esamos ekonominės situacijos, kintančių tendencijų, besikeičiančių klientų norų ir poreikių ir labiausiai atsižvelgia į kliento saugumą, malonumą, patogumą bei į tai, kad klientas būtų visapusiškai patenkintas, visi jo norai būtų išpildyti. Turizmas turi savo klasifikaciją, kurią sudaro įvairūs kriterijai – kelionės tikslas, keliavimo būdas, įvairūs pomėgiai, metų laikus, skirtingus turistų poreikius. Sveikatą galima įvardinti kaip bene svarbiausią žmogaus gyvenimo dalį, nuo kurios priklauso daugelis kitų aspektų. Sveikatos priežiūra gyvuoja ne vieną amžių – dar net Antikos laikais žmonės keliaudavo į įvairias maudyklas, vandens telkinius ar kitokias panašias vietas su tikslu gerinti savo sveikatos būklę. Medicininis turizmas egzistuoja jau nuo eilę metų, tačiau gan neseniai, prieš pora dešimtmečių, medicininis turizmas tapo visapusiškesnis ir susilaukė vis gausesnio visuomenės dėmesio – įvairūs mokslininkai pradėjo tyrinėti šią turizmo rūšį, žmonės vis dažniau renkasi keliauti pasirinkdami medicininį turizmą. Taip pat medicininis turizmas yra pakitęs, kitoks negu buvo kitais amžiais. Susidomėjimas sveikata ir jos priežiūra kasmet auga, žmonės vis labiau rūpinasi savimi nori išsaugoti sveikatą, įvairiais būdais stengiasi gerinti savo sveikatos būklę. Iš asmens poreikio gauti kokybiškas ir prieinamas sveikatos priežiūros paslaugas atsirado medicininis turizmas. Anot autorių Gosh & Mandal (2018) kelionės dėl žmogaus fizinės gerovės įvardijama kaip jau seniai vykdoma praktika, tačiau medicininis turizmas apibūdinamas pasaulyje kaip naujas reiškiny, kuriam būdinga medicininė priežiūra, ir ji tuo pačiu metu yra derinama su atostogomis, turistine veikla. Tai turizmo rūšis, kai turistai keliauja su tikslu pasirūpinti savo sveikata ir pasinaudoti įvairiomis, jiems reikalingomis paslaugomis – odontologijos, plastikos chirurgijos ar kitomis paslaugomis. Kitame straipsnyje autoriai Lubowiecki – Vikuk & Dryglas (2019) medicininį turizmą apibūdina kaip sąmoningą veiklą, kurios metu turistas – pacientas siekia gauti sveikatos priežiūros paslaugas savojoje šalyje arba užsienyje su tikslu išlaikyti ar pagerinti savo sveikatos būklę arba estetinę išvaizdą. Autoriai aprašydami medicininį turizmą, jį sugretina kartu su kitomis turizmo rūšimis – sveikatingumo turizmu ir sveikatinimo turizmu. Kiti autoriai medicininį turizmą aptaria kaip naują nišinio turizmo rūšį, kai asmuo dažniausiai išvyksta už gyvenamosios šalies ribų su tikslu gauti medicininę pagalbą. Medicininis turizmas yra viena iš nišinio turizmo rūšių, kuris yra priešingybė masiniam turizmui, nes jis specializuojasi į nedidelius turistų skaičius ir tenkina jų poreikius. Anot autorės Ursache (2015) nišinis turizmas yra atsakas į tai, kad turistų kelionių tikslai keičiasi, tampa vis modernesni, ir turistai reikalauja specializuotų turizmo produktų. Taigi medicininis turizmas skirtingų autorių straipsnių akimis įvardijamas kaip pakankamai nauja nišinio turizmo rūšis, kai asmuo vyksta iš vienos šalies į kitą ir šiai turizmo rūšiai būdinga tikslinga medicininė priežiūra kartu su poilsine veikla. Kai kurie mokslininkai, straipsnių autoriai apibendrina visas su sveikata susijusias turizmo formas ir tai vadina sveikatos turizmu, tačiau vis dažniau matoma, kad sveikatos turizmo rūšis yra skaidoma į medicininį turizmą, sveikatinimosi turizmą ir sveikatingumo turizmą. Straipsnyje „Medicininio turizmo paslaugos ir medicininio turizmo kryptys Vidurio ir Rytų Europoje – britų ir vokiečių nuomonė“ (*angl.* Medical tourism services and medical tourism destinations in Central and Eastern Europe - the opinion of Britons and Germans) aukščiau minėti autoriai Lubowiecki – Vikuk & Dryglas sugretina medicininį turizmą kartu su sveikatinimosi

turizmu ir sveikatingumo turizmu, tačiau daugelis mokslininkų tai įvardija kaip atskiras sritis, skirtingas turizmo rūšis, nes jos orientuojasi į skirtingus vartotojų poreikius. Sveikatinimo turizmas – kelionės su tikslu reabilituotis, sustiprėti, pasirūpinti savo sveikata ir vyksta į sanatorijas, kurortus, gydyklas ir kitas įstaigas, kurios suteikia galimybę įgyvendinti šiuos tikslus. Sveikatingumo turizmas – tai kelionės, susijusios su asmeninės gerovės palaikymu bei stiprinimu apsilankant įvairiose grožio procedūrose, SPA - masažai, pirčių, baseinų paslaugos. Sveikatingumo turizmo nereikėtų painioti su medicininio turizmu, nes šie du sektoriai yra atskiri ir orientuojasi į skirtingus vartotojų poreikius. Šios dvi su asmens būklės gerinimu susijusios turizmo rūšys yra tarsi atšakos iš medicininio turizmo, tačiau yra skirtingos ir neturėtų būti gretinamos, naudojamos kaip sinonimai medicininiam turizmui.

Medicininis turizmas suderina dvi skirtingas veiklas – tikslingą medicininę priežiūrą kartu vykdant poilsinę, turistinę veiklą. Medicininio turizmo metu turistai – pacientai išvyksta į užsienį ar kitą savo gyvenamosios šalies miestą, dalyvauja kitų šalių sveikatos priežiūros veikloje ir tuo pat metu išgyvena beveik visus etapus, kaip bet kuris turistas – patiria kitų šalių kultūrą, užsienio kalbinę aplinką bei kelionės atspindį. Medicininis turizmas laikomas vienu greičiausiai besivystančių turizmo tipų ir kai kurių pasaulio šalių yra pripažintas kaip prioritetinga verslo sritis, kuri turi didelę įtaką visos šalies ekonomikai, nes tai yra naudinga veikla sveikatos priežiūros paslaugų teikėjams bei vietos ekonomikai ir turizmo pramonei. Medicininis turizmas generuoja pajamas, kurios padeda augti ekonomikai, augti įmonėms, susijusioms su medicina, sveikatos priežiūra. Autorius Naboka (2018) straipsnyje apie medicininį turizmą išskiria medicininio turizmo daromą naudą trimis skirtingais lygiais:



1 pav. Medicininio turizmo teikiamos naudos lygiai

Mikro lygis apibūdinamas kai iš atvykstančiųjų pacientų gaunamos papildomos pajamos, dėl kurių įmonės gali išlaikyti darbo vietas ir išsaugoti kvalifikuotus, aukšto lygio specialistus. **Regioninis lygis** – lygis, kuris regione didina užimtumą, kaip vienas iš būdų sustiprinti bendruomenę, regiono infrastruktūrą, būdas populiarinti tam tikrą regioną ne tik kaip medicininio turizmo kryptį. **Makro lygmuo** – tai paskutinis lygmuo, kuris yra plačiausias, nes žvelgiant bendrai iš šalies perspektyvos tai yra svarbu, nes medicininis turizmas padeda pritraukti naujų turistų į šalį, kurie galbūt niekada nesirinktų keliauti į tą šalį, tačiau juos tai paskatina padaryti medicininis turizmas, taip pat ir pagerina bendrą šalies įvaizdį viso pasaulio kontekste bei atneša dideles pajamas visam turizmo sektoriui.

Medicinos turistai turi taip pat atskirą segmentavimą. Vieni autoriai medicinos turistus skirsto pagal turizmo formas – vietinį turizmą, atvykstamąjį ir išvykstamąjį. Autoriai Johnston, Adams, Bishop, Crooks ir Snyder (2015) savo straipsnyje medicinos turistus segmentuoja kiek kitaip. Autoriai išskiria keturis skirtingus medicinos turisto tipus:

- Turistai iš turtingųjų valstybių keliaujantys į besivystančias šalis.

- Asmenis dėl tikslingos sveikatos priežiūros paslaugų keliauja iš vienos besivystančios valstybės į kitą taip pat besivystančią valstybę.
- Turtingieji turistai kilę iš besivystančių šalių ir keliaujantys ne į besivystančias šalis, o į turtingąsias valstybes.
- Vietinis turizmas, kai keliaujama savo šalies viduje, neišvykstama už gyvenamosios šalies ribų.

Kalbant apie medicininį turizmą vertėtų išsiaiškinti priežastis, kodėl žmonės, pasirenka medicinos paslaugas kitoje užsienio valstybėje ar kitame savo šalies mieste, o ne savo gydymo įstaigoje. Priežasčių yra ne viena ir jos yra įvairios, tačiau vienos pagrindinių gali būti įvardijamos kaip nusivylimas gydymu savojoje įstaigoje, pacientas lieka nepatenkintas kokybe, gydymu, gydytojais ir kitu personalu. Kita priežastis – negalėjimas naudotis sveikatos priežiūros paslaugomis už pacientui prieinamą kainą, nes kaip žinia, kai kuriose šalyse sveikatos priežiūros paslaugos yra labai brangios ir ne kiekvienas asmuo gali jas įpirkti, pavyzdžiui, Jungtinės Amerikos Valstijos įvardijamos kaip šalis, kurios sveikatos priežiūros paslaugos yra vienos brangiausių pasaulyje. Jungtinėse Amerikos Valstijose asmuo už kiekvieną medicinos paslaugą gauna atskiras sąskaitas – už gydytojo konsultaciją, aptarnaujančio personalo darbą, palatą, atliktus tyrimus, paskirtus vaistus ir kitas paslaugas asmuo turi atskirai susimokėti. Kita priežastis, kodėl pasirenkamas medicininis turizmas – nekokybiškos paslaugos, todėl pacientas geriau renkasi kokybiškas, bet brangesnes paslaugas užsienyje. Taip pat svarbi priežastis yra tai, kad savojoje šalyje ar savojoje įstaigoje asmuo negali gauti jam reikiamos sveikatos priežiūros paslaugos, o kitos šalies medicinos įstaigos gali pasiūlyti ne tik reikiamas sveikatos priežiūros paslaugas, tačiau ir kokybiškesnes, naujesnes, modernesnes paslaugas.

Taigi medicininis turizmas viena sparčiausiai besivystančių turizmo rūšių, kuris suteikia galimybę turistams – pacientams naudotis tikslingomis sveikatos priežiūros paslaugomis ne tik savo šalyje bet ir už jos ribų, kartu derinant ir turistinę veiklą. Neseniai gyvuojantis medicininis turizmas teikia naudą žmonėms, įmonėms, valstybėms ir ši nauda išskiriama 3 skirtingais lygiais. Medicininis turizmas generuoja pajamas, kurios padeda augti ekonomikai, augti įmonėms, susijusioms su medicina, sveikatos priežiūra. Ši turizmo rūšis sparčiai populiarėja Lietuvoje ir visame pasaulyje.

MEDICININIO TURIZMO APŽVALGA LIETUVOJE IR PASAULYJE

Banevičius (2016) straipsnyje apie medicininį turizmą sako, kad „Medicinos turizmas šiuolaikiniame pasaulyje tampa svarbia ūkio šaka, jo plėtra aktuali ir Lietuvos ekonominiam, socialiniam bei kultūriniam gyvenimui“. Medicininis turizmas šiandien yra vieną didžiausių potencialą turinti sritis visame pasaulyje. Autorė Citvarienė (2013) sako, kad „Tiek Lietuvoje, tiek daugelyje pasaulio šalių medicininis turizmas šiuo metu laikomas prioritetine sritimi“. Lietuvoje vis labiau auga medicininis turizmas, tačiau trūksta tam tikrų priemonių, kurios pagelbėtų vystant medicininį turizmą, nes tokių priemonių nėra daug. Lietuvoje medicinos turistų srautai pradėjo augti nuo tada, kai medicininis turizmas buvo paskelbtas kaip prioritetinga sritis turizme. Kitose šalis, kuriose populiarus ir stiprus yra medicininis turizmas, yra sukurtos specialios šios srities plėtros programos, taip pat skatinant medicininio turizmo augimą sukuriama medicininio turizmo klasteriai. Lietuva taip pat turi savo medicininio turizmo klasterį ir jis susideda iš Lietuvoje esančių ir veikiančių medicinos bei turizmo įstaigų. Lietuvoje nėra konkrečios sąvokos, termino, kuris apibrėžtų, koks pacientas – turistas yra laikomas medicininio turizmo turistu, todėl sunku nustatyti, kiek daug atvyksta medicininio turizmo tikslais. Lietuvoje ne tik yra aukšta medicinos paslaugų kokybė, tačiau čia gausu aukštą kvalifikaciją turinčių darbuotojų, kurie nuolat tobulėja, didina savo žinių bagažą. Lietuvoje medicinos įstaigose yra įrengta moderni, naujausia medicinos įranga. Lietuvoje apsilankantys medicinos turistai išleidžia ženkliai daugiau negu kitos srities turistai, nes

medicinos turistai renkasi mokamas medicinos paslaugas, taip pat kartu išsinuomoja kambarį viešbutyje, keliauja, apžiūri miestą, apylinkes į kurį atvyko ir renkasi dar kitas paslaugas – transportą, maitinimą, pramogas ir kitas reikalingas paslaugas. Bučinskaitė ir Navickienė (2013) apie medicininio turizmo paslaugas Lietuvoje sako, kad „Kalbant apie Lietuvą, šalyje ši turizmo rūšis kol kas nepasižymi dideliu populiarumu, kas stabdo viso šalies turizmo plėtrą“. Tai rodo, kad Lietuvoje reikia didinti medicininio turizmo plėtrą, kad būtų pritraukti nauji pacientai – turistai ir būtų gaunamos dar didesnės pajamos.

Anot autorės Sandberg (2017) medicininis turizmas yra kelių milijardų dolerių vertės pramonė, kuri su lyg kiekviena diena vis labiau plečiasi. Apskaičiuota, kad apie septynis milijonus žmonių kasmet keliauja į užsienį medicininei priežiūrai, apimančiai viską – nuo odontologijos paslaugų iki ortopedijos, širdies ir kraujagyslių, vėžio gydymo būdų ir kitų medicinos paslaugų. Citvarienė (2013) sako, kad „Medicininis turizmas yra sparčiai auganti rinka ir daugelyje Europos šalių yra pripažinta potencialiu ekonomikos įvairinimo sektoriumi“. Šiandien, kai viskas labai modernu, pacientai – turistai patys gali lengvai susirasti juos dominančią informaciją, taip pat gali lengvai nukeliauti į bet kurį pasaulio kraštą, dėl savo norimų paslaugų. Visuomenė tapo žymiai mobilesne, taip pat pigiai ir greitai galima nukeliauti į tolimas vietas. Centrinės ir Rytų Europos šalys populiarėja sveikatos turizmo srityje dėl gerai įrengtų sveikatos priežiūros įstaigų ir gausaus ES finansavimo. Vengrijoje gyvena daugiau odontologų, tenkančių vienam gyventojui, nei bet kurioje kitoje pasaulio šalyje. Dauguma jų turi pažangią įrangą ir aukštus priežiūros standartus. Kainos Vengrijoje yra žymiai mažesnės nei JAV ir kitose Vakarų Europos šalyse, todėl pacientai, kuriems reikalingi pagrindiniai gydymo būdai, keliauja į Vengriją dėl odontologinės priežiūros. Kalbant apie medicininį turizmą Europoje, galima teigti, kad pirmaujanti šalis medicinos paslaugų gretose yra Vokietija. Kaip teigia autorius Naboka (2018) Vokietijoje yra viena pažangiausių sveikatos priežiūros sistemų su įvairiomis medicinos įstaigomis visoje šalyje – Berlynas, Hamburgas, Bona, Bavarijos žemės yra tarsi medicininio paslaugų teikimo centrai, nes šiuose regionuose gausu įvairių gydymo įstaigų – klinikų, institutų, specializuotų gydymo centrų, pavyzdžiui, Bavarijos žemėje yra daugiau nei 400 ligoninių, 300 prevencinių ir reabilitacijos įstaigų. Vokietija, Prancūzija, Austrija, Ispanija, Šveicarija, Belgija, Italija ir Graikija ir užima pirmaujančią poziciją Vakarų Europoje, siūlydamos patogią prieigą prie aukščiausios klasės medicinos ir aukščiausio lygio paslaugų už gana žemas kainas. Rytų Europos patrauklumas yra mažesnės standartinių medicininio, chirurginio ir odontologinio procedūrų išlaidos, o pirmauja Vengrija, Čekija ir Lenkija. Visos šios šalys gali pasigirti išskirtinėmis sveikatos turizmo galimybėmis, taip pat puikiais kraštovaizdžiais ir gamtos ištekliais (pvz., Mineralinėmis versmėmis), kurie teigiamai veikia paciento gijimo procesą. Europa laikoma viena didžiausių odontologijos technologijų pažangos rinkų. Suomija nors ir nėra pasaulyje gerai žinoma kaip patraukli medicininio turizmo šalis, tačiau čia kasmet gydoma virš 20 000 tūkstančių Rusijos piliečių. Rusijoje gyventojai nepatenkinti medicinos paslaugomis, ne visada gali ją gauti nemokamai ar greitai, todėl keliauja gydytis į Suomiją. Juos vilioja aukšta medicinos paslaugų kokybė, patogi geografinė padėtis, taip pat Suomijoje jie labai dažnai sužino diagnozes daug anksčiau. Leggat (2015) apie Rytų Azijos šalis rašo, kad Tailande ir Malaizijoje medicininį turizmą aktyviai remia bei skatina šalių vyriausybės – šių šalių oficialiose svetainėse yra pateikiama išsami informacija apie gydymą, paslaugų teikėjus, įprasti kelionių vadovai ir medicininio kelių rengėjų pavyzdžiai. Tai rodo, kad šalims tai yra svarbi sritis, ir medicinos turizmo augimu rūpinasi ne tik medicinos įstaigos, bet ir valstybė. Australijoje medicininis turizmas taip pat vis labiau plečiasi ir čia yra nemažai brokerių, skirtų išvykstamiesiems ir atvykstamiesiems medicinos turistams. Tailandas medicinos turistus vilioja aukštos kokybės paslaugomis, kurios yra lengvai prieinamos visiems už prieinamą kainą, o pacientams – turistams suteikiama galimybė gydymą derinti su egzotiškomis atostogomis. Autorius Cohen (2014) apie medicininį turizmą Tailande sako, kad šalis buvo ypač tinkama tapti pagrindine medicininio turizmo vieta, ypatingai tuomet, kai buvo panaikinti tradiciniai

medicinos prekių apribojimai. Tailandas yra labai populiari vieta, šiuo metu pritraukianti apie 15 milijonų užsienio turistų per metus, visame pasaulyje garsėja dėl tariamo savo žmonių svetingumo ir draugiškumo bei patarlių šypsenų. Medicinos paslaugų reputaciją Tailande taip pat sustiprino įvairios vyriausybės remiamos reklaminės kampanijos.

Medicininis turizmas laikomas vienu greičiausiai besivystančių turizmo tipų ir kai kurių pasaulio šalių yra pripažintas kaip prioritetinė verslo sritis, kuri turi didelę įtaką visos šalies ekonomikai, nes tai yra naudinga veikla sveikatos priežiūros paslaugų teikėjams bei vietos ekonomikai ir turizmo pramonei. Kai kurių šalių valstybės skiria itin didelį dėmesį medicininiam turizmui, nes jis neša labai didelę naudą.

MEDICININIO TURIZMO VYSTYMO SI PERSPEKTYVOS LIETUVOJE

Lietuvoje medicininis turizmas pamažu auga, tačiau yra nepakankamai priemonių, kurios padėtų dar labiau vystyti šią turizmo rūšį. Lietuva yra patraukli medicinos turistams dėl tam tikrų aspektų ir vienos pagrindinių priežasčių, kodėl užsieniečiai renkasi medicininį turizmą Lietuvoje: neretai į Lietuvą atvyksta turistai – pacientai, nes apie čia teikiamas paslaugas sužino iš savo draugų, artimų – žinios iš tų, kurie patys gydėsi Lietuvoje, todėl rekomenduoja čia esančias gydymo įstaigas. Kita priežastis – Lietuvoje sveikatos priežiūros paslaugų kainos yra ženkliai mažesnės negu kitose šalyse, ypačiai lyginant su Vakaruose esančiomis valstybėmis. Taip pat Lietuvoje medicinos paslaugos yra itin kokybiškos ir pacientai gali greičiau prieiti eilę negu savo gydymo įstaigoje užsienyje, todėl renkasi medicinos paslaugas Lietuvoje. Rusakalbius pacientus – turistus Lietuvoje vilioja sveikatos priežiūros paslaugos, nes čia jie gali susikalbėti savo gimtąją kalba, nereikia vertėjų ir tai daug patogiau negu kitoje šalyje, kurioje jie negalėtų susikalbėti rusiškai. Lietuvos yra palanki geografinė padėtis, todėl tai palanku atvykti tiek turistams – pacientams iš Rytų šalių ar Vakarų. Lietuvos patogi geografinė padėtis – Lietuvą galima pasiekti įvairiais būdais – čia yra trys oro uostai Vilniuje, Kaune ir Palangoje. Kaunas tampa vienu iš medicininio turizmo traukos taškų Lietuvoje vien dėl patogios geografinės padėties – šį miestą galima pasiekti net iš 25 skirtingų šalių tiesioginiais skrydžiais, o Vilnių aplankyti net iš 40 šalių (Kaunastic, Kauno medicinos sektoriaus pristatymas, 2020). Klaipėdoje yra jūrų uostas, Lietuvą galima pasiekti patogiais tarptautiniais autobusų maršrutais bei geležinkeliu. Šie susisiekimo būdai skatina rinktis čia esančias medicinos paslaugas. Lietuvoje medicinos paslaugas teikia valstybinės įstaigos bei privatus sektorius. Šie abu sektoriai medicinos turistams teikia įvairių sričių paslaugas – nuo pirminės sveikatos patikros iki įvairių sudėtingų operacijų, transplantologijos, onkologijos ir įvairių kitokių sveikatos priežiūros paslaugų. Nors medicininis turizmas vis labiau auga, Lietuvoje daugėja šios srities turistų, tačiau Lietuvoje iki šiol nėra tikslios oficialios statistikos, kurioje būtų matyti, kiek Lietuvoje sulaukiama medicinos turistų. Taip pat Lietuvoje nėra teisės aktuose apibrėžtos medicininio turizmo sąvokos. Lietuvoje medicininiam turizmui padeda plėstis įkurtas Lietuvos medicinos turizmo klasteris „Litcare“, kurį sudarančias įmones sieja vienas bendras tikslas – kurti pridėtinę vertę medicinos turistui, siekiama pritraukti medicininio turizmo turistus – pacientus ir suteikti jiems reikalingas paslaugas. „Daugelyje šalių klasteriai skatina ekonomikos augimą ir užimtumą. Klasteriai pritraukia naujas technologijas, kvalifikuotus darbuotojus ir investicijas į mokslinius tyrimus“ (KlasterLT, Apžvalga). Turizmo klasterį sudarančias įmones sieja vienas bendras tikslas – kurti pridėtinę vertę medicinos turistui, siekiama pritraukti medicininio turizmo turistus – pacientus ir suteikti jiems reikalingas paslaugas. Klasterio dalyviai turi tam tikras galimybes stiprinti konkurencingumą Lietuvoje ir už jos ribų. Autorė Ligeikienė (2015) sako, kad „klasteriai bendrąja prasme suvokiami kaip tarp organizaciniai junginiai arba įmonių, mokslo ir valstybės institucijų sanaujos apibrėžtoje geografinėje teritorijoje“. Klasterio dalyviai turi tam tikras galimybes stiprinti konkurencingumą Lietuvoje ir už jos ribų. Lietuvos medicinos klasteris turistams – pacientams teikia įvairias paslaugas – nuotolines gydytojų konsultacijas, kelionių ir gydymo planavimą, apgyvendinimo paslaugas, ir visas kitas reikalingas paslaugas šiai sričiai.

Apibendrinant medicininį turizmą matoma, tai perspektyvi sritis ir Lietuvoje, nes čia itin aukšta sveikatos priežiūros paslaugų kokybė ir lyginant kainas su kitomis šalimis, Lietuvoje medicinos paslaugų kainos yra mažesnės nei kitų šalių, tačiau medicininis turizmas Lietuvoje nėra itin populiarus, Lietuva pasaulyje nėra gerai žinoma kaip medicininio turizmo valstybė. Medicininis turizmas laikomas vienu greičiausiai besivystančių turizmo tipų ir kai kurių pasaulio šalių yra pripažintas kaip prioritetinė verslo sritis, kuri turi didelę įtaką visos šalies ekonomikai, nes tai yra naudinga veikla sveikatos priežiūros paslaugų teikėjams bei vietos ekonomikai ir turizmo pramonei.

IŠVADOS

1. Medicininis turizmas – nišinio turizmo sritis, kuri visame pasaulyje sparčiai populiarėja, auga, todėl laikomas viena greičiausiai besivystančių turizmo rūšių. Medicininis turizmas pacientams – turistams suteikia galimybę sveikatos priežiūros paslaugas derinti kartu su turistine veikla.

2. Lietuva yra tinkama vieta medicininiam turizmui dėl aukštos kokybės paslaugų, kurios yra labiau prieinamos kitų šalių gyventojams negu jų gyvenamojoje šalyje, taip pat geografinė padėtis, susisiekimas su Lietuva, Lietuvoje vis labiau auga medicininis turizmas, tačiau trūksta tam tikrų priemonių, kurios pagelbėtų vystant medicininį turizmą, nes tokių priemonių nėra daug. Medicininis turizmas yra populiarus daugelyje pasaulio šalių. Kai kuriose pasaulio šalyse medicininis turizmas šiuo metu laikomas prioritetine sritimi, nes jis pritraukia nemenkas pajamas, taip pat medicininis turizmas pripažintas potencialiu ekonomikos įvairinimo sektoriumi. Vakarų Europoje pirmauja Vokietija, Prancūzija, Austrija, Ispanija, Šveicarija, Belgija, Italija Graikija, nes siūlo aukštos kokybės paslaugas už prieinamą kainą. Tailande ir Malaizijoje medicininis turizmą aktyviai remia bei skatina šalių vyriausybės, nes taip joms labai naudinga ir skatintina sritis.

3. Lietuva turi tinkamas sąlygas plėtoti medicininį turizmą, įkurtas medicininio turizmo klasteris padeda turistams – pacientams greičiau ir patogiau gauti jiems reikiamas paslaugas.

LITERATŪRA

1. Banevičius, Š. (2016). Inovacinių medicinos turizmo pokyčių alternatyvų atranka. *Regional Formation and Development Studies*. DOI: 10.15181/rfds.v20i3.1341

2. Bučinskaitė, L., Navickienė, R., (2013). Medicinos turizmo situacijos analizė pasaulyje ir Lietuvoje. *Mokslas Ir Praktika: Aktualijos Ir Perspektyvos*. Prieiga per internetą: https://www.lsu.lt/sites/default/files/dokumentai/mokslas/doktorantura/2013/straipsniu_rinkiny_1.pdf [Žiūrėta: 2020 – 10 – 20]

3. Citvarienė, K. (2013). Medicininis turizmas ir jo vystymo prielaidos Lietuvoje. *Tiltas į Ateitį = The Bridge to the Future*.

4. Cohen., E. (2014). Medical Tourism in Thailand. *Assumption Journals*. Prieiga per internetą: <https://core.ac.uk/reader/233620503>. [Žiūrėta: 2020 – 10 – 21]

5. Gosh, T., Mandal, S. (2018). Medical tourism experience: conceptualization, scale development, and validation. *Journal of Travel Researc*. DOI: 10.1177/0047287518813469

6. Johnston, R., Adams, K., Bishop, L., Crooks, V., & Snyder, J. (2015). "Best care on home ground" versus "elitist healthcare": Concerns and competing expectations for medical tourism development in Barbados. *International Journal for Equity in Health*. DOI: 10.1186/s12939-015-0147-1

7. „Kaunastic” oficiali svetainė. Medicinos sektorius. Prieiga per internetą: <http://kaunasin.lt/key-sectors/developing-sectors/medical-tourism/?lang=lt> [žiūrėta: 2020 – 10- 21]

8. „KlasterLT“ svetainė. Prieiga per internetą: <http://klaster.lt/klateris/lietuvos-medicinos-turizmo-klasteris-litcare/>. [Žiūrėta 2020 – 10- 20]

9. Leggat, P. (2015) Medical tourism. *Australian Family Physician*. Prieiga per internetą: <https://core.ac.uk/reader/30672773>. [Žiūrėta: 2020 – 10 – 21]
10. Ligeikienė, R. (2015). Medicinos turizmo klasteris Lietuvoje: Sąlygos ir prielaidos. *Mokslo Taikomieji Tyrimai Lietuvos Kolegijose*. Prieiga per internetą: <https://etalpykla.lituanistikadb.lt/fedora/objects/LT-LDB-0001:J.04~2014~1490203273624/datastreams/DS.002.0.01.ARTIC/content> [Žiūrėta: 2020 – 10- 15]
11. Lubowiecki – Vikuk A., Dryglas D. (2019) Medical tourism services and medical tourism destinations in Central and Eastern Europe - the opinion of Britons and Germans. *Ekonomika Istraživanja*. DOI: 10.1080/1331677X.2019.1627892
12. Naboka, Y. (2018) Potential of Medical Tourism. Prieiga per internetą: https://www.researchgate.net/publication/333380705_Potential_of_Medical_Tourism [Žiūrėta 2020 – 10 – 10]
13. Sandberg, D. (2017) Medical tourism: An emerging global healthcare industry. *International Journal of Healthcare Management*. DOI: 10.1080/20479700.2017.1296213
14. Ursache, M. (2015). Niche tourism markets – means of enhancing sustainable economic development in eu's eastern periphery. *CES Working Papers*. [žiūrėta 2020 – 10 – 10]. Prieiga per internetą: http://ceswp.uaic.ro/articles/CESWP2015_VII2A_URS.pdf
15. Vaitekūnas, S., Povilanskas, R. (2011). *Turizmo ir kelionių geografiija*. Vilnius: MELC.

MEDICAL TOURISM DEVELOPMENT

VAIVA VYŠNIAUSKAITĖ

Vytautas Magnus University
Tutor dr. Regina Navickienė

ANNOTATION

This article analyzes medical tourism, its review in Lithuania and in the world based on different Lithuanian and foreign scientific literature. Health is probably the most important element of human life, and maintaining it requires proper health care, so medical tourism offers great opportunities to take care of one's health. Medical tourism is a relatively new field of tourism, which gives the tourist patient the opportunity to combine targeted health care with tourist activities. Medical tourism in Lithuania and around the world is growing very rapidly, in some countries it is becoming a priority area. In some parts of the world, medical tourism is currently considered a priority area as it attracts substantial income, and medical tourism has been recognized as a potential sector for economic diversification.

Key words: tourism, medical tourism, niche tourism.

STUDENTS' EXPERIENCES IN THE INTERCULTURAL CONTEXT (STUDENTŲ PATIRTYS TARPKULTŪRINIAME KONTEKSTE)

A DYSFUNCTIONAL FAMILY AS A SOCIAL WORK OBJECT

BOVYKINA D. A.

Russian State Social University, Moscow, Russia

ANNOTATION

The article reviews the main areas of work with dysfunctional families and factors that have a negative impact on the personal development of children. Author gives a conclusion about the main role of a social work.

Keywords: family, dysfunction, social worker, interaction.

The family is the main institution of education where basic moral principles and personal qualities are formed. It provides primary socialisation and promotes human activity in society. The main functions of the family are: reproductive, economic and domestic, educational, recreational and psychotherapeutic. These functions also determine its social status and therefore the violation of one of its goals leads to the disadvantage of this social institution.

There are over 40 million families in modern Russia, of which, according to researcher Volkova O., over 6 million are dysfunctional. [2]. The set of advantages of family upbringing forms the personality, so in dysfunctional circumstances the development of a child can be distorted.

In most cases, a crisis situation within a family arises because of a conflict of interests and needs between spouses and affects other important areas of the family's life. Such a situation usually leads to an increase in the number of children whose parents are deprived of or have limited rights. According to the Federal State Statistics Service, the number of children whose parents have been deprived of parental rights is about 40,000 annually. Low material levels, deteriorating living conditions, structural changes in the family, conflicts and falling moral foundations, as well as various parental dependencies are factors that make life difficult for a child, and in the presence of which we are entitled to call a family "disadvantaged" [1]. The degree and type of support for such a family is determined by social work specialists based on the type of dysfunctional factors and after social and pedagogical analysis [4].

The main recipients of social services in crisis families will be children, as they are not always able to successfully overcome stressful situations. For example, according to the Federal State Statistics Service and the Ministry of Internal Affairs, in 2019, 3,418 children became victims of crimes within families. The main role in their social support is played by social work specialists. Because of their age characteristics, children are particularly susceptible to negative social impacts, so it is important to make good use of social and pedagogical technologies and to include psychologists, class leaders and educators in their work.

The assistance of specialists to the family should be comprehensive in order to make the work process more productive and have a positive result. In other words, medical assistance to a minor who has been subjected to domestic violence will not be effective without working with a psychologist. However, it is the social worker who will have to identify the necessary vector for the work of his or her colleagues, draw up an action plan for social support and assess all factors affecting the development of the child. Therefore, competence in all areas of people's lives is at the heart of the social worker's work.

The content of social work with dysfunctional families is to facilitate, assist and support the functioning of the family. By bringing together the work of specialists from different fields and areas, its multifunctionality is expressed. At present, the following types of assistance for dysfunctional families can be distinguished: day care and crisis placement for a period of time (up to 3 months) in special institutions, direct inclusion of a specialist and assistance in the immediate surroundings.

The most difficult issue in working with dysfunctional families is the involvement of parents who are indifferent to children's problems or who simply do not see any problem in their relationship with children. An important mission of a social worker when interacting with a parent is to help the parent to self-reflect, to strengthen their self-confidence, to help them solve their problems on their own.

Families whose problems are connected with parental addiction are helped by the team of social work specialists. Each member of the team is given a special role and advice on the progress of their work, and the overall goal is not only to solve the family's problems, but also to do everything possible to exclude a child from the family.

The key methods of working with crisis families are also key:

1. Psycho-social diagnosis of children;
2. Assistance in settling family conflicts;
3. Psychological and pedagogical counselling for parents;
4. individual and group correction of intra-personal and behavioural disorders;
5. Training in the skills of competent communication;
6. Correction of school pedagogical influences;
7. Organize conditions for full education [3].

In addition to the above methods of social assistance to families, non-governmental forms of support from charity centres, churches and cultural and leisure centres can be provided.

Responsibility for dysfunctional families as an object of social work lies both with the state, social institutions and society as a whole. It is therefore important not only to provide timely assistance and support, but also to try to see the preconditions for a family crisis and to address them in time. Social workers are not only a part of the social work force, but also a part of the society as a whole.

BIBLIOGRAPHY

1. Bolotina, T., V. (2016). Convention on the Rights of the Child and Russian legislation in questions, answers and comments / T.V. Bolotina. - Moscow: World, 737 c.
2. Volkova, O. (2018). Social work. Moscow: LAP Lambert Academic Publishing, 300 c.
3. Guslova, M., N. (2019). Organization and content of social work with population (in Russian) / M.N. Guslova. - Moscow: Academia, 256 c.
4. Nikitin, V., A. (2018). Social work. Problems of theory and preparation of specialists (in Russian) / V.A. Nikitin. - MOSCOW: MPSI, 236 c.

CENTRAL BANK INTERVENTION CONCERNING FINANCIAL STABILITY IN THE ERA OF CORONAVIRUS ON THE EXAMPLE OF THE FEDERAL RESERVE IN THE US

KATARZYNA DANILUK

Pope John Paul II State School of Higher Education in Biała Podlaska, Poland

ANNOTATION

The work undertakes the problem of Central Banks interventions in response to the recession caused by the coronavirus pandemic. The main aim of the work was to analyse the Central Bank importance and role in today's world, its tools and particular activities concerning financial stability in the era of coronavirus. On the basis of the example of the Federal Reserve System in the US different kinds of mechanisms were analysed, as well as the potential threats of Central Banks obsessive engagement in the global economies.

Keywords: coronavirus, financial stability, Central Bank, FED

INTRODUCTION

The impact of the coronavirus pandemic on lives and livelihoods is absolutely beyond anything we have experienced in our lifetimes. It affects negatively almost every area of our life what makes the issue the most challenging problem of today's world. It is said that the coronavirus crisis caused by the pandemic and lockdown is even worse than the Great Depression in 1930¹³.

The outbreak of COVID-19 epidemic was in Wuhan city in China in December 2019. Despite numerous governments actions which aimed to stop the virus, it is still spreading around the world. It was inevitable that the coronavirus pandemic would also affect national economies¹⁴.

The coronavirus epidemic induced market instability and lockdown. The first economic symptoms naturally were visible on the stock markets but mass quarantines and stay-at-home orders resulted in severe outcomes for all the global economy. Customer activity has shrunk considerably since more than a third of the world's population was made to stay at homes. To a greater or lesser extent every industry suffers from the coronavirus epidemic. Companies whose activity is based on personal interactions have been hit most notably. This includes especially accommodation and food services, air travel and recreational service. In addition, fossil fuels production and distribution industries have been affected severely. As a result of the customer activity downturn there was a sharp rise in unemployment all around the world and bankruptcies in different sectors¹⁵.

When the situation all around the world is so serious and dangerous it seems to be obvious both for the national and international institutions to react somehow. Not only healthcare systems have been supported but also many other areas of everyday life. One of the crucial problems which concerns every citizen is financial system stability.

A financial system constitutes a set of institutions and practices which enable the sound exchange of funds. It consists of all the institutions and rules concerning finances, from banks to stock exchanges and government treasuries. Stable financial system guarantees providing the

¹³ *The Great Recession Was Bad. The 'Great Lockdown' Is Worse*, BloombergQuint, retrieved 05.10 2020.

¹⁴ *Here Comes the Coronavirus Pandemic: Now, after many fire drills, the world may be facing a real fire*, Editorial. The New York Times. 29 February 2020. retrieved 02.10.2020.

¹⁵ <https://www.coronavirusandtheeconomy.com/question/which-firms-and-industries-have-been-most-affected-covid-19>, retrieved 05.10 2020.

society and all the economy with services such as payments, buying and selling products, managing savings, borrowing money, investing and many others¹⁶.

Financial stability ought to be understood as its ability to facilitate economic processes, manage risk and absorb shocks. It is especially important due to the fact that it reinforces trust in the system and prevents dangerous situations such as a run on banks, which can destabilize an economy. Nowadays it would not be possible to function without stable financial system¹⁷.

During the last 40 years financial systems all around the world have changed significantly. Globalization, liberalization of capital flows and growth in the importance of market instruments transferring funds and risk have made financial systems much more prone to disturbances. This is the reason why central banks have started to involve in maintaining financial stability. In response to the coronavirus pandemic they are active as well.

The role of a Central Bank

There is no doubt that nowadays central banks constitute a really important element of the global financial system. Its importance is especially visible during the crises and different kinds of economic disturbances. Central banks' role in the economy has been changing over the last century. Between 1870 and 1914, when world currencies were linked to gold, central banks' responsibilities were focused on maintaining the convertibility of gold into currency. In those times it was not really difficult to control inflation since the amount of gold available was limited and it was not possible to print more money without having more gold. The situation changed with the outbreak of World War I. As the governments needed funds to wage the war they just made their national central banks to print more money. The consequences combined with high inflation were really painful for the economies. Another example of government interference into central banks decisions was during the Great Depression. Today in most cases central banks work independently what is thought to be the most effective way to maintain a stable economy¹⁸.

In today's world the principal goal of the central bank is to provide the price stability for the national economy by controlling inflation. Central bank is responsible for implementing the monetary policy of the country or the group of countries and is the sole provider and printer of notes and coins in circulation. In that way the institution controls the money supply of the state and makes sure that the currency is strong and stable. Central bank settles an official interest rate which constitutes the basic price of money in the national economy. That mechanism enables on managing both the inflation and exchange rate of the state¹⁹.

Another essential function of the central bank is guaranteeing stable GDP growth. The monetary policy enables on encouraging the companies to take loans when the interest rates are low so that they can invest easier and the economy might develop faster. In contrast, when the national economy develops too fast, central bank can raise the interest rates to make the credits more expensive and protect the economy from overheating and speculative bubbles²⁰.

The central bank is also known as a lender of last resort. The particular role is connected with providing its nation's economy with funds when commercial banks cannot cover a supply shortage. The role might be understood as preventing the banking system from failing and huge bankruptcies. Central bank regulates and supervises the banking industry so that the citizens' savings and funds might be safe. Last but not least central bank's function is combined with serving as the

¹⁶ Gurusamy, *Financial Services and Systems 2nd edition*, Tata McGraw-Hill Education, 2008 p. 3.

¹⁷ <https://www.investopedia.com/terms/f/financial-system.asp>, retrieved 05.10 2020.

¹⁸ Fielding D., *"Fiscal and Monetary Policies in Developing Countries"* in *The New Palgrave Dictionary of Economics*, Springer, 2016, p. 404-407.

¹⁹ Gomez C., *Banking and Finance: Theory, Law and Practice*. PHI., 2011, p. 98-101.

²⁰ Jahan S., *Inflation Targeting: Holding the Line*. International Monetary Funds, Finance & Development, retrieved 06.10.2020.

government's banker. It means that the institution is responsible for managing the public debt and funds both inside and outside the country.

Analysis of the FED interventions in response to COVID-19 recession

The Federal Reserve System which is the US central bank has taken a wide range of different actions to relieve the economic outcomes of the coronavirus epidemic. Its activities are mainly combined with cutting interest rates, purchasing loans and assets and making some changes in the regulations.

The most basic central bank tool which aims to enhance economic activity is quantitative easing. It constitutes a monetary policy which is based on a central bank buying government bonds or other financial assets in order to inject money into the economy to expand economic activity.

As a consequence of the pandemic there is also an impressive amount of FED interventions connected with loans and asset purchase. The principal role of these actions is to make sure that the national markets have an appropriate liquidity. The quantitative easing program is based on buying by the FED different kinds of assets like for instance U.S. Treasuries and mortgage-backed securities²¹. It is inseparably associated with printing more money by the FED. Another way to enhance the US banking sector liquidity is increasing the amount of repo operations. The interventions are based on purchasing treasuries from banks by the FED so that the banks get more money and selling them back to the banks later²².

The next one central bank's intervention is associated with interest rates. The fed funds rate which is not a single number but a range has been lowered from 1.50 per cent - 1.75 per cent to 0.00 per cent - 0.25 per cent²³. It is worthy to emphasise that this is a really huge difference. Usually the Federal Reserve changes its interest rates by no more than 0,25 per cent. Before the COVID-19 pandemic, the interest rates were lowered by more than 0,25 per cent by FED just only during the Great Depression. Additionally, the discount rate has been lowered from 1,75 per cent to 0,25 per cent²⁴.

The most important reason for lowering the interest rates is to encourage the companies, entrepreneurs and all the society to take actions concerning investments. Lower interest rates resulting in cheaper loans make it a lot easier to possess funds for new investments so that the economy might develop faster. The danger associated with extremely low interest rates is that a lot of ineffective investment undertakings might occur. When it is really easy to take a loan for everyone a lot of misguided investments arise which bankrupt in most cases. Then, when it comes to low discount rate, it is the easiest way to discourage the society from saving.

There is also quite a lot additional non-standard activities of the US central bank which has been taken to provide liquidity for the US economy. The best beneficent of the FED's protection is financial institutions like banks or market dealers, small businesses and other companies. The Primary Dealer Credit Facility program gives loans to primary dealers which are backed by a wide variety of securities as collateral²⁵. Another program which is directed to financial institutions is the Money Market Mutual Fund Liquidity Facility. The principal role of the program is lending money to financial institutions by the FED what enables them on buying money market mutual funds. Another help for the economy from the US Central Bank is the Paycheck Protection Program

²¹ Board of Governors of the Federal Reserve System, *Federal Reserve issues FOMC statement*, retrieved 08.10.2020.

²² Federal Reserve Bank of New York, *Statement Regarding Repurchase Operations*, retrieved 06.11.2020.

²³ Federal Reserve, *Federal Reserve issues FOMC statement*, retrieved 09.10.2020.

²⁴ Federal Reserve, *Federal Reserve Actions to Support the Flow of Credit to Households and Businesses*, retrieved 10.10.2020.

²⁵ Federal Reserve, *Federal Reserve Board announces establishment of a Primary Dealer Credit Facility (PDCF) to support the credit needs of households and businesses*, retrieved 11.10.2020.

Lending Facility which lends money to banks so that they can, in turn, lend money to small businesses through the Paycheck Protection Program²⁶.

The main fear combined with quantitative easing and other central bank's activities which are based on printing more money and injecting it into the economy is a hyperinflation. It is that kind of an economic situation when prices rise really quickly. But what we should realize is that adding currency to the national economy does not necessarily cause inflation. The problem occurs only when the Central Bank overdoes it in unfavourable conditions. Central banks have to add currency to an economy on an ongoing basis when there is economic growth what enables the money supply on matching the total value of available goods and services. When the economy is not so prosperous, the central bank might also implement more money to the economy just to ensure its liquidity. The thing is just to do the operation when interest rates are low or even when the economy is in danger of deflation²⁷.

CONCLUSIONS

When there is a recession in the national economy, people naturally are not so keen on taking loans and investing but they would rather save some money. That kind of behaviour is not positive when it comes to economic development because the amount of investments is not enough. The principal aim of the Central Bank is to ensure financial stability by relieving the outcomes of the economic cycle and other unpredictable events such as the coronavirus pandemic. The actions of the institution are taken to make the business and financial environment safer and more predictable.

To discourage people from saving and encourage them to take loans and invest into new businesses, the Central Bank lowers the interest rates. It makes the credits cheaper and simultaneously makes saving absolutely unprofitable. Without increasing the supply of money when interest rates are lowered, there would be a deflation in the economy what is a really dangerous situation. This is why the central bank not only lowers the interest rates but also injects more money to the economy.

Generally, according to the basic economic laws, when the supply of money in the economy increases, the price of money rises what results in inflation. But when the price of money - interest rate is artificially lowered by the central bank who is responsible for managing it, the increase of money supply does not cause a significant rise of price.

The problem is that it is not a natural situation for the economy. In the free market the price of money ought to be determined by supply and demand powers. The amount of money in the economy should reflect the quantity of goods and services. Nowadays the interest rates are not free but established artificially by central banks. The amount of money does not rise in response to the development of the economy but as a consequence of the independent Central Bank operations which aim to stimulate the economy. We are not sure about the future consequences of that situation for the global markets. In a short-term period, Central banks' activities relieve the outcomes of the recession. Anyway, in a long-term period the economic consequences of not allowing the free market to act might be really painful and cause a crisis that we have never experienced.

The monetary policy of the Central Bank is a really complex and difficult problem. Every solution has its pros and cons. Leaving the market absolutely free and not engaging into its functioning at all would not be beneficial for an average citizen for sure. The free market is ruthless and the man in the street could not feel secure then. On the other hand, stimulating the economy at

²⁶ Federal Reserve, *Federal Reserve takes additional actions to provide up to \$2.3 trillion in loans to support the economy*, retrieved 11.10.2020.

²⁷<https://www.investopedia.com/articles/investing/022615/why-didnt-quantitative-easing-lead-hyperinflation>, retrieved 10.10.2020.

every possible opportunity and not allowing the free market powers to act seems to be dangerous too. History teaches us that too much intervention in the economy might lead to deepening the crisis.

BIBLIOGRAPHY

1. Federal Reserve Bank of New York, *Statement Regarding Repurchase Operations*, retrieved 06.11.2020.
2. Federal Reserve, *Federal Reserve Board announces establishment of a Primary Dealer Credit Facility (PDCF) to support the credit needs of households and businesses*, retrieved 11.10.2020.
3. Federal Reserve, *Federal Reserve issues FOMC statement*, retrieved 09.10.2020.
4. Federal Reserve, *Federal Reserve takes additional actions to provide up to \$2.3 trillion in loans to support the economy*, retrieved 11.10.2020.
5. Fielding D. (2016). *Fiscal and Monetary Policies in Developing Countries* in *The New Palgrave Dictionary of Economics*, p. 404-407.
6. Gomez, C. *Banking and Finance: Theory, Law and Practice*. PHI. p. 98-101.
7. Gurusamy, S. (2008). *Financial Services and Systems* 2nd edition, Tata McGraw-Hill Education, p. 3.
8. <https://www.investopedia.com/terms/f/financial-system.asp>, retrieved 05.10 2020.
9. *Here Comes the Coronavirus Pandemic: Now, after many fire drills, the world may be facing a real fire*, Editorial The New York Times, 29 February 2020, retrieved 02.10.2020.
10. <https://www.coronavirusandtheeconomy.com/question/which-firms-and-industries-have-been-most-affected-covid-19>, retrieved 05.10 2020.
11. <https://www.investopedia.com/articles/investing/022615/why-didnt-quantitative-easing-lead-hyperinflation>, retrieved 10.10.2020.
12. Jahan S., "Inflation Targeting: Holding the Line". International Monetary Funds, Finance & Development, retrieved 06.10.2020.
13. *The Great Recession Was Bad. The 'Great Lockdown' Is Worse*. BloombergQuint, retrieved 05.10 2020.

YOUNG MIGRANTS AS AN OBJECT OF SOCIAL WORK

FEDOROVA V. A.

Russian State Social University, Moscow, Russia

ANNOTATION

The article discusses the reasons for the emergence of difficult life situations in young migrants, and ways of solving with the help of social work technologies.

Key words: migrants, object, social work.

Migration is a process that is studied not in the context of whether it exists in a particular country, but in the context of the number of people migrating to the country annually. Any state needs migrants, because it is thanks to them that the country's economic situation improves, and population growth increases.

The number of migrants in the world is very large. Each person interacts with migrants on a daily basis: on the way home, at work or at school. They are representatives of other nations, not only visitors from other countries, i.e. people who are outwardly different from the indigenous people, but from other regions are internal migrants, it is the deposit factor that affects the future life of migrants in a new place. Typically, the average age of young migrants ranges from 15 to 24 years old. Migrants over 30 years old who move to other countries at a more conscious age find it much more difficult to adapt to new living conditions, environment, culture, so they often come for a shorter time than young migrants.

According to Rosstat, in 2019 there were more than 1 million external migrants in the Russian Federation. Despite these data, we can safely add to this figure several tens of thousands of people who illegally crossed the border and are in the country illegally. "Illegal migrants are predominantly employed in the shadow economy," "tax evasion," is what Marina Osmonovna states in her article [2], but not all migrants do this of their own free will. There are not many employers in the Russian Federation who are ready to officially arrange migrants from various countries, because most often they do not have official documents. One of the most common problems arises precisely because of registration in the host country, but at the same time, in order to make temporary documents, people have difficulties. This is one of the issues that needs reforming: it is necessary not only so that migrants can legally obtain documents and work, but also the state does not worsen its own economic situation and receives the taxes that must be paid by the entire working population.

The following problems are addressed in the article by Pokid and Zygunovskaya: "the housing problem, the situation on the labor market, the epidemiological and criminogenic situation, increases the load on the social infrastructure, and the socio-psychological atmosphere becomes more complicated" [3]. It is not correct to blame migrants for the aggravation of housing and epidemiological problems, because the problems are the result of stereotypes within the country's indigenous population. For example, many are not ready to rent housing to a newcomer, justifying this in an inappropriate way of life. The result of this situation is the low standard of living of families due to the inaccessibility of other options.

The last, but no less important problem of migrants is considered in the article by Karpov [1]. The scientist is convinced that it is necessary "to set certain requirements to the supplying states of immigrants." In other words: only a part of migrants with low qualifications should come to the state, while the rest should have a secondary specialized or higher education, which should be paid by the migrants themselves. It is worth considering this issue with the help of cause-and-effect relationships, because if a person had the means to get a higher education, it is unlikely that he would go to another country to earn money and provide for his families. That is why such a proposal

needs to be finalized in order to at least find out whether the migrant is able to pay for the education on his own.

Despite all the above-mentioned problems, young migrants more often than migrants over 30 years old face other equally important problems, for example, paperwork for obtaining a residence permit or citizenship, psychological problems, namely, having friends from the country in which they are located.

The specificity of social work with migrants is to help the migrant to adapt, because they are exposed to social and psychological pressure. The new cultural, linguistic and, most often, confessional environment negatively affects the visitor. It is important for a specialist to be competent not only in the field of life, but also in psychology, jurisprudence and, most importantly, skillfully combine these industries. The complexity of the work of a social worker lies in the fact that it is necessary not only to support the client who has applied for help, but also to prove to his environment the importance of mutual assistance when changing his place of residence.

In addition, the specialist must skillfully interact with the rest of the units, whose work is also based on migration issues - with the Federal Security Service, the Federal Migration Service.

A tolerant attitude towards citizens regardless of race, nationality, gender, age and religion is a distinctive feature of social service specialists. When working with migrants, a social worker faces pressure and condemnation from society, and it is especially important in such a situation to professionally defend the interests of his client.

BIBLIOGRAPHY

1. Karpov, S., A. (2013). Migration problems in Russia // Cloud of science. No. 2 URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-migratsii-v-rossii> (date of access 09/10/2020).
2. Mamedbekova, M., O. (2010). Problems of migration of the population of Russia at the present stage // Questions of structuring the economy. No. 4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-migratsii-naseleniya-rossii-na-sovremennom-etape> (date of access 09/10/2020).
3. Pokida, A., N., Zybunovskaya, N., V. (2015). Problems of migration in modern Russia. - Sociological Science and Social Practice. No. 4. P. 62-71.

PEDAGOGY IN THE MOST LIVABLE CITY OF THE WORLD: A STUDY ON PARTICIPATION IN A VIENNESE DAY CARE CENTER

NADINE GRÜNINGER

Catholic University of Eichstätt-Ingolstadt

Dr. phil. Monika Pfaller-Rott

ANNOTATION

In the following article, selected aspects of education, here using the example of Austria, are examined. For this purpose, the historical development as well as the current challenges of pedagogy in Austria are discussed. By working on a study on the topic of “participation” in a day care center in Vienna, the basics of participation and their anchoring in the local legal provisions are examined in more detail. The research process will be presented in detail, from the development of the research question to the planning of the investigation, data collection, data evaluation and the discussion of the results obtained.

INTRODUCTION

The term “pedagogy“ has its origin in the Greek “país” (child) and “ágo” (I lead) (cf. Strangl, 2020, online) and originally stands for the science that deals with the education of children and adolescents (cf. Münster, 2020, online). Over time, the educational perspective has also expanded to include adults as a target group. Pedagogy is characterized by its interdisciplinarity and the associated use of various related sciences (cf. *ibid.*, online). The presented article is located in the original field of Early Childhood Education and Care.

Austria – the so-called country in the heart of Europe – offers a lot: lakes, mountains, extensive landscapes and cities shape the image of the country. The capital Vienna stands out due to its long tradition: music, art and culture, the historical city center, various museums and the wine and coffee house culture make Vienna to an incomparable experience – it is not surprising that the capital of Austria has been named the most livable metropolis in the world several times in a row (cf. BMFAJ/BMI, n.d., online).

But how about the Early Childhood Education and Care in Austria? Is life there also worth living for children in day care centers? This question is discussed in the presented article, based on the history and current challenges of pedagogy in Austria as well as the example of a study on participation in an international, bilingual private kindergarten in Vienna during the COVID-19 pandemic.

HISTORICAL ASPECTS OF EARLY CHILDHOOD EDUCATION AND CARE IN AUSTRIA

The history of Early Childhood Education and Care in Austria begins in the early 19th century: in 1811 the association “Society of noble women for the promotion of the good and useful” tried to found so-called “infant care institutions”. The Hungarian Countess Theresia Brunsvik von Korompa and Josef Wertheimer had another major influence on this development (cf. Berger, 2005, online). On their initiative the first infant care institution of Austria-Hungary opened on June 1, 1828. The purpose of these institutions was the pure care of children – that educational work wasn’t expected in these institutions was shown, among other things, by the employment of untrained women (cf. *ibid.*, online; cf. Sting, 2014, p. 34).

The ideas of Friedrich Fröbel and Maria Montessori were formative for the further development of Early Childhood Education and Care in Austria. Their influence led to the increasing number of institutions, that, in addition to the pure care of children, also focused on preschool education. However, along with the National Socialist dictatorship, these principles were rejected again. The focus of the work with children now shifted to the National Socialist educational ideas and the primary goal of showing solidarity with Adolf Hitler and stabilization of his system.

By the end of the National Socialist regime, efforts were made to restructure the Austrian educational system, but pedagogy shifted back into the old patterns of the infant care institutions. Nevertheless, Mater Margarete Schörl did not follow this example; she placed the child's needs at the center of her work and thus tied back to the ideas of Fröbel and Montessori (cf. Berger, 2005, online).

To promote the child's complete personality, the Austrian "education and development programme" was published in 1975. Over time, due to changing living conditions, this plan met no longer the demands of Early Childhood Education and Care and new conceptual approaches were developed – the situational approach prevailed in most institutions (cf. *ibid.*, online).

CURRENT CHALLENGES OF EARLY CHILDHOOD EDUCATION AND CARE IN AUSTRIA

The Austrian Early Childhood Education and Care is currently confronted with four main challenges (cf. Smidt, 2018, p. 625):

Academization of pedagogical training: In terms of pedagogical training, Austria tends to have a low qualification level compared to international standards. In addition, the educational training there is juxtaposed with various points of criticism. Nevertheless, in Austria, there is currently a tendency not to academicize pedagogical training in comparison to European standards. This is reinforced by the fact that a university degree, due to the law, would not enable to work as a leading pedagogue (cf. *ibid.*, pp. 625f.).

Improvement of the quality of interaction in elementary educational institutions: In Austria, there are generally only a few studies on the quality of interaction in preschool institutions. An important step in terms of improving the quality of interaction was the introduction of the "education and development programme" in Austria. However, so far, hardly any research has been carried out into how this plan actually affects the quality of interaction in preschool institutions (cf. *ibid.*, pp. 626f.).

Improvement of the cooperation between day care centers and schools: The different political responsibilities in Austria represent a fundamental difficulty with regard to the cooperation between preschool institutions and schools. Various projects have shown that all parties are in principle in favor of a cooperation. The latest development is that parents have to test their child's level of development at the time of enrollment in a primary school – the cooperation between preschool facilities and schools should thereby become more coordinated (cf. *ibid.*, pp. 627f.).

Establishment of a research landscape in Early Childhood Education and Care: The main points of criticism of the Austrian research landscape are currently the lack of research-oriented university professorships, research centers, research networks and basic scientific research relating to Early Childhood Education and Care, as well as the lack of international visibility in relation to publications (cf. *ibid.*, pp. 628f.).

Smidt (2018, p. 629) summarizes these four main challenges that Early Childhood Education and Care in Austria is currently confronted with: "At this point in time, the overall conclusion which can be drawn is that there seems to be more shadow than light."

KINDERGARTEN „SCHMETTERLING“, VIENNA, AUSTRIA

The study presented below was carried out in the international private kindergarten "Schmetterling", which was founded in Vienna in 2002. The institution is organized as a non-profit association as the sponsor of the entrepreneurial activities and is a member of the Vindobini sponsoring association (cf. Kindergarten Schmetterling, 2018, p. 3). The kindergarten "Schmetterling" comprises a total of four locations: Am Heumarkt (3rd district), Dornbach (17th district), Heiligenstadt (19th district) and Neustift (19th district). In toddler groups (0-3 years), family groups (2;6-6 years) and kindergarten groups (3-6 years), children from over 50 nations are cared for and educated bilingually. In addition to the group-leading pedagogues, the kindergarten employs German- and English-speaking assistants.

The kindergarten works according to its specially developed “Schmetterling-pedagogy”, which, based on the Vienna Education Plan and the ideas of Maria Montessori, combines elements of sensory integration, psychomotor, music, art, media and social pedagogy as well as linguistics. An appreciative attitude towards the child, the encounter at eye level and learning at own pace is central of the educational work. Cultural as well as social, gender and individual differences are present in the institution and the promotion of the child’s complete personality is sought (cf. *ibid.*, p. 10). The main goals of the educational work in kindergarten “Schmetterling” are the teaching of values, the education for independence and the promotion of social, cognitive, emotional, linguistic, creative and motor skills (cf. *ibid.*, pp. 24f.).

Methodically and didactically, the goals of the kindergarten are implemented on the basis of a situation- and process-oriented, child-centered analysis of everyday educational life. Based on the situation analysis and monthly reflections, the respective pedagogical focal points are developed, considering the Vienna Education Plan. The educational partnerships between institution, child and parents as well as the cooperation with secondary schools are central elements in the kindergarten’s work. In addition, there is a further training obligation for the employees, so that their work is ensured on the basis of the latest scientific findings (cf. *ibid.*, pp. 19-23).

THEORETICAL BASICS OF PARTICIPATION

The study carried out is located in the field of “participation”, which is discussed in more detail in the following. The term “participation” comes from Latin “pars, partis” (part) and “capere” (catch/take) (cf. Macha, 2013, p. 46). However, depending on the special field, “participation” has different meanings (cf. Mieth et al., 2018, p. 21). In Early Childhood Education and Care, the concept of participation is central since the constitution of the UN Convention on the Rights of the Child (cf. Rieker et al., 2016, p. 1; cf. Wesselmann, 2019, p. 94) – Article 12, Paragraph 1 purports:

States Parties shall assure to the child who is capable of forming his or her own views the right to express those views freely in all matters affecting the child, the views of the child being given due weight in accordance with the age and maturity of the child. (Unicef, 1989, online)

According to that, it is not just about pure attendance, but also about involvement, co-creation, co-determination and co-decision of children in all matters affecting them (cf. Macha, 2013, p. 46; cf. Rieker et al., 2016, pp. 3f.; cf. Weber, 2013, p. 9).

However, since interaction in the field of Early Childhood Education and Care is not automatically based on equality (cf. Rieker et al., 2016, p. 5) and requires a transfer of responsibility and power of adults (cf. Mieth et al., 2018, p. 22; cf. Hansen, 2003, online), the participation of children, and the associated obligation of professionals to implement it (cf. Hansen, 2013, p.1), is not guaranteed even several decades after the enactment of the UN Convention on the Rights of the Child (cf. Rieker et al., 2016, p. 2). Nevertheless, participation does not mean irregularity and limitlessness (cf. Grieper, n.d. a, p. 2), but is rather tied to leadership, guidance and structure as well as transparency (cf. Macha, 2013, p. 48; cf. Grieper, n.d. a, p. 2).

Particularly in the field of the under three-year old, the opportunities to participate are less in focus, as inhibitions such as the lack of language skills or the not yet developed social skills of children are primarily perceived. However, the right of children to participate does not start at a certain age but exists from birth and therefore requires a certain sensitivity of adults (cf. Grieper, n.d. a, p. 1; cf. Hansen, 2013, p. 2).

Active participation in day care centers is the best opportunity for children to practice democratic procedures, to perceive in self-determination and to learn to deal with responsibility (cf. Grieper, n.d. b, online). The limits that exist in the mind of adults have to be overcome and require that children are no longer seen as objects of educational work, but as equal people who should be trusted to perceive their own rights (cf. Hansen, 2013, pp. 1-5).

PARTICIPATION IN THE VIENNA CHILD AND YOUTH WELFARE ACT, VIENNA EDUCATION PLAN AND THE CONCEPT OF THE KINDERGARTEN “SCHMETTERLING”

In order to get a closer insight into the presented study, it is important to know about the legal regulations in Vienna and their inclusion of the concept of participation. The Vienna Child and Youth Welfare Act Section 1, Paragraph 1 purports:

Children and adolescents have the right to be supported in their development and to be educated to an independent and social personality. The principles of the Convention on the Rights of the Child, Federal Law Gazette No. 7/1993 (UN Convention on the Rights of the Child) have to be implemented. (RIS, 2013, p. 3, translation by the author)

The Vienna Child and Youth Welfare Act therefore provides the support of children who should take responsibility and can make decisions in accordance with the common good. Nevertheless, the keyword “participation” is not mentioned. With reference to the UN Convention on the Rights of the Child, participation of children is definitely anchored in law here.

The Vienna Education Plan intends as the goal of Early Childhood Education and Care the child who is uniquely supported in its educational biography (cf. Cochlar et al., 2006, p. 17). This should be achieved by the fact that each child determines the seizing of learning opportunities. This should be supported by resource-oriented work based on the child’s voluntariness (cf. *ibid.*, p. 24). The educational work in Vienna encompasses the principles of individualization and differentiation, holism, diversity, educational partnerships and freedom of conception and methods (cf. *ibid.*, pp. 30-33). The Vienna Educational Plan focuses above all the uniqueness of each child. Particularly the principle of educational partnerships intends to ensure the participation of children.

The pedagogical concept of the kindergarten “Schmetterling” stipulates that the needs of the child always have priority in pedagogical work (cf. Kindergarten Schmetterling, 2018, p. 10). The child-centered and process-oriented approach as well as the educational partnerships between institution, child and parents should ensure taking up the children’s ideas (cf. *ibid.*, pp. 12f.). In principle, the children’s self-education- and independence-processes should be stimulated through the possibility of participation. An appreciative dialogue, mindfulness and the encounter at eye level are significant according to the pedagogical concept (cf. *ibid.*, pp. 20-24).

Research process – step 1: development of the research question

The first step of the research process is used to get a rough overview of one’s own research interests and, building on that, to delve deeper into the topic (cf. Aeppli et al., 2016, p. 95). A special personal importance of the topic “participation” during the author’s studies should be deepened. First, a general insight into the topic was gained, in order to then consider the local legal provisions and the basics of the pedagogical concept of the examined institution. The following research question was determined:

Which differences can be seen in children’s possibilities of participation in the daily routine of a day care center between the various group forms “toddler group” (0-3 years), “family group” (2;6-6 years) and “kindergarten group” (3-6 years)?

Obviously, no age-dependent differences are made neither in the theoretical basics of participation nor in the legal provisions of the Vienna Child and Youth Welfare Act nor in the Vienna Education Plan and the pedagogical concept of the kindergarten “Schmetterling”. Therefore, in connection with the own research question, the following thesis was set up:

Regarding the daily routine of a day care center, there are no differences in children’s possibilities of participation between the various group forms.

Research process – step 2: planning of the investigation

In a second step of the research process, the research access is determined. A distinction is made between a deduction-logic research access, in which general theories are checked, and an induction-logic research access, in which general validities arise from individual cases (cf. *ibid.*, pp. 112f.). In the presented study, the created thesis on participation in day care centers was checked by a deduction-logic research access.

When choosing the research design, a distinction is made between qualitative and quantitative settings (cf. *ibid.*, pp. 135f.). In the case of this study, a qualitative, interactive, phenomenological design, based on the reality experienced by the pedagogues, was chosen. Although the study was carried out at the time of COVID-19, the data obtained is based on the experiences of pedagogues before the pandemic.

A sample includes people who correspond in one or more categories (cf. *ibid.*, p. 142). In this study, the sample was limited to a total of ten pedagogues from the kindergarten “Schmetterling”. The common category here initially was their pedagogical training.

In case of this study, oral surveys (more on this: cf. Stadler Elmer, 2016, pp. 178-191) were implemented by carrying out partially structured interviews. For this purpose, an interview guide for pedagogues referring to the research question was constructed in several steps.

Research process – step 3: Data collection

The first step in data collection is the definition of a time- and procedure-schedule (cf. Aeppli et al., 2016, p. 153). The time of May 22nd, 2020 to May 29th, 2020 was set as time frame for the oral surveys. The pedagogues included in the sample were informed about the study and asked about their willingness to take part. The created interview guide, which was piloted before with a neutral person in pedagogical training, was used as the survey instrument. The location of data collection was limited to the rooms of the kindergarten.

By carrying out the data collection, the respondents were thanked in advance for their attendance. The general topic of the survey and the interest in knowledge were explained and specified in the further course of the interview. The respondents were informed about the survey’s duration, the subsequent anonymization of data and the right to interrupt the interview as well as they were asked about their consent to use technical aids (here a recording device) (cf. *ibid.*, p. 157).

Research process – step 4: Data evaluation

When evaluating the qualitative data obtained, the subjective experiences and opinions of the respondents, based on the transcribed interviews, were inductively analyzed by using a content analysis (cf. Huber/Lehmann, 2016, pp. 230-234). In order to be able to keep the data obtained anonymous, identification numbers were assigned to the entire staff of the kindergarten.

In an initial evaluation process, the general categories “training of pedagogues” and “definitions of participation” as well as the group- and daily routine-specific categories “arriving and picking up”, “breakfast and afternoon snack”, “morning circle”, “hygiene”, “pedagogic programme”, “lunch”, “free play”, “garden/terrace”, “sleep/rest hour”, “excursion”, “preschool programme”, “celebration/birthday”, “transitions” and “planning” were defined. In a second evaluation step, the transcribed interviews were analyzed for these categories and the respective paraphrases were recorded in tabular form. The paraphrases obtained were generalized in a further step. In a final evaluation process these generalized statements were summarized in a step of reduction. The key results of the surveys are presented in abbreviated form below:

Arriving and picking up: No differences between the group forms were seen here. The children of all group forms don’t have many opportunities to participate. Their parents decide about the time of arriving and picking up. Greeting and farewell rituals are adapted to the children’s needs.

Breakfast and afternoon snack: A small difference was seen here in the toddler groups compared to the family and kindergarten groups. In former groups neither breakfast nor snack are offered openly. Except for the institutional basic conditions (e.g. what and when to eat), the children have a lot of opportunities to participate in all group forms.

Morning circle: No differences between the group forms were seen here. All children should take part, but they can get involved and help create the morning circle.

Hygiene: In this category, there were no differences in the opportunities of participation between the group forms. All children have the possibility to co-determine and act independently. The only exception is that, due to the children's development, the focus in the toddler groups is more on changing diapers than in family and kindergarten groups.

Pedagogic programme: Here too, no differences were seen between the group forms. In principle, pedagogic programmes are planned, but the way these are received and carried out is up to the children. Furthermore, the children are not obliged to take part in these programmes.

Lunch: Similar to breakfast and afternoon snack, there were small differences carried out in the toddler groups compared to the family and kindergarten groups. The children in latter groups have more opportunities to help prepare for lunchtime. During meal, however, the children of all group forms have the same possibilities to participate.

Free play: In this category no differences were recognizable between the group forms. Children can act independently in toddler, family and kindergarten groups.

Garden/terrace: Here too, no differences were evident. Similar to free play, the children of all group forms can act independently.

Sleep/rest hour: Again, no differences were seen between the group forms. In all group forms, the child's needs have priority.

Excursion: Here too, there were no differences in the possibilities of participation in the various group forms. Basically, excursion destinations are mostly determined, the children don't have many rights of co-determination.

Preschool programme: In this category there were no differences in the implementation by the pedagogues. In all cases, the children have no opportunity to participate, as the pedagogues have to ensure optimal school preparation.

Celebration/birthday: No differences between the group forms were found here. The respective child is free to choose the birthday crown, cake and songs.

Transitions: In this category, differences in the opportunities of participation were seen in the kindergarten groups compared to the toddler and family groups. Since there are obviously a lot of new children entering the kindergarten groups at the beginning of a new kindergarten year, settling in is not as individually possible as in the other group forms.

Planning: There were no differences between the three group forms. In toddler, family and kindergarten groups, the pedagogue's planning is based on the annual cycle. However, the children's needs are picked up spontaneously in everyday life.

Research process – step 5: Discussion of the results obtained

In connection with the research question “Which differences can be seen in children's possibilities of participation in the daily routine of a day care center between the various group forms ‘toddler group’ (0-3 years), ‘family group’ (2;6-6 years) and ‘kindergarten group’ (3-6 years)?” the thesis “Regarding the daily routine of a day care center, there are no differences in children's possibilities of participation between the various group forms.” was elaborated.

When evaluating the data obtained, it is noticeable that, in principle, all three group forms contain participatory elements in their daily routine. With regards to the research question and the examined differences in children's possibilities of participation between the group forms “toddler”, “family” and “kindergarten group”, it is determined that three of the 14 elaborated daily routine-specific categories (“arriving and picking up”, “breakfast and afternoon snack”, “morning cycle”, “hygiene”, “pedagogic programme”, “lunch”, “free play”, “garden/terrace”, “sleep/rest hour”, “excursion”, “preschool programme”, “celebration/birthday”, “transitions”, “planning”) show deviations: Concerning the breakfast and afternoon snack, neither breakfast nor snack are offered openly in the toddler groups compared to the family and kindergarten groups. Regarding lunch time,

similar differences were found. The children in family or kindergarten groups have, compared to the toddler groups, more opportunities to help prepare for lunchtime. Concerning transitions, settling in within the kindergarten groups, due to the increased number of children, is not as individual possible as in the toddler and family groups.

Due to these differences in the categories “breakfast and afternoon snack”, “lunch” and “transitions”, the elaborated thesis, that there are no differences in children’s possibilities of participation between the various group forms, has to be refuted with regards to kindergarten “Schmetterling”.

CONCLUSION

In summary, Austria has a far-reaching historical development in Early Childhood Education and Care, which is currently still confronted with various challenges (academization of training, improvement of the quality of interaction in institutions, improvement of the cooperation between day care centers and schools, establishment of a research landscape). With the presented study, an exemplary approach to practice-oriented research could be described.

Regarding the study presented in this article on the question of the daily routine-specific differences in children’s opportunities of participation between the various group forms (toddler, family and kindergarten group) and the elaborated existing differences in the categories “breakfast and afternoon snack”, “lunch” and “transitions” as well as the urgency of a certain sensitivity of pedagogues with regard to the implementation of participatory elements in everyday pedagogical life, especially in the area of the under three-year old, it should be examined further if the legal provisions on participation in the Vienna Child and Youth Welfare Act and the pedagogical concept of the kindergarten examined could differentiate more between the children’s age groups.

Overall, this article provided a deeper insight into the planning, implementation and evaluation of research. In particular, the participatory basics of the main discipline of Early Childhood Education and Care and its related science law, could be examined more closely.

BIBLIOGRAPHY

1. Aeppli, J. et al. (2016). Empirisches wissenschaftliches Arbeiten. Ein Studienbuch für die Bildungswissenschaften. 4th, reviewed edition. Bad Heilbrunn: Verlag Julius Klinkhardt.
2. Berger, M. (2005). Recherchen zum Kindergarten in Österreich: Gestern – Heute – Morgen. In: Textor, M. R./Bostelmann, A. (Ed.): Das Kita-Handbuch, online: <https://www.kindergartenpaedagogik.de/fachartikel/kinderbetreuung-in-anderen-laendern/1240> [last access: 27.05.2019].
3. Bundesministerium für Arbeit, Familie und Jugend (BMAFJ)/Bundesministerium für Inneres (BMI) (o.J.): Sprachen, Kultur und Religion, online: <https://www.migration.gv.at/de/leben-und-arbeiten-in-oesterreich/oesterreich-stellt-sich-vor/sprachen-kultur-und-religion/> [last access: 02.09.2020].
4. Cochlar, D. et al. (2006). Bildungsplan. Wien: Magistratsabteilung 10, online: https://www.wienerkindergruppen.org/fileadmin/user_upload/Gesetze/Wiener_Bildungsplan.pdf [last access: 19.10.2019].
5. Grieper, E. (o.J. a). Partizipation in der Krippe. Osnabrück: Niedersächsisches Institut für frühkindliche Bildung und Entwicklung [nifbe], online: <https://www.nifbe.de/component/themensammlung?view=item&id=427:partizipation-in-der-krippe&catid=60> [last access: 28.04.2020].
6. Grieper, E. (o.J. b). Partizipation muss gelernt werden. Osnabrück: Niedersächsisches Institut für frühkindliche Bildung und Entwicklung [nifbe], online: <https://www.nifbe.de/index.php/fachbeitraege-von-a-z?view=item&id=131> [last access: 28.04.2020].
7. Hansen, R. (2013). Mitbestimmung der Kleinsten im Kita-Alltag – so klappt’s! Interview mit Rüdiger Hansen. In: KiTa aktuell ND. Ausgabe 03.2013, S. 67-69, online: https://www.partizipation-und-bildung.de/pdf/Hansen_Interview_Partizipation%20U3.pdf [last access: 28.04.2020].

8. Hansen, R. (2003). Die Kinderstube der Demokratie – Partizipation in Kindertagesstätten. In: Textor, M. R./Bostelmann, A. (Ed.): Das Kita-Handbuch, online: <https://kindergartenpaedagogik.de/fachartikel/gruppenleitung-erzieherin-kind-beziehung-partizipation/mitbestimmung-der-kinder-partizipation/1087> [last access: 28.04.2020].
9. Huber, C./Lehmann, L. (2016). Auswertung qualitativer Daten. In: Aeppli, J. et al. (Ed.): Empirisches wissenschaftliches Arbeiten. Ein Studienbuch für die Bildungswissenschaften. 4th, reviewed edition. Bad Heilbrunn: Verlag Julius Klinkhardt, pp. 230-264.
10. Kindergarten Schmetterling (2018). Pädagogisches Konzept Kindergarten Schmetterling. Stand: 18.08.2018.
11. Macha, H. (2013). Organisation und Partizipation aus pädagogischer Sicht – eine Einführung. In: Weber, S. M. et al. (Ed.): Organisation und Partizipation. Beiträge der Kommission Organisationspädagogik. Wiesbaden: Springer Fachmedien, pp. 45-58.
12. Mieth, C. et al. (2018). Organisationsentwicklung in Kitas – Beispiele gelungener Praxis. Hildesheim: Universitätsverlag Hildesheim.
13. Münster, R. (2020). Pädagogik – Definition und wichtige Aspekte. In: Focus online, online: https://praxistipps.focus.de/paedagogik-definition-und-wichtige-aspekte_124832 [last access: 22.10.2020].
14. Rechtsinformationssystem des Bundes (RIS) (2013). Wiener Kinder- und Jugendhilfegesetz 2013 – WKJHG 2013, online verfügbar: <https://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung/LrW/20000259/WKJHG%202013%2c%20Fassung%20vom%2030.03.2020.pdf> [last access: 30.03.2020].
15. Rieker, P. et al. (2016). Partizipation von Kindern und Jugendlichen. Formen, Bedingungen sowie Möglichkeiten der Mitwirkung und Mitbestimmung in der Schweiz. In: Andresen, S. (Ed.): Kinder, Kindheiten und Kindheitsforschung. Volume 15. Wiesbaden: Springer Fachmedien.
16. Smidt, W. (2018). Early childhood education and care in Austria: challenges and education policies. In: Early Childhood Development and Care. Volume 188. Magazine 5, pp. 624-633.
17. Stadler Elmer, S. (2016). Mündliche Befragung. In: Aeppli, J. et al. (Ed.): Empirisches wissenschaftliches Arbeiten. Ein Studienbuch für die Bildungswissenschaften. 4th, reviewed edition. Bad Heilbrunn: Verlag Julius Klinkhardt, pp. 177-191.
18. Sting, S. (2014). Historische und aktuelle Entwicklungen der Sozialpädagogik in Österreich. In: Journal of Contemporary Educational Studies. Magazine 3, pp. 32-42.
19. Strangl, W. (2020). Pädagogik. In: Online Lexikon für Psychologie und Pädagogik, online: <https://lexikon.stangl.eu/1399/paedagogik/> [last access: 22.10.2020].
20. Unicef (1989). Convention on the Rights of the Child, online: <https://www.unicef.org/child-rights-convention/convention-text#> [last access: 27.10.2020].
21. Weber, S. M. (2013). Organisation und Partizipation – interdisziplinäre Verhältnisbestimmungen und organisationspädagogische Perspektiven. In: Weber, S. M. et al. (Ed.): Organisation und Partizipation. Beiträge der Kommission Organisationspädagogik. Wiesbaden: Springer Fachmedien, pp. 9-28.
22. Wesselmann, C. (2019). Teilhabe und/oder Partizipation – eine Auseinandersetzung mit Schlüsselbegriffen einer demokratieorientierten Sozialen Arbeit. In: Köttig, M./Röh, D. (Ed.): Soziale Arbeit in der Demokratie – Demokratieförderung in der Sozialen Arbeit. Theoretische Analysen, gesellschaftliche Herausforderungen und Reflexionen zur Demokratieförderung und Partizipation. Opladen/Berlin/Toronto: Verlag Barbara Budrich, pp. 93-102.

THE IMPACT OF CULTURAL TOURISM ON COMMUNITIES: CASE STUDY - KAUNAS REGION

GABRIELĖ JANUŠKAITĖ

Vytautas Magnus University

Advisor: Regina Navickienė

ANNOTATION

The author is Gabrielė Januškaitė, from Vytautas Magnus university. The title of this article is “The Impact of Cultural Tourism on Communities: Case Study – Kaunas Region”. This article will analyze the definitions of cultural tourism and its importance to the sector of tourism. It will identify different definitions and compare them. This article will analyze the concept of communities and the impact of cultural tourism on such communities. This article will introduce a quantitative research, which analyzes the respondents’ interest with cultural tourism and their understanding of such activities.

Keywords: *tourism, culture, cultural tourism, communities.*

INTRODUCTION

The cultural tourism industry is playing an increasingly important role in the field of tourism. It becomes a great way to regain interest in heritage sites and provide an opportunity to learn about local culture in new ways. The concept of cultural tourism is understood as - traveling for the purpose of cultural development and cultural acknowledgement. Such tourists are able not only to get to know the local culture, but also develop a cultural understanding of the country or city. Modern communities are no longer separated only by a residential area or similar living resources. Communities can exist regardless of these factors. One of the most important connecting factors is the similar interests and feelings of community members towards certain activities. As cultural tourism is one of the most popular branches of tourism, contributing more and more to economic capital every year, it is important to analyze how cultural tourism affects communities and whether it is carried out effectively.

The object of the thesis is cultural tourism and its effects on communities. Since cultural tourism is difficult to define, this article will be looking at different definitions and what cultural tourism is to research subjects. **The aim** is to analyze the impact of cultural tourism on communities. To analyze this, the following **tasks** have been identified: to discuss the definition of cultural tourism, why it is important for the city and society, to examine what is a community, discuss the necessary benefits for positive community growth, analyze the results of the research, determine the benefits of cultural tourism for communities.

DEFINITION OF CULTURAL TOURISM

Although the goal of world tourist travel for more than a decade has been to see the heritage sites of other countries or to get acquainted with the local culture, only recently has cultural tourism acquired a separate definition. In 1980, the World Tourism Organization included the word culture in the description of tourism. In 2001-2003, a document on cultural tourism in the Baltic States prepared by UNESCO states that in 2006, cultural tourism will become a “branch of the national economy” and a “leader of the tourism economy” (Baltic Cultural Tourism Document, 2003). The main goal of cultural tourism in this document was to promote “cultural development”, “increase supply and quality” and “actively increase the resources of cultural tourism” and strengthen communities (Baltic Cultural Tourism Document, 2003). The trend is obvious. With each passing year, cultural tourism occupies an increasing place in the concepts of tourism and organizations understand the benefits and need for such tourism.

After analyzing the document on cultural tourism, it is clear that the UNESCO organization has positively assessed the importance of cultural tourism and presents how this branch of tourism should be planned in each country. The document not only notes the benefits of cultural tourism for communities and the sustainable development of the country, but also indicates the guidelines for the operation of cultural tourism and what strategies and planning aspects the Baltic States must implement. Targeted development of cultural tourism not only helps to form the identity of the city or country to be created or promotes the pride of the country, but also expands the activities of local tourists and their personalities. Currently, the growth and development of cultural tourism is the rapidly growing. Every city that wants to attract a cultural tourist and has the potential of this branch of tourism should make the most of its resources and make cultural heritage sites easily accessible to foreigners. The importance and development of cultural tourism, with the change and development of the tourist, is inevitable in order for the city to attract tourists (Gražulis, 2010). As the words culture and tourism are very broad concepts, it is quite difficult to define and delimit this tourism. In order to analyze the goals of cultural tourism and to analyze the activities in this field, it is important to pay attention to several primary definitions of cultural tourism:

- UNESCO definition - “Cultural tourism is a trip aimed at getting acquainted with the cultural environment, combining knowledge of landscape, fine and performing arts, local lifestyle, values, traditions, participation in events related to creative and intercultural exchange processes” (Baltic States Cultural Tourism Paper, 2003, p.12). As early as 2003, this definition included not only tangible heritage sites, but also intangible tourism as knowledge of local lifestyles and participation in events.

- McKercher and Du Cros (2002) define cultural tourism as “participation in specific activities and experiences, which includes: tourism, cultural resources, consumption of experience products, provision of experience products” (p.4).

- In his research, Richards defines tourism as “visiting cultural sites to gain new knowledge and experience, to meet one’s cultural needs” (Richards, 2006). “Cultural tourism involves visiting heritage sites and getting to know art, fine arts, drama and other cultural phenomena, leaving their usual place of residence” (Richards, 1993, pp. 99-105).

- The definition of scholars Grecevičius and Armaitienė - “Cultural tourism is a journey during which one can observe or directly participate in the “disappearing life” that people remember” (Grecevičius, Armaitienė, et al., 2002, p. 249).

- The definition of the World Tourism Organization - “Realization of cultural needs during a cognitive cultural or pilgrimage, participation in festivals and other cultural events, visiting places of interest, monuments, traveling for the purpose of exploring nature, folklore” (World Tourism Organization, 1985, p. 12).

- The definition from ICOMOS– “Cultural tourism can be defined as that activity which enables people in experience the different ways of life of other people, thereby gaining at first hand an understanding of their customs, traditions, the physical environment, the intellectual ideas and those places of architectural, historic, archaeological or other cultural significance which remain from earlier times” (Charter for Cultural Tourism, Draft, 1997).

Thus, summarizing this different definitions of cultural tourism, it can be concluded that cultural tourism is sensory and experiential tourism, which manifests itself in people traveling and visiting cultural sites.

The impact of cultural tourism on communities

Cultural tourism is particularly important for communities, especially those with deep traditional roots. Proper implementation and development of cultural tourism can not only promote community gatherings and cultural consumption, but also the spiritual growth and sense of pride of the community itself. After analyzing information by the author Jamieson (1991) on the importance of cultural tourism on communities, it is clear that communities must be the center of cultural

tourism. The planning and establishment of such tourism, as well as advertising and marketing, cannot bypass communities. In this case, cooperation will take place and cultural tourism will encourage the community to share culture not only with tourists but also with each other. It is important to involve different communities in cultural tourism activities and to promote them. In any case, cultural tourism, like other business sectors, has an impact on communities and their development.

The UNESCO (2003) Baltic Cultural Tourism Document highlights the main impacts of cultural tourism. They are divided into five trends that analyze the impact on communities.

The economic development of cultural tourism is most obvious. Cultural tourism gives the area new ways to improve the local economy. The economic impact on local communities is undeniable, as such tourism not only provides community members with new ways to earn and develop their activities, but also presents cultural heritage as a commodity. High demand for a commodity can not only change the economic status of the whole country, but also unite different communities for a common goal. Jobs are being created that become important for the development and organization of cultural tourism. As mentioned earlier, the coordination and management of tourism is important. It is the implementation of these goals that will bring economic and social benefits to communities, which will further develop cultural tourism activities. As the world modernizes, cultural and historical heritage is declining. Cultural tourism provides an opportunity to preserve such heritage and to renovate and present it to incoming and local tourists. The development of such tourism restores the interest of communities in local cultural objects, which would risk extinction without cultural tourism. Such tourism not only partially finances the care and preservation of heritage, but also fosters visitors' respect for communities and heritage. Encouraging such activities forces communities to cultivate forgotten traditions and creates demand for the activities they offer. This creates new experts in tradition and heritage that have a positive effect on community trust and unification (UNESCO, 2003). Identity building contributes to the development of non-physical values in the community. The development of such tourism strengthens the identity of the community and allows it to spread in its latest forms. Traditions and heritage are presented in a new and modern way. It is a way to update outdated heritage or tradition methods and provides opportunities to present the product on offer to modern tourists. The community is encouraged to recognize their heritage instead of seeking cultural satisfaction abroad. This allows communities to come together for a common goal - to preserve their cultural heritage.

According to UNESCO (2003), a cultural brand is a very important aspect of cultural tourism. This not only systematizes cultural tourism, but presents it to a certain group of tourists. A positive image of the area builds community confidence in the products on offer and thus forces communities to collaborate with other institutions. As mentioned earlier, cooperation between different sectors is one of the most important aspects of successful cultural tourism. Due to the large supply of cultural tourism, communities are forced to differentiate their products from others. It also has a positive effect on communities, as they must present their cultural tourism products creatively and in a relevant way. The development of cultural tourism facilitates cultural dialogue between communities. Tourism encourages communities to discuss and achieve maximum results and benefits. This encourages communities to look at other cultural objects and participate in other cultural activities. Successful discovery, presentation and coordination of cultural tourism objects will lead to better harmony and understanding in the community. The community will be encouraged to cooperate and understand the importance of cultural sites for the overall cultural tourism of the area.

Doxey (1975) conducted research to determine the attitudes of local communities towards tourists. The author presented the Irritability Index Chart, also known as Irridex, which explained the different changes in communities' feelings about tourists and the current situation over time. The author fundamentally changed the perception of communities as "hosts" and introduced the

importance of intangibles in communities. Its diagram is based on the correlation between time and the number of tourists. It examines how each stage affects the community and how it promotes or destroys cultural tourism communities. This graph is important, because this author was one of the first to conceptualize local communities' attitude in a graph. Even though cultural tourism and its forms have changed, this graph is still useful in identifying the correlation between communities and cultural tourism.

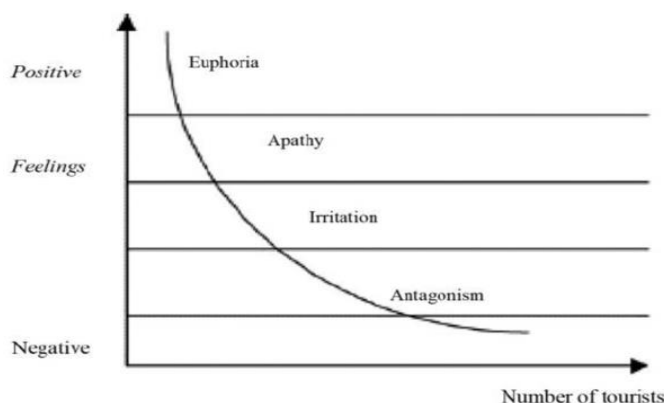


Fig. 1 **Local communities' attitudes Toward Tourists**
(Doxey, 1975)

In summarizing this section, it is important to emphasize the concept of community and to understand how it influences the development of cultural tourism. Modern communities cannot be described as groups of people with similar views and goals sharing the same place. The modern community does not belong to a common place of residence, district, or municipality. As many communities have already begun to develop online, communities are not limited to residential areas. A community is a group of people gathered for common goals. Each member of a community may belong to more than one community, but cooperation between communities only strengthens the identity of communities and the pursuit of common goals.

The impact of culture on communities is extensively analyzed by researchers. Thanks to authors such as G. Doxey and W. Jamieson, cultural tourism is applied for the benefit of communities and seeks to positively influence community activities and overall identity. It has become a major destination for cultural tourism, which is above economic capital. Properly conducted cultural tourism will give communities a sense of trust, protect and enhance cultural heritage sites, resurrect forgotten traditions and give communities a sense of trust to create and nurture their own heritage.

Kaunas 2022 – European capital of culture initiative

To understand the correlation between cultural tourism and communities, it is useful to analyze successful ways of integrating such tourism in other countries. In this context, it is important to analyze the ways in which the European Capital of Culture operates and is planning, as well as successful examples, as this initiative has changed the understanding and form of cultural tourism. Thanks to this initiative, the main goal of cultural tourism is not economic benefits, but the cooperation of local communities and the tourist's sense of experience. As the European Capital of Culture initiative is considered to be only one of the most successful cultural projects in Europe (Richards, 2007), it is important to understand successful ways of organizing and apply them to local cultural tourism sites. Kaunas' preparation for the 2022 European Capital of Culture initiative is exemplary. Kaunas claims the highest level of involvement, as it plans its activities not only for one year of the Capital of Culture, but also discusses the legacy of 2022 and hopes for the continuity of projects in the future. Although the project has not yet taken place, the impact of the initiatives is already evident. Planning activities started in 2017, are systematic and carefully planned. The

Kaunas 2022 project, which involves the city and district communities, Fluxus Labas, creates a space for local people to create and unfold. This is a project created by the European Capital of Culture initiative. This initiative has received a great deal of attention among local communities as the project promotes cultural participation and community collaboration for a common goal. One of the main goals of all planned and ongoing events is to “act and share capable and learning communities whose residents are sensitive to the local heritage, are proud of it and participate in creating the modern face of the city and region” (“Kaunas 2022”). Trainings and seminars for current and future specialists are carried out.

Cultural tourism in Kaunas region

Kaunas ranks second in terms of population in Lithuania. As this city is in the middle of Lithuania, Kaunas County includes as many as 13 cities. According to the latest data, in 2018 317656 guests visited Kaunas accommodation establishments, which means that in 2018 the number of guests increased by 8.2 percent compared to 2017 (Department of Statistics). The average length of stay of guests also increased by 9.8 percent compared to 2017. It is obvious that tourism in Kaunas is a growing industry that attracts more and more local and incoming tourists. Distribution of accommodated guests by countries - Lithuania - 38.81 percent, Germany - 8.76 percent, Russia - 6.97 percent, Poland - 6.74 percent, Latvia - 5.83 percent. These are the 5 countries out of 16 from which most tourists come to stay. Local tourists rank first and overtake Germany as many as 80,465 guests. Kaunas can offer tourists many cultural tourism objects and activities. Visit Kaunas tourism company in 2017 released a map of Kaunas tourism, which presents the most popular tourist places and objects. The list of places and places you need to visit includes:

1 table

Popular cultural attractions in Kaunas
(created by author)

Category	Object
Architecture	Kaunas Castle; St. George the Martyr Church; City Hall St. Archcathedral Basilica of the Apostles Peter and Paul; Historical Presidency in Kaunas; Kaunas Church of the Resurrection; St. Church of Archangel Michael; Pažaislis Monastery/
Museums	Thunder House; Devils' museum; M. K. Čiurlionis Art Museum; IX Fort Museum.
Attractions	Vilnius street; Funiculars.

The city of Kaunas has a large offer for cultural tourism. The most popular and popular attractions range from museums and churches to funiculars and art galleries. This gives tourists a chance to get to know the city culturally. According to S. Grigalevičiūtė in her research, Kaunas meets almost all the criteria of a creative city (Grigalevičiūtė, 2012). According to the author herself, Kaunas has a strong "creative class". This is determined by the education of Kaunas city residents. According to the Department of Statistics, 55.2 per cent population has higher education, 43.1 per cent has an average and only 1.7 per cent have a low level of education. As analyzed earlier, cultural tourists are characterized by higher education, therefore it is not surprising that in Kaunas this tourism industry occupies an important position in the general statistics of the city. According to the author, one of the most successful cultural tourism activities is the opening of the Fluxus Ministry in Kaunas. The initiative, launched in 2012, introduced Kaunas residents to a new approach to art and culture. In large rooms, the artists presented workshops, exhibition halls, cinemas, art

installation sites. Thanks to the Fluxus Ministry, many events and exhibitions took place in the city. According to the project's Deputy Minister E. Stanišauskas, the Ministry has managed to organize over 1,000 concerts and exhibitions in one and a half years, and has provided premises and workshops for 150 artists. This project has attracted a great deal of interest from Kaunas communities due to the variety of events and exhibitions and a more flexible and modern approach to art and culture. After a year and a half of activity, this initiative ended its activities in Kaunas. According to the Deputy Minister, the Kaunas government and its lack of support contributed to this decision. However, the consequences of the Fluxus Ministry are obvious. In 2018, the Fluxus Labas project, initiated by the Kaunas 2022 program, was launched. As mentioned earlier, the main goal of this project is to create a space for local communities to create and participate in local culture. The "All as One" program invites everyone to join the creation of creative and artistic processes in Kaunas. The popularity of these initiatives among communities and the resulting debate confirm that the cultural integration of communities is important for urban development. Urban communities use the resources allocated to them and seek to contribute to the city's culture and creativity. Heritage tourism in Kaunas also offers interesting and innovative ways to get to know the culture of Kaunas. An event such as Museum Night is aimed at local people, as their main purpose is to "introduce the public" to the expositions and educations (ICOM). The project, which has been running since 2005, has received a lot of attention because the activities offered are interesting and original. This project introduces a new way to get to know the local culture. The government also introduced free admission to museums and exhibits on the last Sunday of each month. Such a project started in 2020. in January and attracted a great deal of interest. Exact statistics are not yet available, but in 2019 the M. K. Čiurlionis Art Museum visited 183,832, and in 2017 the museum was visited by 14,974 less visitors (Republic of Lithuania ..., 2019). Therefore, we can speculate that with the advent of a new initiative, free Sundays in museums, the number of visitors will only increase.

Studying the research of several experts, it is obvious that the Kaunas government does not keep up with the development of cultural tourism in Kaunas. According to S. Grigalevičiūtė (2012), the development plans of Kaunas region presented by Kaunas city are only theoretical and do not give any clear results. One positive development that has directly contributed to the success of cultural tourism over the last two years is project funding. According to the data of Kaunas City Municipality, the financing of the project "Promotion of Inclusive Culture" for cultural events and objects in 2018 amounted to - 528141 euros, but in 2019, this amount increased almost three times - 1 514 521 euros. Such increased funding of projects shows the increasing attention paid by the government to Kaunas culture. As the main goal of financing these projects is to involve Kaunas communities and encourage their participation in the cultural life of Kaunas, this positive change has directly contributed to the prosperity of cultural tourism. From the launch of new initiatives such as Kaunas In to the exemplary operation of the Kaunas 2022 project.

It can be said that the last few years have been very successful for Kaunas in the field of cultural tourism. From new initiatives and projects to modern and innovative ways to get to know the culture of the city. The impact of such activities on local communities is obvious due to the increase in the number of visitors and the total number of tourists in Kaunas. Also, the impact of cultural tourism on communities is manifested through the creation of new communities, the importance of communities in the field of tourism and the acquaintance of local communities with cultural heritage.

Quantitative research methodology

In this part of the work, the performed quantitative research will be presented and its results will be presented and discussed.

The aim of the research is to investigate whether the respondents visit cultural tourism objects and whether they are satisfied with the general situation of cultural tourism in Lithuania. In

order to figure out whether communities can be impacted by cultural tourism, it is important to analyze if cultural tourism is important and visited by the research subjects.

The respondents of the study are residents of the Republic of Lithuania of different ages.

Survey sample - 144 respondents answered the survey.

Research methodology and organization - in order to quickly and efficiently research the opinion of the Lithuanian population about cultural tourism, an online survey was used on the website www.apklausa.lt. The online survey was distributed on the website www.facebook.lt.

Research Ethics - Research respondents were informed that the questionnaire is anonymous and the results will be used for scientific purposes only.

The questionnaire consisted of 12 questions, 4 of which were demographic (gender, age, place of residence and main occupation). When compiling the questions, great attention was paid to the simple formulation of the questions so that the respondent understood and could answer correctly.

Link to the survey: <https://apklausa.lt/f/kulturinis-turizmas-lietuvoje-t6r62n8.fullpage>.

In summary, the majority of respondents were women (90%). The majority of respondents were between 19 and 25 years old. The vast majority of respondents are from Kaunas city and Kaunas district. The majority of respondents in the study are schoolchildren, students and staff. When asked whether the respondents are interested in tourism in Lithuania, as many as 68 per cent said that they were interested. 47 per cent of respondents visit tourist areas, but less than once a month. Popular attractions include nature trails and parks. The vast majority of respondents, 19 per cent travel to visit other cities. Comparing the importance of cultural and creative tourism, respondents pay more attention to cultural tourism. This means that it is more important for respondents to know the culture of the area and acquire new knowledge than to learn a new craft. For the vast majority of respondents, 59 per cent cultural tourism facilities in Lithuania are sufficient. The results of the research showed that the respondents are satisfied with the situation of cultural tourism in Lithuania. People visit cultural tourism sites and one of the main goals of such trips is to get to know the local culture and gain new knowledge. Because most of the respondents are from the region of Kaunas, a conclusion can be made, that the communities of Kaunas region are impacted by cultural tourism. Further research is needed, to identify the concrete impacts of cultural tourism on communities. Analyzing cultural tourism in Kaunas, it can be stated, that such projects like Kaunas 2022 and Kaunas In have had a positive impact and can be associated with an increased growth of such tourism activities in the region of Kaunas.

CONCLUSION

Analyzing the definition of cultural tourism, we can say that cultural tourism is tourism that gives the tourist a deeper cultural knowledge of the area. Such tourism is one of the fastest growing in the world and as a result, tourism organizations must offer increasingly innovative and original ways to get to know cultural tourism. Cultural tourism includes branches such as: cultural heritage, gastronomy and crafts, art events and festivals, film tourism and theme parks. These industries make up the cultural tourism industry. In creating the image of a city or country, culture is one of the most important aspects that both locals and inbound tourists must be aware of. Cultural tourism is an inevitable economic industry that must be effectively developed by improving the infrastructure of the city and the country. Cultural tourism gives the public a sense of trust and develops the cultural knowledge of the society, strengthens the identity of the area. The concept of community today defines not only a group of people who share similar livelihoods or place of residence. Modern communities are described as groups of people who share similar interests and are united by feelings and a desire to participate in certain activities. It is important to involve the local community and help it prepare for the flow of tourists. Cultural tourism will only have the opportunity to thrive when local communities receive tourists and integrate into cultural project activities in their region.

As most communities are moving to the internet, such a description of communities is more appropriate for modern communities and the purposes they create. As local communities are one of the most important resources for cultural tourism, cultural tourism institutions make community satisfaction a top priority. Cultural tourism not only deepens the sense of community identity, allows new communities to form, but also contributes to the improvement of the tourism industry by connecting community members to cultural tourism activities. This encourages locals to nurture and strive to preserve heritage and other sites important to cultural tourism. Such an impact of cultural tourism on communities is clear after analyzing cultural tourism projects in Lithuania and abroad.

Examining the quantitative study, it can be stated that cultural tourism is a popular field of tourism that is of interest to the vast majority of the population. The survey of respondents shows that the vast majority are interested in cultural tourism and visit cultural tourism sites. According to the respondents, cultural satisfaction and the development of cultural knowledge are more important to them than learning new skills or participating in new activities. The results of the qualitative research showed that the situation of cultural tourism in Kaunas is improving. Thanks to such new projects as Kaunas 2022 and Kaunas In, the cultural tourism industry has the potential to expand and change the public's understanding of cultural tourism and its importance. According to the expert interviewed, cultural tourism has a direct impact on communities, although it is not always physically palpable.

BIBLIOGRAPHY

1. ATLAS, Richards, G. (2005). Cultural tourism in Europe. Wallingford: CAB International. Internet access: http://www.tram-research.com/cultural_tourism_in_europe.PDF. Viewed 2020 March 13
2. Doxey, G. (1975). A Causation Theory of Visitor–Resident Irritants: Methodology and Research Inferences. The Impact of Tourism. Iš the Sixth Annual Conference Proceedings, pp.195-198. San Diego: The Travel Research Association.
3. European Economic and Social Committee on Tourism and Culture Official Tourism Documents (2006).
4. Gražulis, V., Ostik, J. (2010). Cultural tourism as a factor of cultural convergence: what are Spaniards interested in Lithuania? Economics and Management: Current Issues and Perspectives. 2010. 3 (19). 22-30. Internet access: <https://vb.mruni.eu/object/elaba:6093783/6093783.pdf>. Viewed 2020 March 25.
5. Grecevičius, P., Armaitienė, A., Junevičienė, O. and others. (2002). Tourism. Kaunas: Kaunas College Publishing Center.
6. Grigalevičiūtė, S. (2012). Possibilities of cultural tourism development in Kaunas: tourism of festivals, exhibitions and other events (master's thesis, Vilnius University of Art). Vb. Vda database. Access via the Internet: <https://vb.vda.lt/object/elaba:1924889/>. Viewed 2020 March 25
7. ICOMOS charter for cultural tourism (1997). Retrieved from www.icomos.org/tourism.
8. Jamieson, W. (1991). The challenge of cultural tourism. University of Calgary. http://archive.canada.icomos.org/bulletin/vol3_no3_jamieson_e.html. Žiūrėta 2020 m. kovo 26 d.
9. Kaunas Region Development Agency. Kaunas region image formation program (2008). Internet access: https://krda.lt/wp-content/uploads/2017/02/Ivaizdzio_programa_02_19_final.pdf. Viewed 2020 March 24
10. McKercher, B., Du Cros, H. (2002). Cultural Tourism. The Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management. New York, London, Oxford: The Haworth Hospitality Press.
11. Official website of Kaunas 2022 (2018). Internet access: <https://kaunas2022.eu/>. Viewed 2020 March 20
12. Official website of Kaunas In Public Institution. Access via the Internet: www.visit.kaunas.lt. Viewed 2020 April 13
13. Official website of the Official Statistics Portal. Internet access: <https://osp.stat.gov.lt/>. Viewed 2020 March 25
14. Official website of the UNESCO Network of Creative Cities (2006). Internet access: <http://www.unesco.org/new/en/culture/themes/creativity/creative-industries/creative-cities-network/who-are-the-members/>.

15. Richards, G. (2007). Cultural tourism: global and local perspectives. England: The Haworth Press.

INTEGRATION OF PEOPLE WITH DISABILITIES

MICHAELA JONÁŠOVÁ, MARKÉTA STÁRKOVÁ

Vyšší odborná škola ekonomická, sociální a zdravotnická, Obchodní akademie, Střední pedagogická škola a Střední zdravotnická škola, Most, p.o.
Consultant: Mgr. Lenka Rucká

ANNOTATION

The aim of this article is to expose the idea of integration of people with disabilities in the Czech Republic. We want to point out how our society helps these people in their difficult life, through economic support, institutions, compensatory aids, but also, last but not least, through social work, which improves the quality of life of these people. In this part should be mentioned at the outset that the thesis contains the concepts of disability, areas in which people with disabilities are disadvantaged, and especially help and integration in these areas.

INTRODUCTION

The topic of this work is the integration of people with disabilities, we chose it because it is interesting for us and we really like to work in this area of social work. Working with people with disabilities is very wide and diverse but mainly fills us. The aim of the following work is to present the integration of people with disabilities in the

Czech Republic. In the first part of the work we find the definition of disability, follow the classification of disability, what is the goal of integration and access in integration. The described in detail are areas in which these people are disadvantaged and the way of integration into our society.

Disability is a certain abnormality in a person's condition of health that limits him in certain activities (movement, quality of life, employment in society). People with disabilities include people with long-term physical, mental, mental or sensory disabilities who can interact with various barriers to obviate their full and effective participation in society on an equal basis with others.

Disabilities can be divided according to the time of disability into congenital and acquired.

Disability classification:

Mental disability – mental retardation, or mental disability, is a permanent decrease in intelligence due to organic brain damage. Permanent physiological condition (backward development of mental abilities, different development of some mental properties, disorders in the ability to adapt).

Classification of mental disability:

- Mild mental retardation
- Medium severe mental retardation
- Severe mental retardation
- Deep mental retardation
- Unspecified mental retardation
- Other mental retardation

Physical disability – it is a persistent conspicuousness, reduced motor skills with a long-term or significant effect on cognitive, emotional and social performance. We include among them defects of the locomotor system, i.e. bones, joints, tendons, muscles and vascular supply, but also damage or disorder of the nervous system if they are signified by impaired mobility.

Physical disability presents a lot of difficulties, problems in self-service, self-sufficiency, in transport, in partner and family life, in working life and with integration into society.

Congenital defects occur either during pregnancy or during childbirth. Acquired disabilities can cause either injury or various diseases. Unlike congenital defects, they can occur at any time in life.

Classification of physical disability:

- Central and peripheral paralysis
- Deformation
- Malformations
- Amputation

Sensory disability

1. **Visual impairment** - people with visual impairment are people with different types and degrees of reduced visual abilities. The fundamental problem can be spatial orientation, independent movement, and communication (reading, writing). The degree of visual impairment is measured according to Snellen tables. Congenital defects can be inherited or acquired by illness or injury but in compared with acquired ones, this can be a failure to observe with the principles of visual hygiene.

Classification of visual disability:

- Refractive disorders
 - Myopia
 - Hypermetropia
 - Astigmatism
- Blurred vision
- Low vision
- Colour blindness
- Black blindness
- Squinting
- Residual vision
- Blindness

2. **Hearing impairment** - hearing impairment is negatively reflected in three basic areas - cognitive (includes mainly various forms of feelings, sounds, ideas), relationships to the environment (especially social) and personality (includes character, emotional and volitional sphere). A hearing impairment is damage to an organ or its function in such a way that the quantity or quality of hearing is reduced in some way. Hearing impairment is a broader term that also includes social consequences, including speech defects.

Classification of hearing disability:

- Hearing loss
- Remnants of hearing
- Deafness
- Deafness

Congenital defects can be caused by inherited, maternal illness during pregnancy, metabolic disorders, other diseases etc. Acquired defects mainly as a result of long-term childbirth with bleeding into the brain and labyrinth, infectious diseases, head injury (hearing center), recurrent and chronic inflammatory diseases of the middle ear, noise, headphones), etc.

3. **Speech impairment** - speech is the most perfect ability of a person. With the help of speech, we communicate, educate, integrate into society. Speech disability is any disorder of the speech system, i.e. vocal or larynx, which is manifested by wrong speech or inability to speak.

Congenital defects are some parts of the vocal system (teeth, tongue, cleft, ...), disorders of the emotional sphere (trauma, shock, lack of emotion,...), unrecognized hearing and vision defects,

left-handed training on the right-hand side etc. Acquired disorders include a lack of speech stimuli, wrong quality stimuli et al.

Classification of speech disability:

- Central disorders of speech - dysphasia, aphasia
- Pronunciation defect
- Rattle (speech disorder)
- Speech neuroses (dysprosody, ...)
- Stuttering
- Prate
- Mutismus and other

Combined disability - can be characterized as a combination of two or more types of disability in one person. It is a combination of different types, forms, and degrees of disability, which is why it is difficult to accurately classify it. More serious disabilities, disorders and defects are very often associated, tend to occur together, and so their wearer may be affected by multiple defects.

For example - dual sensory disability - most often deaf blindness, physical in combination with sensory disability and impaired communication skills, mental disability with visual impairment, mental disability with physical disability

The aims of integration

- minimize the social isolation of people with disabilities – i.e. Achieve the greatest possible social integration
- disrupt resignation, passivity, and activate those affected in areas where they can succeed
- reduce communication and other barriers
- reduce the information and stimulus deficit of people with disabilities

Accesses in the integration of people with disabilities

Inclusive access - a modern trend in inclusion. Persons are included, if possible, without the use of special procedures and means. Focus on the needs of all learners, children with support measures, if possible, are educated in a regular class together with all children.

Integrative access - people are integrated with the help of special means of support and care.

1 table

Accesses in the integration of people with disabilities

Integrative access	Inclusive access
Focus on the needs of the person with a disability	Focus on the needs of all learners
Expert opinions	Teacher opinions
Focus on the educationally handicapped person	Focus on group and school
Special programs for students with disabilities	The general strategy of the teacher
Special intervention	Regular teaching for everyone
Student evaluation by an expert	Teacher evaluation

Areas where there are disadvantages

- Working area
- Area of economic independence
- Area of physical independence
- Area of mobility and orientation
- Area of social contacts
- Area of self-imagine and self-respect

1) Work area

A person with a disability (PWD) has the right to occupational rehabilitation. Occupational rehabilitation is provided by the regional branch of the Labour Office in cooperation with occupational rehabilitation centres.

Occupational rehabilitation is a continuous activity aimed at obtaining and maintaining appropriate employment for a person with a disability.

Employers with more than 25 employees are obliged to employ PWD in the amount of the mandatory share of these persons in the total number of employer employees. The mandatory share is 4%.

In cooperation with the PWD, the Labour Office will create an individual occupational rehabilitation plan with consideration to medical competence, ability to perform continuous employment or other earning activity and qualifications, and with consideration to the situation on the labour market.

Labour office provides:

- Allowance to the establishment of a post for the disabled

The post established for PWD must be filled by such a person for a period of 3 years.

- Allowance to cover operating costs incurred in connection with the employment of PWD

2) Area of economic independence

1. Mobility allowance

The mobility allowance is a recurring. A person over one year of age who:

-not able to manage basic life needs in the field of mobility or orientation

-is transported repeatedly

-which residential social services are not provided (in a home for seniors, in a home for the disabled, in a medical facility of institutional care, etc.)

This benefit is intended to compensate for the transport expenses incurred by a disabled person. The amount of the benefit is 550 CZK / 20.27 €.

2. Allowance to a special aid

The allowance for a special aid is intended to help people with disabilities, to improve their opportunities for movement and self-support in everyday life. A person who has:

- a severe defect of the locomotor system (the allowance can be used on special modifications of the motor vehicle, stair platform or construction modification of the bathroom and toilet).

-severe hearing impairment (from the allowance they can pay for various visual signalling, telephone amplifier, equipment for online sign language attenuation and more)

-severe visual impairment (the allowance can be used to finance the acquisition of a guide dog, digital reader, calculator with voice output and more).

A special aid will allow a person to:

-self-service or at a job, to prepare for a future profession, to obtain information, education or to communicate with the surroundings.

3. Passes of persons with disabilities: TP, ZTP and ZTP / P

If the person is granted the status of one of three levels (ZP, ZTP, ZTP / P) they are entitled to some advantages as financial support, sitting places on public transport, sometimes free local transport or ticket reduction on public transport, right to free transport for an assistant or an assistant dog.

4. Care allowance

The care allowance is provided to persons who, due to a long-term unpropitious condition of health, need the help of another physical person in manage with necessities of life, according to the Act on Social Services. From the provided allowance, these persons then pay for the assistance that they can provide to them according to their decision:

- close person,
- social care assistant,
- registered provider of social services,
- children home or
- special inpatient medical facility of the hospice type.

The financial amount is stated by the Act on Social Services No. 108/2006 Coll. (4 levels - mild addiction, medium severe addiction, severe addiction, complete addiction)

3) Area of physical independence

It includes the inability of persons to maintain the independent existence and self-care or other activities of daily living.

These are, for example, the following institutions:

- day care centres
- daily and weekly centres
- homes for the disabled
- protected housing
- support for independent living
- personal assistance - street work service, which is provided to persons who have reduced self-sufficiency due to age, chronic illness or disability, whose situation requires the assistance of another physical person. The service is provided without a time limit, in the native social environment of the person and in the activities that the person needs (assistance in personal hygiene, assistance in providing food, assistance in the household, educational, training and activation activities and more).

4) Area of mobility and orientation

Each registered social service according to Act No. 108/2006 Coll. Keeps documentation on social services, an individual care plan is a necessary part.

Possible goals of the individual plan:

- practice of independent shopping
- practice recognizing money and using it
- practice of independent public transport travel (on a specific route or in general)
- mastery of self-dressing or dressing with less support from the other person
- time orientation training (knowledge of hours, days of the week, etc.) and space
- training of social skills, etc.

Always according to the individual needs of the client.

5) Area of social contacts

Social rehabilitation – a set of specific activities aimed at achieving independence, self-sufficiency by developing their specific abilities and skills, strengthening habits, and practicing the performance of common activities necessary for independent living. The main aim of social rehabilitation is for a person with a disability to be able to accept his or her disability and to integrate as much as possible into society.

Sociotherapy – correction or regulation of the relationship (client x family, client x community), strengthening the status of the person, family, minority, role training.

The most frequently used are: Case social work, group work, crisis intervention.

The case work is based on the client's problems. Some problems bind the client, and he is not able to solve them himself. It is important to support and emphasize the healthy and firm what is in a person, and to communicate with this healthy aspect of personality.

Means of group psychotherapy (Art therapy, music therapy, relaxation techniques, bibliotherapy, etc.) can be reflected in the following areas of self-imagine and self-respect.

In the psychosocial areas, a crisis is defined as the result of a conflict with an obstacle that we are unable to solve on our own, with our own strategies, possibly with the help of close people to manage it in a reasonable time and in the usual way.

6) Area of self-imagine and self-respect

Art therapy – treatment with art, where the main means is using artistic expression to recognition, influence the human psyche and interpersonal relationships.

Art therapy techniques – we include here all techniques that are associated with drawing, painting, art creation:

- collage, ceramics, sculpture, graphics,
- self-portrait – a person draws himself, analyse whether he is objective
- drawing of an animal, things in which the client would like to be (analyse why), etc.

CONCLUSION

This work is focused on the integration of people with disabilities, especially in the Czech Republic. The aim of the work was to describe the areas in which these people are disadvantaged and the way of their integration into our society. In the first part of this descriptive work we find definitions, especially disability (mental, physical, sensory, and combined), further we focused on the concept of integration and what is the goal. Accesses in integration are also described, including a table with the differences between them. The main part of this work is the areas in which these people are disadvantaged.

They are:

- Working area
- Area of economic independence
- Area of physical independence
- Area of mobility and orientation
- Area of social contacts
- Area of self-imagine and self-respect

In all these areas are described the methods and ways of integration of people with disabilities, which is also the aim of this work.

BIBLIOGRAPHY

1. Glossary – health problems [online]. [feeling. 2020-11-08]. Available from: <https://www.sancedetem.cz/cs/hledam-pomoc/deti-se-zdravotnim-postizenim/slovnicek-pojmu.shtml#zavislost>.
2. Landscape artherapy [online]. [feeling. 2020-11-08]. Available from: <https://psychologie.cz/krajina-arteterapie/>.
3. Study materials – Social and Legal studies.
4. Classification of mental disabilities and child support [online]. [feeling. 2020-11-08]. Available from: <https://www.sancedetem.cz/cs/hledam-pomoc/deti-se-zdravotnim-postizenim/deti-s-mentalnim-postizenim/klasifikace-mentalniho-postizeni-a-podpora-ditete.shtml>.
5. Act No. 108/2006 Coll., On social services [online]. [feeling. 2020-11-08]. Available from: <https://www.zakonyprolidi.cz/en/2006-108>.
6. Kalvach, Z. a kol. *Křehký pacient a primární péče*. [online]. [feeling. 2020-11-08]. Available from: <https://books.google.lt/books?id=yx1gAgAAQBAJ&pg=PA137&lpg=PA137&dq=oblast+fyzick%C3%A9>

+nez%C3%A1vislosti+integrace&source=bl&ots=ohxU9Yw29r&sig=ACfU3U0GaNGGkHrNoCBDmmVgYtQiY_iY2Q&hl=cs&sa=X&ved=2ahUKEwjg0j0PsAhVJAIAIHY9UCyoQ6AEwAHoECAoQAg#v=onepage&q=oblast%20fyzick%C3%A9%20nez%C3%A1vislosti%20integrace&f=false.

7. Individual self – service training [online]. [feeling. 2020-11-08]. Available from: <https://www.motylek.org/cz/pro-deti-se-zdravotnim-postizenim/individualni-prace>.

INTEGRATION OF PEOPLE WITH DISABILITIES

MICHAELA JONÁŠOVÁ, MARKÉTA STÁRKOVÁ

Vyšší odborná škola ekonomická, sociální a zdravotnická, Obchodní akademie, Střední pedagogická škola a Střední zdravotnická škola, Most, p.o.

SUMMARY

We choose for our work a topic the integration of people with disability, because this topic is still active in our society. In history these people have been pushed out on the edge of society and nowadays we still work on integration with these people, we find new ways and methods, how improve their life. In our work we want to show which methods, ways and option are apply in the Czech Republic. Is important to start with the definitions of disability, integration itself or to define what the goal of integration is so that we can use the explanation of these methods. The main aim is minimize the social isolation of people with disabilities i. e. (achieve the greatest possible social integration), disrupt resignation, passivity, and activate those affected in areas where they can succeed, reduce communication and other barriers. The another part of our work creates several areas, where these people are in disadvantages we describe i. e. how they can be apply on labour market, which advantages or compensational aids they can to use, which exists advantages of economical support or which institutions help these people to integrate to the society.

HOW SOCIAL ISOLATION AFFECTS FAMILIES WITH CHILDREN WITH ASD AS A RESULT OF A COVID PANDEMIC

BARBORA KOLKOVÁ

Trnava University in Trnava Faculty of Health and Social Work Department of Social Work

ANNOTATION

The communication and social skills of individuals with autism spectrum disorder (ASD) are impaired to varying degrees. Therefore, we were interested in the social environment in which our participants found themselves during a pandemic COVID-19. Our participants were 34 mothers who have a child with ASD. We used the paradigm of qualitative research (grounded theory) and elements of situation analysis. For data collection, we chose the technique of in-depth interview. The biggest problem is the unpredictable behavior of others, which creates a sense of danger. The right approach of social interactions and guarantee of predictability in children with ASD is necessary in this research.

Key words: ASD, children, communication, COVID-19.

INTRODUCTION

The communication and social skills of individuals with autism spectrum disorder (ASD) are impaired to varying degrees. Individuals' behavior is different and brings limitations in family contact, education, and peer interactions. By providing a child with a structured and predictable environment from an early age, we enable him to understand the world. It is necessary to train the practice of functional behavior, communication and social behavior. The goal of regular therapeutic and educational interventions is to help a child acquire skills and live the best possible life (Thorová 2016).

THEORETICAL BASIS

Children with ASD can mimic adults to a lesser extent than healthy children. Imitation is not spontaneous with them. Šulová (2004) emphasizes that relationships with peers have been known by the crowd phenomenon since the neonatal period. Intuitive compassion is accompanied in the child's further developmental periods. The presence of ASD affects the functioning of the child and his family in many ways. We present the social manifestations of individuals with ASD in Table 1.

Table 1

Social manifestations of individuals with ASD

SOCIAL BEHAVIOR	MILD PROBLEMS	SERIOUS PROBLEMS
Active social behavior	- disproportionating due to their separation from the social group - social skills are mechanically learned - understanding of difference and desire to resemble others - achieving lower results in tests of emotional and social intelligence	- actively avoids contact with people - gaining attention by inappropriate methods - lack of interest in peers and joint activities
Social understanding	- rigid and mechanical compliance - simplified understanding of higher feelings, relationships and social characteristics - rigid application of learned behavior	- misunderstanding of the feelings and wishes of others - inability to provide comfort or request assistance - misunderstanding of social norms

Children with ASD have complications in building relationships with other children and have varying levels of motivation in making contacts from positive to indifference or outright contact avoidance. The incorrect statement is that children with ASD are not interested in other people. They have primary communication disorders through delayed speech development, which is usually the first worrying signal for parents (Gillberg 2010). One of the first signs of social behavior in children with ASD is the "use" of an adult to satisfy their needs. Most children with ASD are interested in social contact. Measured behavior stems from uncertainty and the inability to make this contact (Thorová, 2016). Communication problems evoke anxiety and a sense of chaos in the child, which is later reflected in his behavior.

METHODS

The aim of the research was to determine the impact of social isolation in relation to pandemic measures related to COVID-19 on families with children with ASD. We used the paradigm of qualitative research (grounded theory) and elements of situation analysis. We used a research strategy to understand the social situation in which the participants found themselves (Disman, 2000). For data collection, we chose the technique of in-depth interview. We asked the participants 4 questions, which they could freely answer:

How did your social ties change during the COVID-19 pandemic?

How does the COVID-19 pandemic affect your family?

How does the COVID-19 pandemic affect your child with ASD?

How do you assess the current pandemic measures against COVID-19?

We were interested in the social environment in which our participants found themselves during a pandemic. We categorized the obtained data by open coding. We created individual categories on the basis of coded data according to their content and meaning. When the sample was saturated, we performed 2 more control interviews. The selection of the research set was non-random. Our participants were 34 mothers who have a child with ASD. In Table 1 we described the research sample.

Research Question 1: How does social isolation caused by pandemic measures due to COVID-19 impact children with ASD?

Research question 2: How does social isolation due to the COVID-19 pandemic impact the family of children with ASD?

Table 2

The research sample of mothers

MOTHER	CHILD	MOTHER'S EMPLOYMENT	SOCIAL LINKS
1	son 4 years old ASD daughter 6 years old, healthy	nursing	Limited contact with family.
2	daughter 3 years old ASD, MR daughter 7 years old, chronic kidney disease	neemployed	I only have a husband.
3	son 6 years old, ASD, MR son 10 and 7 years old, healthy	nursing	I'm still just at home, I don't meet anyone except my children and my husband.
4	daughter 15 years old, ASD, hydrocephalus, blindness daughter 17 years old, healthy	nursing	I'm still just at home, I don't meet anyone except my children and my husband.
5	son 4 yeras, ASD son 1, healthy	parental leave	Grandma died of COVID-19.
6	son 6 years old, ASD expectation of another child	extended parental leave	Our marriage is falling apart.

7	son 13 years old, ASD daughter 18,16,9 years old healthy	job loss	Family relationships are strained.
8	son 13 years old, ASD with epilepsy daughter 23 years old, healthy	employed	I'm all alone.
9	son 13 years old, ASD daughter 9 years old and 3 years old	nursing	The husband is still at work.
10	son 4 years old, ASD	employed	My husband and I support each other
11	son 15 years old, ASD son 18 years old, healthy	employed	Everything is centered around the son.
12	son 5 years old, ASD	očr – income 150 € per month	I am alone.
13	daughter 13 years old, ASD	employed	No change.
14	son 12 years old, ASD with ADHD daughter 6 years old, healthy	job loss	Feeling of stress
15	daughter 7 years old, ASD	home office	We enjoy each other
16	daughter 3 years old, ASD with speech disorder son 15 a 13 years old, healthy	extended parental leave	We don't meet family.
17	son 13 years old ASD, MR son 15, 20 and 25 years old, healthy	employed	No change.
18	son 8 years old, ASD son 10 years old, healthy	home office	Tense and stressful.
19	son 3,5 years old, ASD daughter 5 years old, healthy	extended parental leave	We support each other
20	daughter 4,5 years old, ASD- diagnosis is currently underway, developmental speech dysphasia son 2 years old, healthy	parental leave	Complete interruption of social contacts.
21	son 14 years old, ASD (Asperger's syndrome)	home office	We call a lot.
22	son 4 years old, ASD	employed	We had no one to leave the baby with.
23	son 6 years old, ASD, dyslalia, echolalia	employed	No change.
24	daughter 2 years old, (suspicion of ASD/ MR) son 4 years old, ADHD	parental leave	It's a sad time, we don't visit family.
25	son 5 years old, ASD, speech disorder with ADHD son 1 years old, healthy	parental leave	Disrupted social ties and tension.
26	daughter 2,5 years old, ASD – diagnosis is currently underway, impaired communication skills	parental leave	Stress.
27	son 8 years old, ASD daughter 11 years old, healthy	home office	We isolate ourselves at home.
28	son 5 years old, ASD daughter 5 years old, healthy	extended parental leave	No change.
29	daughter 3,5 years old, ASD son 25 years old, healthy daughter 17 years old, healthy	extended parental leave	No change.
30	son 5 years old, ASD	unemployed	We are isolating ourselves.
31	son 5 years old, ASD, ADHD, delayed speech development	employed	No change.
32	son 7 years old ASD daughter 8 and 5 years old healthy son 3 years old, healthy	job loss	Broken social ties.

33	son 3,5 years old, ASD developmental dysphasia, speech disorder daughter 6 years old, healthy	employed	Broken social ties.
34	son 6 years old, ASD	employed	No change.

RESULTS

We present the categories of participants' answers (disordered code map) in Figure 1.

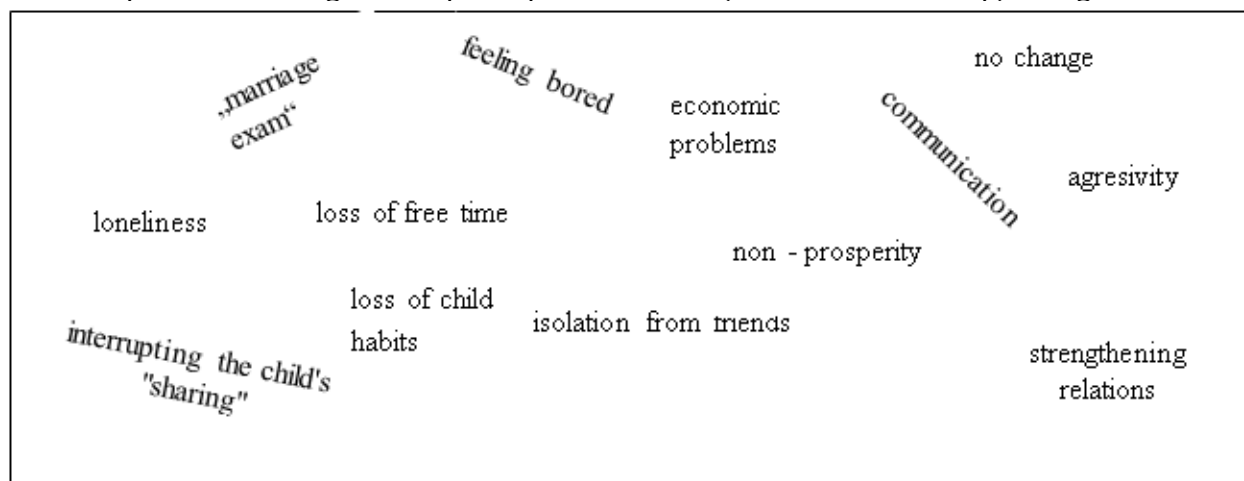


Figure 1 Unordered code map

We present the categories of participants' answers in Table 3.

Table 3

Answer categories

Category	Subcategory	Code	Statement	Degree
social isolation	impact on the family	„marriage exam“	"It's tense."	medium
		communication	"We use the internet."	high
		isolation from friends	"We haven't been with friends in months."	high
		loneliness	"I'm all alone for everything."	low
		loss of free time	"We dedicate all our time to our daughter/ son."	high
		economic problems	"I lost my job."	medium
		strengthening relations	"We're finally enjoying each other."	low
		interrupting the child's "sharing"	"We are constantly looking for babysitting."	high
	impact on the child	loss of habits	"Stagnation and deterioration of health."	high
		agresivity	"He fights and bites his sibling."	high

		non - prosperity	"I can't represent an expert"	medium
		feeling bored	"He happens to be apathetic."	medium
		no change	"He didn't even notice."	low

DISCUSSION

Home insulation is a stressor for children with ASD and their families. Aishworiya and Kang, (2020) and say that the routines developed in children with ASD were disrupted through the COVID-19 pandemic period, social support was limited, and parents were given the role of teacher, without any training. Our participants emphasized that they often had 24-hour care for a child with ASD on their shoulders, which meant a long-term and extreme burden for them. Parents are not experts, but depending on the child's disability, they take on the role of therapists to help them progress. Job loss and reduced income were negative factors that affected the whole family. Most children with ASD have significant problems making contact with strangers, so they spend time alone. On the other hand, two-thirds of children with ASD have basic, emotional abilities towards their parents. Therefore, it is important not to interrupt the process of socialization in the facilities and make it a habit that is characteristic of these children. In our research, some participants stated that the interruption of the social services they used took place just when their child with ASD began to go through a process of socialization. Discontinuation of regular therapies, rehabilitation, abolition of the outpatient form of social services home (SSH) worsened the health and mental condition of a child with ASD. Manifestations of aggression, frustration, apathy, boredom, loss of previous habits were manifestations of regression or stagnation of the child's condition.

In the United Kingdom and Northern Ireland, a questionnaire survey was conducted (March 22, 2020 - May 22, 2020) for 339 parents of children with ASD. The results confirmed the deterioration of the child's health and mental state as a result of the interruption of special education and targeted interventions (Toseeb *et al.* 2020). In the United Kingdom, after two weeks, educational institutions were made available to children from vulnerable groups and were not fully used due to the potential risk of contracting COVID-19. Asbury *et al.* (2020) anticipate that the scale and pace of social change that has taken place since 23 March could exacerbate existing health problems and stimulate new ones. Italy was one of the first European countries to deal with COVID - 19. Measures to prevent the spread of the virus were based primarily on social isolation, which had economic, social and health consequences. Research confirms that social isolation has had a negative impact on the psyche of children and adolescents with mental disorders (Asbury *et al.* 2020).

CONCLUSION

Children with ASD are interested in social contact. The biggest problem is the unpredictable behavior of others, which creates a sense of danger. The right approach of social interactions and guarantee of predictability in children with ASD can reduce "typical" social loneliness. Autism spectrum disorder is an individual disorder because it is linked to the individual needs of the child and family, the child's mental level and overall health. Using special approaches, methods and procedures, we can significantly help children with ASD and their families if we can provide them with a specific environment where we minimize disruptive influences and at the same time provide them with an educational environment in a suitable form.

BIBLIOGRAPHY

1. Asbury, K., Fox, L., Deniz, E., Code, A., Toseeb, U. (2020). How is COVID-19 Affecting the Mental Health of Children with Special Educational Needs and Disabilities and Their Families?

2. Gillberg, CH. in Váryová, B., Andreánska, V. Vývinové poruchy. In Heretik, A. at al. (2016). *Klinická psychológia*. Nové zámky. Psychoprof; s 415-460. ISBN: 9788089322244.
3. Gulberg, C., Billstedt, E. *et al.* (2010). Mortality in autism: a prospective logitudial community—based study. *J austim Dev Dizort*,
4. Šulová, L. (2004). Ranný psychický vývoj dítěte. *Praha: Karolinium*.
5. Thorová, K. (2016). Poruchy autistického spektra. Praha: Portal. ISBN 978-80-262-0768-9
6. Toseeb, U., Asbury, K., Code, A. at al. (2020). Supporting Families with Children with Special Educational Needs and Disabilities During COVID-19. Department of Education, University of York, York YO10 5DD, UK

SINGLE FATHERS AS «UNNOTICED GROUP» IN SOCIAL WORK

ALEKSANDR LEPIN

University of Ostrava
Southern Federal University

ANNOTATION

The aim of this article is to draw research attention to social work with men. The number of researchers studying men and young men as special target customers of social services is still small both in Russia and abroad. Research shows fathers can make a positive contribution to the well-being of their children, but they are less likely to work with social workers than mothers. Certain categories of fathers like single fathers need institutional support from the state, but in the Russia lacks social services focused on working with men, and the technologies of social work with them are criticized by researchers.

INTRODUCTION TO THE ISSUE

In the current social and economic situation caused by the coronavirus pandemic, single parents continue to be an unprotected social group in Russian society. They are not a new or unique social phenomenon for Russia. Such families are often identified with mothers who raise one or more children on their own, but this perception is only partially true. Over the past three decades, the share of single fathers in Russia has been growing, from 1 per cent in 1989 to 3.2 per cent in 2015 [Voronin, 55]. Given current demographic trends, single-parent families will continue to be formed. Russian researchers estimate that for children who will spend part of their lives in a single-parent family, they will reach 63.3 per cent [Lunyakova, 62].

Since in the vast majority of cases the only parent and breadwinner in a family is the mother, these families are often referred to as «maternal» families [Lunyakova, 60]. Divorce, widowhood (death of one of the parents), and extramarital birth rates are traditionally the sources of their origins [Yarskaya-Smirnova, 70]. Another type of single-parent families are «paternal» families, the sources of which, along with widowhood, divorce, and the breakdown of de facto unions with children, researchers cite the deviant behavior of mothers, the deprivation of their parental rights, and the formation of phenomena similar to non-resident fatherhood and fatherlessness in the sub-institute for motherhood [Voronin, 56].

The expansion of sources of education for single-father families against the backdrop of the current demographic and socio-economic situation in Russia makes the scientific interest in including them among the clients of social work relevant. We note the lack of research in this area, which traditionally focuses on single parent families. Single fathers are on the periphery of social services' attention. The lack of attention to them and their problems is explained by the fact that "the focus of attention of social services, health care, and educational institutions is mainly on mothers as the 'main' parents responsible for the welfare of children, while fathers remain in the shadows, their absence or passivity is not considered an important problem" [Bezrukova, 237].

In the national social work's literature, information about men is labeled as specific problems: unemployment, drug addiction or domestic violence. Men are portrayed in a stereotypical manner, for example, as a homogeneous group. They are excluded from possible clients of social services with the proviso that the practice of social services is based on human rights principles and social legislation, which recognize the rights of citizens to assistance regardless of gender [Social policy and social work, 135].

MOTHERHOOD VS FATHERHOOD IN SOCIAL WORK'S PRACTICE: THEORETICAL REVIEW

In general, the care and protection of the child in almost any society, especially patriarchal, according to the English social theoretician M. Payne, is carried out by a woman and is inevitably

connected with the problem of mother's behavior, not with the issues of poverty or bad nutrition [Payne, 301].

Within the framework of social work, the mother has a special position for at least three reasons:

first, she is the family member who allows or, on the contrary, limits her father's participation in joint work with the social worker;

second, she is the main addressee of most support measures and programs, even if they are addressed to the family as a whole [Avdeeva, 12];

third, among social workers it is considered comfortable and preferred to work with clients-mothers [Payne, 302].

It should be added that social workers rarely provide assistance to both parents at the same time, explaining the impossibility of communicating with men by their permanent employment and/or the discomfort of communicating.

In addition, the excessive attention paid by social workers to mothers in our country has historically been associated with the specific Russian model of upbringing, where women play a major role: "...only mothers have children in Russian society. Fathers are not taken into account either by social institutions or by society as a whole. Discrimination of fathers as parents is a typical phenomenon" [Chernova, 139].

This situation was facilitated by the Soviet state's policy of mobilizing men, which excluded them from privacy. This policy not only separated the man from his family, but also discriminated against him as a parent. Excluding a father from parental care and protection of the family, the father took much less or no part in the children's lives [Malyshev, 71]. Official and unofficial Soviet culture "allowed" a man to be included in women's daily practices if he was not married (single, widowed, divorced, or abandoned) [Styazhkina, 690], but even in this case single parenthood was considered a social anomaly [Shabatura, 527].

The culture of Soviet society, which reproduced a complex of social prejudices against single parents, thus shaped their necessary adaptive practices. They created the life world of their family, focusing on the gender culture of society and subjecting themselves to stereotypes about single parents. While single mothers, in their desire to conform to socio-cultural attitudes, sought to join the proletariat (employment in the workplace provided women with access to the necessary goods and services) [Lyubimova, 24], fathers raising children on their own had to overcome the identification of parenthood with motherhood. The mass conservative consciousness of our compatriots did not hurry to recognize the parental competence of single fathers, expressing confidence that only a woman could cope with the role of a single parent. In the opinion of researchers, a point of view that is very widespread in our country is successfully illustrated by the ironic remark "Men are not very good mothers" [Semenova, 109].

Interpretation of the single father interview in own practice of social work

The fact that social workers continue to focus on mothers as primary caregivers hinders the rethinking of childcare in social work [Payne, 301] and limits single fathers' access to social services. Despite the fact that they are actively involved in caring for and raising their children, this does not affect the practice of family social work. Rather, on the contrary, there is a unification of the role of the father by maternal type [Avdeeva, 15] i.e., paternal parental involvement seems more appropriate to social workers if it is similar to maternal involvement or, in other words, fathers are entitled to support and sympathy if they act as mothers for their own children. In all other cases, social workers construct single fathers as "problem" clients, focusing on their negative characteristics.

It can be assumed that at the heart of their attitude toward fathers are gender stereotypes that view childcare as women's work. Their attitude toward children depends on which parent they live with. If they are brought up and live with their father's family, the father's position becomes difficult.

He is regarded by the social worker as an incompetent parent who has difficulty concentrating on a few cases. His lifestyle and educational abilities are reprimanded by a specialist. In such a situation, the social worker considers the children living with the father as his potential clients, not his own. They are seen as family members who can count on his help because they are available for support, unlike the father, with whom the social worker simply does not have enough experience. In practice, this leads to the fact that the family of a single father is deprived of rights to social services thanks to the staff of the social security institutions, whose tasks are to provide them according to the established needs.

The conclusions drawn in the text emerged during an interview when a father raising two children described in detail the situation in which the social worker did not define the father and his children as a "family" for a long time. According to the father, the social worker was at a loss and constantly demanded that the man demonstrate his connection to his children and doubted his ability to solve family problems, mainly domestic ones. The social worker's attitude toward her father varied from case to case, but according to the man, it remained within the borders of negative connotations. Thus, in conversations with children she constantly noted her father's unwillingness to accept her help, his desire to hide something from her, discussed stories and cases of "bad" fatherhood that she heard from her colleagues. During the transcript of the interview, we highlighted the words that the man said louder than others in this part of the story. Most of them concerned the desire to complete the cooperation with the social worker as soon as possible, as it could have a negative impact on his family and parental authority.

Other Russian researchers also pointed out that social service procedures increase the pathological view of single parenthood. They point out that:

single fathers often have difficulty communicating with social services officials when they seek their help. Having received incorrect information, men rarely reapply to social security institutions [Stasenko,82];

working with fathers, social workers follow false expectations and prejudices because they are not perceived as carrying only family roles and functions, unlike clients-mothers [Social Policy and social work, 175];

many social workers are characterized by rigid thinking: fathers are perceived by them as bad parents representing physical, emotional, and/or sexual danger to their children. They are classified in the above category either on the basis of evaluation of their degree of involvement in joint work with a specialist, either by correspondence, based on characteristics provided by other family members, or supported by social workers through the exchange of stories and discussions of cases of "bad fatherhood" with colleagues [Avdeeva, 11-12].

Since single fathers have never been the focus of social work practices, there is little evidence of whether interventions lead to positive or negative outcomes. Analysis of foreign studies conducted by A.V. Avdeeva showed that many fathers have preconceptions about educational programs for parents because they are afraid that they will harshly dictate or even impose on them how to care for their child and take part in his upbringing. In addition, fathers believe such programs are more suitable for mothers and perceive social centers that focus on families as women's territory. Mothers also refer to these places as "their own", where they feel safe and do not welcome fathers [Avdeeva, 16]. In the activities of domestic social centers for family assistance, educational courses offered to parents, as a rule, are also designed for women. The work organized with them is, as a rule, based on their responsibilities and responsibility for the upbringing of the child, and not only does not consider the rights of fathers, but also the right of the child to be raised in a full family. The content of educational programs also depends on the age of the parents. For example, during conversations with specialists, young fathers admit that they feel condemned, because social workers do not believe in their ability to provide care and upbringing of children and support the family. Another example: educational programs aimed at fathers are mainly focused on their

involvement in the upbringing of older children. Fathers' participation in caring for their own grown-up children falls into a traditionally male form of education, the configuration of which depends on a number of factors - the prevailing type of management, gender division of labor, type of family, etc. For all cross-cultural differences, he writes, primary care for small children, especially infants, is provided by the mother or some other woman, while physical contact with the father with small children is limited, but with the age of the child it increases [Kon, 270].

Fathers' reluctance to use the services of social workers is due to the same gender stereotypes we described above, but now in relation to social workers. Fathers have prejudices about parental education programs because they are afraid that social workers will harshly dictate or even impose on them how to care for their child and take part in his upbringing [Avdeeva, 16]; note the specific atmosphere of the centers for social assistance to families because they are predominantly female (in terms of feminization of the staff, the social sphere in our country is one of the top priorities in professional communities); emphasize that when communicating with social workers, they feel as if they have a "second wife" [Eremin, 38].

CONCLUSIONS

The situation with single fathers in Russia is an indicator of domestic social work. They are not sufficiently studied in theory, which is consistent with their absence as clients in practice. Involving men in the institutional field of social protection faces serious challenges like conservative of population in Russia, gender stereotypes of masculinity, lack of male social workers.

At the same time, the number of single-father families in Russia is increasing and in the future social workers will have to consider these families as recipients of social services on an equal footing with single mothers. Our experience in researching single fathers shows that specialists do not interact with them effectively, diminishing their parental experience or comparing it with their mother's; they do not think of them as potential or existing clients, developing and offering social services to women, mothers or parents in general.

Social work lags behind the public discussion about involved fatherhood. With increasing research interest and public attention to this topic, theorists and practitioners in this field have the opportunity to rethink and collect information about single parenthood, given the growing relevance of the topic.

Single parenthood is generally associated with the notion of need in domestic researchers. There is an entrenched view in society that single parent families are at risk of poverty [Lyubimova, 109], but most of the work that affects their financial difficulties pays attention to mothers and their children as the most vulnerable groups and keeps silent about fathers. Single fathers lack the support and sympathy that single mothers enjoy at the state level [Semenova, 62]. Social workers are accustomed to working with single mothers because they perceive women clients as carriers of exclusively family roles and functions through the prism of worldly and "female" experience [Social Policy and Social Work, 175], and the status of single mothers in social services is not shocking.

BIBLIOGRAPHY

1. Avdeeva, A., V. (2017). Social work with fathers: a review of Western studies in *Social work with men*. St. Petersburg, Family Publishing House, pp. 8 - 19.
2. Bezrukova, O., N., Samoilova, V., A. (2020). Paternity and support of fathers: trends in modern foreign research. Public opinion monitoring: economic and social changes. № 4, 233-272.
3. Chernova, Zh., V. (2007). The model of "Soviet" fatherhood: discursive instructions in *Russian gender order: sociological approach: a collective monograph*. St. Petersburg, European University Publishing House.
4. Eremin, N., N. (2010). Daddy-school: gender-sensitive forms of social work in *Responsible fatherhood: new forms of social work*. St. Petersburg, Family Publishing House, pp. 29 – 45.
5. Kon, I., S. (2003). *The child and society*. Moscow: Academy Publishing House.

6. Lyubimova, A.D. (2012). Modern system of single parenthood's support in the light of the sociological theories. Discussion. Journal of scientific publications. № 9 (27), 106-109.
7. Lyubimova, A., D. (2013). Sociocultural notions about formal and informal practices of social support of single parent families: dissertation for the degree of candidate of sociological sciences. Saratov.
8. Lunyakova, L. (2004). "Than a man to feed, it is better to bring up a child alone": social portrait of mother families in *Family ties: models for assembly: a collection of articles. Book 2*. Moscow, New Literary Review, pp. 60-82.
9. Malyshev, A., Parfenova, O. (2012), Social services as conductors of transformation of parental practices (by the example of the spread of daddy schools in St. Petersburg) in *Social workers as conductors of change*. Moscow, Variant Publishing House, pp. 68-89.
10. Peyne, M. (2007). *Social work: a modern theory*. – Moscow, Academy Publishing House.
11. Semenova, L., E. (2014). Specificity of the parental attitude and subjective perception of paternity in the context of the real experience of the single fathers' families. Vestnik of Vyatka State University. № 2, 100 – 103.
12. *Social Policy and Social Work: Gender Aspects* (2004). Moscow, ROSSPAN Publishing House.
13. Stasenko, O., V. (2010). Single fatherhood in the modern society: causes and the main problems. Woman in Russian society № 3, 72-82.
14. Shabatura, E., A. (2013). Daily life of a new society: gender aspect in *Russian Everyday Life in the Mirror of Gender Relations: Collection of Articles*. Moscow, New Literary Review Publishing House, pp.484-537.
15. Styazhkina, E., V.(2013). Women's and men's daily life in the conditions of changing gender contracts of the second half of the twentieth century in *Russian daily life in the mirror of gender relations: a collection of articles* Moscow, New Literary Review Publishing House, pp. 650-700.
16. Voronin, G., L., Yanak, A., L. (2018). Single-parent families: their types and the social portrait of the lone parent. Woman in Russian society. № 1 (86), 53-66.
17. Yarskaya-Smirnova, E., R.; Romanov, P., V. (2004). Social security of an urban single-parent family // World of Russia. № 2, 66 - 95.

INFORMATION TECHNOLOGIES AND GLOBAL WEB IN INTERNETIONAL CULTURE COMMUNICATION.

EKATERINA MAMYAN ANDREEVNA
ANDREY RUBAKOV VLADIMIROVICH
ELIZAVETA YAREMA VASILIEVNA
DARYA RUSAKOVA DMITRIEVNA

Russian State Social University
Consultant: Svetlana Fomina Nikolayevna

ANNOTATION

Information technologies and global web in international culture communication, Russian State Social University, Ekaterina Mamyan Andreevna, Andrey Rubakov Vladimirovich, Elizaveta Yarema Vasilievna, Darya Rusakova Dmitrievna. In our work we will introduce our research about internet influence on cultural communication between different nations. We all consider that nowadays it is important to explore all sides of internet communication phenomenon.

Key words: internet; communication; debriefing; Spotify platform; Facebook; Instagram; TikTok; globalization; Culture.

INTRODUCTION

Undoubtedly, for several decades informational technologies and in particular internet changed the whole humanity. People now can share information to each other easier than anytime before. By this research our team decided to collect statistics in different internet platforms to identify patterns of interaction Russian people with other nations. To do this task we used available internet services to take from them the information that needed. In case by modern scientists globalization defined as process to establish all humanity to interact with each other by the way of integration political, economic, social and culture national experiences. For this research our group decided to consider only cultural sphere. Process of globalization covers all areas of human activity and has an extensive influence on them, namely, there is a convergence of people of different countries and people and the exchange of linguistic and cultural experience. Hence, our research group decided to scientifically reveal the essence of the processes described above.

Relevance: Internet is the phenomenon that caused its influence for billions of people in the world. In it any human can get needed information in few minutes because major information is concentrated there. Apparently, culture is not the exception. At the moment culture is being integral for human being. Culture is multifaced: every country and nation has a certain cultural experience cause of geopolitical cases.

The topic of our research is relevant. The main task for this work is to get knowledge about how information technologies influence on international culture communication. We are going to analyze user engagement on global cooperation in theoretical and practical parts.

MAIN PART

1. History of the internet development.

1960's is the decade when telecommunications started to cause huge influence on global society and improve pace of globalization process higher. With the TV and other types of communication technologies new invention – internet - started to work.

1.1. ARPANET.

The Advanced Research Projects Agency Network (ARPANET) was the first wide-area packet-switching network with distributed control and one of the first networks to implement the TCP/IP protocol suite. Both technologies became the technical foundation of the Internet. The

ARPANET was established by the Advanced Research Projects Agency (ARPA) of the United States Department of Defense.

The first computers were connected in 1969 and the Network Control Program was implemented in 1970. Further software development enabled remote login, file transfer and email. The network expanded rapidly and was declared operational in 1975 when control passed to the Defense Communications Agency.

1.2. NSFNET.

Access to the ARPANET was expanded in 1981, when the National Science Foundation funded the Computer Science Network. In the early 1980s, the NSF funded the establishment of national supercomputing centers at several universities, and provided network access and network interconnectivity with the NSFNET project in 1986. From 1985 to 1995 was the main advanced research and education networking in the United States. The ARPANET project was formally decommissioned in 1990, after partnerships with the telecommunication and computer industry paved the way for future commercialization of a new world-wide network, known as the Internet.

1.3. WWW – World Wide Web.

The World Wide Web, commonly known as the Web, is an information system where documents and other web resources are identified by Uniform Resource Locators. The resources of the Web are transferred via the Hypertext Transfer Protocol (HTTP) and may be accessed by users by a software application called a web browser and are published by a software application called a web server.

English scientist Tim Berners-Lee invented the World Wide Web in 1989. He wrote the first web browser in 1990 while employed at CERN near Geneva, Switzerland. The browser was released outside CERN to other research institutions starting in January 1991, and then to the general public in August 1991. The World Wide Web has been central to the development of the Information Age, and is the primary tool billions of people use to interact on the Internet.

1.4. Web network in the Soviet Union.

USSR invented its network at the same time as the USA. The Soviet Union had much of local military webs to control air defense and some non-military webs:

- a) System “A” – local air defense system based on soviet computers «ЭБМ-40»
- b) Main command and computing center – local web of the A-35 air defense system.
- c) National automated system of accounting and information processing - project of a system of automated economic management of the USSR.
- d) Academic web - computer network for science institutes of the USSR Academy of Sciences.

1.5. Conclusion.

First of all, the Internet started to work because of the cold war. Local webs were invented to automatize military systems, most of all air defense and rocket systems. Next development turned the Internet into a global network where people from all over the world can freely exchange information with each other. Different time periods gave internet new tasks and objectives:

Name of the web	Year of the creation.	Tasks and objectives.
APRANET	1969	USA national defense.
NFSNET	1984	Education.

WWW	1991	Global information exchange
SYSTEM “A”	1955	USSR national defense
USSR Academic Web.	1978	Education
RUNET (Russian sector of the WWW)	1994	Global information exchange

As we can see in the table, Internet development in different countries started changing its objectives roughly speaking at the same time. Nevertheless, we can conclude that development of the humanity is going to more improve cultural communication worldwide.

2. Internet influence to world cultural exchange.

2.1. Internet in everyday life.

The relationship between the Internet and cultural exchange is quite close and clear. At this point in time, many people who are interested in culture use the Internet to learn about the first news and events in the cultural world. And this is not due to the fact that "people are lazy", but to the fact that the Internet opens up much more opportunities for cultural interaction. This thesis can be easily proved by an example.

Today I decided to visit an exhibition at the Museum, but also in my plans there is a desire to attend a lecture on the traditions of the ancient people of Africa. But the trouble is that these two events are located very far from each other, and if I go to the exhibition, I will somehow miss the lecture. This option does not suit me at all. And now let's look at the same situation, but only using the capabilities of the Internet. I can easily go to the exhibition, and then come home and watch the long-awaited lecture in online format. And now I've done everything I planned. The Internet has helped to make a cultural exchange between me and experts who gave me the information of the traditions of the ancient peoples of Africa.

In this simple example, you can see very well how the Internet helps in the implementation of cultural communications.

Another example is the overwhelming desire to get to the exhibition of Vincent van Gogh. The gallery, which presents the most famous works of the artist, is located in Amsterdam, in the legendary van Gogh Museum. I am currently unable to visit this country due to the coronavirus pandemic. But the Internet presents a unique opportunity to visit the exhibition in 3-d mode. Employees of the Museum conduct special video recordings of masterpieces so that everyone who cannot visit this amazing place personally can enjoy the works without leaving home.

2.2. Opportunities of Internet using.

Such opportunities can truly be called unique, because just a few dozen years ago, people could not imagine such a thing.

With the help of some statistics, I propose to analyze the main advantages of online exhibitions:

1. Significant savings in financial resources and high efficiency.

2. Detailed statistics about visitors to your virtual stand. The online exhibition retains the characteristic features of a traditional exhibition-stands (virtual), product presentation, communication between exhibitors and visitors.

3. The geography of communication – it assists in finding partners and clients in other countries.

4. Possibility of online contacts with visitors, which occurs by: exchanging business cards; talking in a chat; sending email messages, as well as exchanging offers, price lists, catalogs, contracts and other information;

5. Removing the language barrier. Built-in simultaneous interpreter (38 languages), including Chinese language, solves the problem of the language barrier;

6. The opportunity to present on the virtual stand even specific products and products that are difficult to present on the stands of traditional exhibitions.

7. Online stand at the exhibition is active for 1 year. For 12 months the company's virtual stand is being active on the exhibition site.

Thus, we can see that the Internet and its capabilities help not only visit an exhibition or lecture, but also find people with similar interests and meet people from other countries. Due to this, there is an active cultural interaction of society.

And now we can say with certainty that the Internet is the most important platform for cultural exchange.

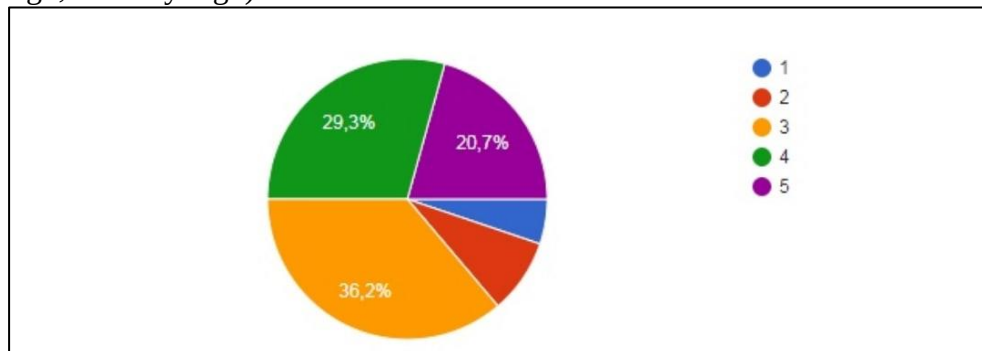
3. Practical part.

3.1. Social debriefing and its results.

By the methodology of our work we decided to take a social poll on the “Google forms” platform among young people between 16 and 25 years old.

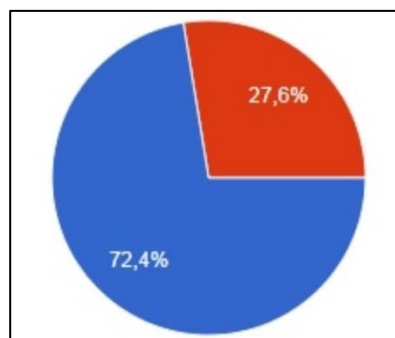
Here we will show the results that we got by the poll:

1. How much does the Internet help you study foreign languages? (1 – very low; 2 – low; 3 – medium; 4 – high; 5 – very high).



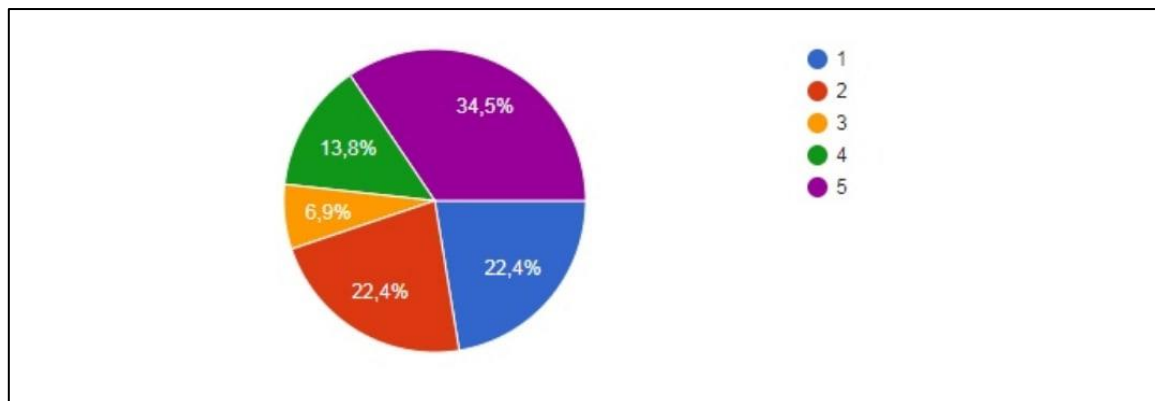
Based on it we can conclude that 50% of interviewed people actively use the Internet for studying foreign languages. In the particular moment anyone can find internet lessons of different languages.

2. Do you watch foreign bloggers in different internet platforms? (blue – yes; red – no)



72% of poll participants watch foreign media. Based on it we can say that Russian users are interested in foreign culture.

3. How much the Internet helps you make new friends? (1 – very low; 2 – low; 3 – medium; 4 – high; 5 – very high)



This diagram is ambiguous. 34% of participants has friends abroad, it helps them learn language and share own experience by each other.

3.2. Social media popularity comparison.

3.2.1. Spotify.

In particular moment the different social media takes different level of popularity. On the base of this our team decided to analyze number of Russian users on foreign platforms. The first platform we took is Spotify.

14 July 2020 started to work in Russia streaming service «Spotify» that is very popular abroad. By the statistics we can consider that in the second quartal of 2020 the number of users increased by 29%. In case of Swedish company, they decided not to publish the whole statistics for the number of Russian users. Spotify head said that the first week in Russia was full of events and was huger that in India.

Worth clarifying on the first week in India Spotify got 1 million unique users. In case of that we can claim that in Russia more than 1 million users got Spotify on their gadgets. That is why we think that our users are pleasant listening to new music on this streaming service.

3.2.2. Facebook.

According to the latest quarterly report for 2018, the number of users of the social network *Facebook* reached 1.49 billion people in which 185 million were in the United States and Canada, 561 million in the Asia-Pacific region, 278 million in Europe, and 470 million in other markets. In Russia, *Facebook* had a monthly audience of 53.5 million people, or 5.3 million people visited the site at least once a day.

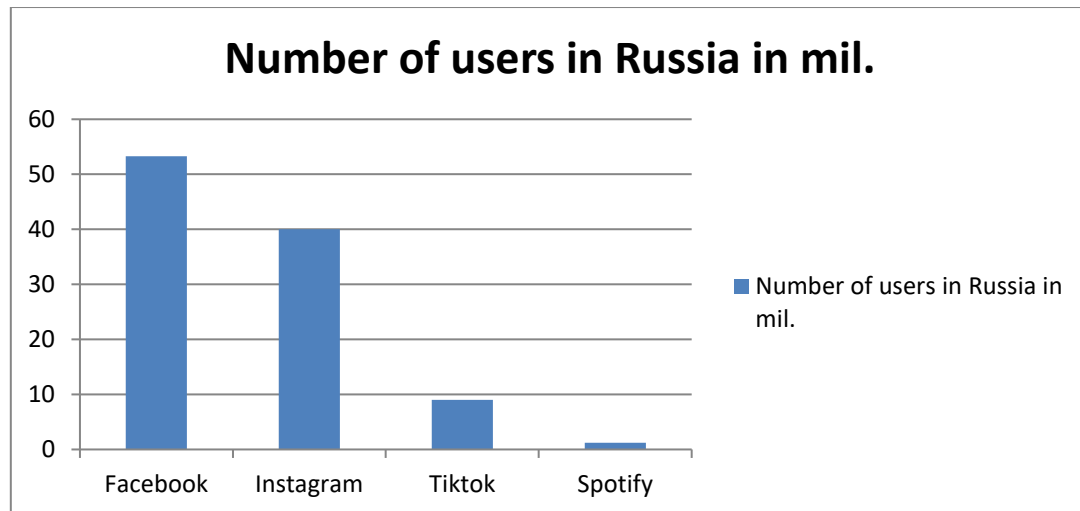
3.2.3. Instagram.

I also would like to consider a social network Instagram, which has been on the top for active users for several years. According to the research of 2019: 1 billion people use *Instagram* every month, half of them (500 million) log in to the app every day. Of these, there are about 40 million Russian users, which is not the largest number of the users, Russia is overtaken by countries such as Brazil (70 million), India (69 million) and other countries such as Canada, which had users increase of 20.4% in 2018 and 7.3% in 2019.

3.2.4. TikTok.

The most popular platform for posting videos among young people is now *TikTok*. In January 2018 the app was used by almost 55 million people, in July 2020-689 million people, and in August 2020 *TikTok* crossed the border of 2 billion downloads. Of these, 100 million are users from the United States, in the UK the number of active *TikTok* users exceeds 3.7 million people per month, the audience in France exceeds 4 million, in Russia there are about 9 million users, on average, users from Russia view 10 billion videos monthly.

3.3. Net platforms comparison.



How you can see *Facebook* is being the most popular internet platform in Russia. After it goes Instagram, then *TikTok* and *Spotify*.

It can be caused by the fact that *Facebook* includes many functions that are not provided in other platforms.

CONCLUSION

Summing up the scientific work based on the analysis of statistical data, we can conclude that the Internet is a fundamental factor in establishing communication between countries, as evidenced by the data presented in the graphs. The ability to establish online communication and consume content presented on the Internet to people from different countries makes it possible to form a similar picture of the world, which positively affects the cultural integration of different countries, as evidenced by statistics from global platforms. From this we can conclude that the Internet plays a fundamental role in establishing cultural interaction between people, as evidenced by a sociological debrief, data analysis and statics of world platforms.

BIBLIOGRAPHY

1. Journal of Economics and Business Research (2012). ISSN: 2068 -3537, E –ISSN (online) 2069 – 9476, ISSN –L = 2068 –3537Year XVIII, No. 1, pp. 118-129
2. Bardhan, P. (2006).Does Globalization Help?Scientific American,Volume 294.
3. Bischoff, H.-J. (2008). Introduction.In Risk in Modern Society,Bischoff H-J. Eds., Publisher: Springer Science-Business
4. Media, B., V., Mannheim.Abbate, J. (2000). Inventing the Internet. Cambridge, MA: MIT Press. p. 38. ISBN 978-0-2625-1115-5.
5. Heart, F., Kahn, R., Ornstein, S., Crowther, W., Walden, D. (1970). The Interface Message Processor for the ARPA Computer Network (PDF). AFIPS Proc. 36: 565. doi:10.1145/1476936.1477021. S2CID 9647377
6. Hafner, K., Lyon, M. (1996). Where Wizards Stay Up Late: The Origins of the Internet. Simon and Schuster. ISBN 978-0-7434-6837-4.
7. Abbate, J. (2000). Inventing the Internet. Cambridge, MA: MIT Press. pp. 36–111. ISBN 978-0-2625-1115-5

CHILD NEGLECT AND ITS EARLY IDENTIFICATION ²⁸

LUBICA NICOLUSSI ²⁹

Department of Social Work, Faculty of Health and Social Work,
Trnava University in Trnava

ABSTRACT

CAN syndrome is a phenomenon that is well known in the field of social work. It has four serious forms that manifest themselves as physical abuse, mental abuse, sexual abuse, and child neglect, and are everyday reality not only for Slovak children but also for children all over the world. Around the world, social workers have various tools that help them to identify and assess whether a child is being abused or not. In Slovakia, an internal decree of the Department of Social and Legal Protection and Social Guardianship applies of the Office of Labour, Social Affairs and the Family. When dealing with the case of an abused child, social workers proceed according to this decree. They may also apply their subjective views and experiences, nothing else. Therefore, in this article, we would like to focus on the process of creating a tool that should serve social workers as a guide that they could rely on when identifying an abused child (In this article, we are specifically dealing with child neglect.). Based on the theoretical concepts concerning violence against children in the home environment, the aim of this paper is to present the theoretical and practical dimension of the process of designing the CAN-Syndrome Rapid Test for Neglected Children and also to describe the methods we used to design it. Currently, the design of the rapid test has been completed, it was distributed to social workers who had provided us with the data that were processed in the IBM SPSS statistical software. Individual degrees of child risk have been outlined in the form of the CAN syndrome and we are currently working on a final version of the test questionnaire which would be user-friendly in the form of a single test. The aim is to achieve that the test could evaluate which form of the CAN syndrome a child suffers from and what is the degree of the risk. Given the fact that the rapid test is not intended for an in-depth and professional diagnostic examination, we always emphasize that our test is exclusively of a preventive nature.

Keywords: CAN syndrome, child, neglect, rapid test.

INTRODUCTION

A child is considered to be one of the most vulnerable components of our society and needs to be protected, brought up and cared for, because children are often a mirror reflection of their parents, the younger generation is a mirror reflection of our society, and, last but not least, they are our future. If we were to reflect the Maslow's Hierarchy of Needs (1943), individuals, after having been born, gradually increase their demands in life. They start with the basic physiological needs and continue with those that contribute to the evolvement of their personality. In the individual tiers of this hierarchy, we can find, in addition to the basic physiological needs such as food, water, etc., also other tiers, namely: safety, security, sense of belonging and love, etc. Love is one of the fundamental variables that is as important to a child as the mentioned, most basic physiological needs. It leads us to the conclusion that, unfortunately, not every child has these fundamental needs fulfilled during their lives. Many children encounter many obstacles in their lives, and these are caused by those who should be protecting them. The Child Abuse and Neglect Syndrome (CAN Syndrome) is a phenomenon that has been present in our societies for many years; it damages the life of children and their health, and it is malicious to the degree that the parents are capable of when harming their child (it could be other relatives and/or close persons, such as siblings, etc.). However, the CAN Syndrome is not just about visible abuse. It is much more sophisticated, more painful and

The paper was written thanks to the project APVV- 2016-0205 Identification of mechanisms for early diagnosis of CAN syndrome²⁸

Mgr. Lubica Nicolussi, Department of Social Work, Faculty of Health and Social Work, Trnava University in Trnava.²⁹ Email: lubica.nicolussi@tvu.sk

it is so diverse that it is often extremely complicated to free such child from suffering. The CAN syndrome represents a set of four serious forms, such as: physical abuse, mental abuse, sexual abuse, and neglect of childcare. However, in the process of detecting serious cases of child abuse, other, so-called special or specific forms of the CAN syndrome, have been gradually found, such as the "shaken baby syndrome" or the "Munchausen syndrome by proxy". In this article, we will primarily focus on one of the forms of the CAN syndrome, namely *child (care) neglect*. This form of the CAN syndrome can exist as a separate entity but is often part of other forms of the syndrome. In his research on correlations between different forms of the CAN syndrome, Fedor (2019) revealed a strong correlation between psychological abuse and neglect. Many experts (Turney and Tanner 2001, Belsky, Stratton 2002, Fuchsová 2009, Pemová, Ptáček 2016, Fedor 2019) agree that child neglect is one of the most serious forms of the CAN syndrome as it can exist as a latent form in the long-term or, sometimes, never detected, which has serious, irreparable effects on the child's life. This brings us to the point that Slovak social workers who work at the departments of social and legal protection of children and social guardianship of the Offices of Labour, Social Affairs and the Family essentially do not have any tools for a quick detection and identification of the symptoms of the CAN syndrome and, therefore no tools to provide early assistance to the child. "In Slovakia, methodological guidelines of the Central Office of Labour, Social Affairs and the Family are used by workers of social and legal protection and social guardianship, Internal standard no. I-067/2012 "Planning of Social Work when Implementing Measures of Social and Legal Protection of Children and Social Guardianship, and the Handbook on the CAN syndrome (Mydlíková et al. 2019, p. 133-134)." Therefore, there has been a need to address the situation and with the support of the Agency for Support of Research and Development, under the project APVV-2016-0205 *Identification of mechanisms for early diagnosis of the CAN syndrome*, the necessary tool began to be developed. The "Rapid Test", as the instrument is called, provides **objective** support when applying the above standard and the CAN syndrome manual in the process of the CAN syndrome risk rate assessment. This tool is intended for early identification of manifestations of the CAN syndrome. It is intended to be used not only by social workers but also by other first responders who do come into contact with potentially abused children (e.g. medical staff, the police, social workers, etc.). The rapid test is used for the purposes of prevention and early detection of the symptoms and manifestations of an abused child and does not replace professional in-depth diagnostics instruments. Its goal is to provide for, in time, the transfer of the child to the hands of other experts, based on the results of the test. For this reason, we keep emphasizing that **prevention** is the primary goal of the rapid test.

CHILD NEGLECT

In the introduction above, we mentioned that several authors agree on the view that child neglect is the most severe form of the CAN syndrome. This is often because child neglect may not be noticeable at first, or even at second, sight. Wilkinson and Bowyer (2017) perceive child neglect as a serious form of child abuse which can be present during childhood or also during adolescence of the child and can have consequences throughout their lives. Child neglect is often referred to as the second part of the CAN syndrome. We see that sometimes there are attempts to separate this form of the CAN syndrome from its other forms which we do not agree with as child neglect tends to be present and interlinked with other forms of the CAN syndrome. There are several definitions describing the characteristics of this phenomenon. We consider the definition of Mydlíková et al. (2013, p. 22) to be the most comprehensive one: "...under the term *child neglect* as part of the CAN syndrome we mean an acute and serious risk to the child due to the lack of care and stimuli that are important for his healthy physical and mental development, abandonment of a minor or inability of a parent or an individual to whose alternative care the minor has been placed to protect the child from risk.", and also the definition according to Pemová and Ptáček (2016) according to whom *child neglect* is a behaviour of a caregiver which exceeds or falls short of the formally (lawfully) or

informally (according to customs) defined rules of proper care and upbringing of the child. The quality of child care is compared with our current knowledge of children's developmental needs, living standards of the given family and the society as a whole, including the availability of public services (health care, schooling and social services), and the society's perception of childhood as a stage of life and the overall position and role of a child in society. Child neglect can be defined as a situation when the child's needs are not being adequately met which leads to threats to his or her life, health, or development. In addition to the fact that child neglect can co-exist with other forms of violence committed against children, it also has its own forms which differ from each other. Authors Dubowitz, Newton, Litrownik, Lewis, Briggs, Thomson, English, Lee, Feerick (2005) Hornor (20014) have stated that child neglect is a phenomenon characterized by its heterogeneity. For this reason, there are many authors who do not perceive neglect as one compact form with its own specific elements and break down this form of the CAN syndrome into other sub-forms which differ from each other in their manifestations. This confirms the statements of the mentioned authors that child neglect is a form of child abuse which is difficult to detect and is often a long-term latent form of ill-treatment of a child. In addition to the fact that child neglect can be considered a phenomenon of many forms, the fact that there are cultural differences between countries and thus differences in the perception of this phenomenon does not help to establish its general definition and identify the phenomenon based on its strict and clear manifestations. WHO (2002), Dubowitz, Papas, Black, Starr (2002), Slaný (2008) and Fedor (2019) point to differences in definitions and different classifications of neglect, and different obligations to report child neglect, which, ultimately, complicates the global estimate of the scale of this problem and also makes it almost impossible to make a meaningful comparison between countries concerning this phenomenon.

Fuchsová (2009) Hornor (2014) and Raws (2018) Fedor (2019) are among the authors who describe child neglect according to individual sub-forms. They describe the following direct forms of child neglect:

- physical neglect (refusal of health care, poor hygiene, homelessness, harm to child's health, untreated injury, or illness, etc.),
- neglect of health care (neglect of preventive medical care, non-provision of medicines, refusal of compulsory vaccinations),
- leaving the child, rejection of the child in the household (one of the most difficult forms of child neglect, leaving the child in a locked car in frost or heat, a situation when the child is not welcome in the household after the change of the parent's partner, a situation when the child goes back and forth between different relatives with no stable environment),
- nutritional neglect, failure to thrive without organic causes (the child is not provided with food in adequate amounts, of nutritional value and/or health safety which may result in malnutrition but also in obesity),
- developmental neglect and neglect of education (insufficient catering to the needs related to physical, emotional and cognitive stimulation; educational neglect poses a risk to social integration of the child, the child does not enrol in school or misses classes on no grounds, with parents being aware of it);
- emotional neglect (lack of love, support, and emotional background).

In addition to these direct forms of child neglect, neglect can also be divided into stages of neglect development: the first signs of neglect, the stage of developed neglect, the phase of severe neglect or the phase of neglect endangering the child's life (DePanfilis 2006; Mydlíkova et al. 2013 Fedor 2019). These authors (Allin, Wathen, MacMillan 2005; DePanfilis, Dubowitz 2005;

Dubowitz, Newton, Litrownik, Lewis, Briggs, Thomson, English, Lee, Feerick 2005) argue that in some countries (for example Canada) child neglect is the most common type of child abuse, and yet it is not often found in literature and/or is not linked to the victimization of children, which is a huge mistake. As a result, there is lack of information on the prevalence of this type of child abuse and maltreatment and of the information on its consequences as most of the studies focus on sexual abuse or mental or physical abuse. All this has an impact on the missing or insufficient methodological quality of research and the measurability of child neglect; thus, its identification is problematic and has serious consequences also in practice. DePanfilis and Dubowitz (2005) point to the paradox that even though the prevalence of this type of child abuse is the highest, there is the least of??? specific interventions in this area and even fewer actions to prevent it. Given the serious effect of child neglect, it is particularly important to address this issue, whether in terms of prevention or specific intervention.

Chapple, Tyler, Bersani (2005) argue that with neglected children there is higher rate of violence, property crime and general crime than, for example, physically abused children. By pointing to this, the authors do not wish to say that other forms of the CAN syndrome have negligible or no consequences or are less serious. They are rather attempting to emphasize that child neglect, although often overlooked in the literature, is just as dangerous and may have more far-reaching consequences than it seems at first sight.

Theoretical baseline for the design of the Rapid Test - Child Neglect

From an early age, we are influenced by various factors that affect us – what we are, what we will be like and how we will treat ourselves and other people. To a certain extent, we can also influence other people's behaviour towards us. In this respect, the child is an extremely endangered element and can become not only the target of a violent behaviour but also a risk factor for the dangerous behaviour of others. The environment that has the strongest influence on us with regards to our development is the family system at various levels. According to Belsky, Stratton (2002) and Fuchsová (2009), these levels can be defined as transactional patterns that are maintained by two types of pressure (universal rules and mutual expectations). Fuchsová classified these levels as: partners' level, parent-child level, and siblings' level.

When designing our rapid test, we therefore relied on several findings that follow a premise that a human being is a creature who can be influenced, who develops within a certain environment, and is part of several systems, and is not only influenced by the family system but by many other aspects that may condition, with certain type of individuals, the emergence and development of violence. There are many risk factors that trigger violence against children in the home environment. Fuchsová (2009) described two basic theoretical views on child abuse, which she describes based on socio-psychological and sociological explanatory concepts. Within these concepts, she defines several approaches (Fuchsová, in Mydlíková et al. 2019), in an attempt to explain the problem of child abuse in the home environment and these concepts includes: a social-interactive approach (this approach is based on transactional patterns between individual family members and on the risk-oriented approach on the part of the parent, the child and the situation e), socio-cultural approach (violence is conditioned by culture, violent behaviour is acquired, the use of violence to raise a child is normal, correct and necessary from the point of view of the extended family or violence is accepted as a cultural norm), socio-structural approach (strong influence of socio-economic status – the economic and social inequality causes deprivation, which turns a person at risk into a perpetrator of child abuse), a socio-environmental approach (perceives the family as a system that operates in a macrosystem, mesosystem and microsystem that can cause pressures and influence domestic violence), and the last is an integrated model of child abuse risk factors

(perceives the perpetration of violence in the family environment as a result of the combination of many, various factors). For the sake of our argument, we have found the strongest support in the integrated model of abuse, as it is based on and respects the complexity of the problem of child abuse. This model does not perceive abuse as a straightforward process (Belsky, Stratton 2002; Fuchsová 2009) but rather as a situation following from a tangle of situations, and external and internal risk factors. Belsky and Stratton (2002) also point out that in the past, several authors have focused too much only on one type of the cause of abuse, and today the reality is such that no model based on a simple linear causal relationship would be adequate.

In their practice, social workers must follow the whole, complex situation, considering various aspects of child abuse. It is all the more important to monitor this complex situation when dealing with child neglect, because it may be taking place consciously but, in some cases, also unconsciously and unintentionally, which is often linked to the problems of families-in-need. (Fuchsová 2009; Pemová, Ptáček 2016; Fedor 2019). We do not know yet exactly how many neglected children are there in the Slovak Republic but if there is only one such child, it is important to address it. In his publication, "*Týrané, zneužívané a zanedbávané dieťa*" (Abused, Ill-treated and Neglected Child) states that according to the US Department of Health and Human Services, child neglect is the most common form of the CAN syndrome, 57% of 903 000 children who suffered from the CAN syndrome in the US in 2001 were neglected children. According to more recent studies of 2005, the prevalence of the CAN syndrome has fallen slightly in the US (898,000 children) but the percentage of child neglect has risen from 57% to 62.8%, which is alarming. In principle, these figures indicate that prevention and rapid identification of this type of ill-treatment of children is more than necessary. No child deserves a life without love, respect, safety, and security. Prior to the designing of our rapid test, we have studied a body of literature with this subject matter, a number of research papers and studies and we arrived at a conclusion that apart from the internal standard No. I-067/2012 and a CAN syndrome handbook, the Slovak social workers do not have anything at hand that would make their assessment of children potentially at risk of the CAN syndrome more objective. Our goal is to develop a standardized rapid test which is to serve social workers for early identification of child neglect, and for a quick, effective and efficient measurement of whether a child has been showing the signs of neglect in all its forms. It is also important to consider the degree of risk that the child demonstrates. For a better understanding, we present a diagram that shows the sequence of our steps when designing the rapid test.



Picture n. 1. Rapid test construction diagram
(Source: own)

The first step in compiling the items in our rapid test was an analysis of the content of literature which allowed us to saturate the rapid test with items that are causally related to child neglect. Once we had enough items repeating themselves, we designed a test form. Based on the items obtained, we created two categories of items, which we called manifestations and symptoms and risk factors, thus complying with the integrated model of risk factors for child abuse. In order to know that the individual items are really related to child neglect, and also whether they are suitable for the questionnaire from the viewpoint of different professions, we applied the Delphi method, which is commonly used in management. There are several views on this method. According to Míka (2006), it is a method that is particularly suitable for long-term forecasts or time interval estimates in which a certain specification of a given phenomenon or an event can occur. Twin (2019) rather points out that the Delphi method is a framework of forecast processes that are based on the results of several rounds of questionnaires while answers from the questionnaires are

being collected and shared with the group after each round. Experts may adapt their answers in the subsequent rounds based on how they interpret group responses provided to them. Based on this method, we obtained a lot of information from experts who work with victims of domestic violence. They were experts in the field of social work, psychology, law, pedagogy, but also members of the police. These experts assessed the individual items of the questionnaire in two categories: (1) manifestations, symptoms, and (2) risk factors. They were assessing if these items were relevant or irrelevant, appropriate, or inappropriate. Since we designed our rapid test for all forms of the CAN syndrome, we created four categories of tests which we divided as follows: physical abuse, mental abuse, sexual abuse and neglect (in this article, we focus only on the test designed for child neglect); answers to the questionnaire could be given using the Likert scale from 0 score points (does not occur) to 4 score points (intense occurrence). We designed the items based on the opposite poles. In the next stage of the rapid test design, we used the mentioned **nominal group technique**. For us, it meant that we passed the completed questionnaire to social workers who work in the field of social and legal protection of children. They pointed to minor errors in the questionnaire, such as: incomprehensible wording of items, duplicate items or that some items were not suitable for every age group of children. This was followed by the first testing in the field. Prior to filling in the questionnaire, social workers stated, based on their own judgement, what was, according to them, the child neglect risk rate (moderate, medium or high risk rate). Subsequently, after having completed the rapid test, they could compare their own estimates with the numerical result provided by the test. At the end of the first testing round we found out that the test response scale (0-4) was inappropriate because it did not provide us with relevant results when comparing the risk rate results of the test with the social worker's estimate. This finding led us to give new wording to the items and redesign the final version of the questionnaire. We also arrived at a decision regarding the transition from scaling to semantic evaluation (yes-no-don't know), and we also removed the polarization of items because it has lost its meaning in this case. This way, we created a set of rapid tests for the "Child Neglect" form, namely test A (age group 0 to 6 years) and test B (from 6.1 years). The nominal group technique and the first testing were a useful tool for us. After these steps, we designed the final version of the test, with clearly worded items. The test was divided into two age categories and individual items were broken down into the following sections: manifestations, symptoms, and risk factors. For a better idea about the design of the questionnaire, below is the graphic visual of the questionnaire. When designing the rapid test, a manual was created providing explanations to individual items of the rapid test. The explanatory comments were inserted directly next to individual items of the test. The end result now is that if you place the cursor over any of the test items, an explanatory note pops up on the display.

Rapid test - Child Neglect - form A children from 0 - 6 years			
Improbable occurrence of child neglect	Probable occurrence of child neglect	Highly probable occurrence of child neglect	
☒	☐	☐	
Sex:	male ☐ female ☐	Age:	0
1) Symptoms and manifestations of neglect	Yes	No	no answer
Delayed physical and mental development of the child	☐	☐	☐
Weak vocabulary	☐	☐	☐
Obvious signs of malnutrition	☐	☐	☐
Unsuitable clothing	☐	☐	☐
The child's neglected appearance	☐	☐	☐
Occurrence of inflammatory diseases of the skin, mouth, eyes ...	☐	☐	☐
The child is hungry	☐	☐	☐
Low self-confidence, great uncertainty in contact with others	☐	☐	☐
Untreated and neglected teeth	☐	☐	☐
The "stickiness" of the child	☐	☐	☐
Apathetic, as if without emotions	☐	☐	☐
Self-harm practices, suicide attempts	☐	☐	☐
2) Risk factors for child neglect	Yes	No	no answer
A family living on the edge of poverty or in poverty	☐	☐	☐
Long - term unemployment of the parent (s)	☐	☐	☐
The child lives with a single parent	☐	☐	☐
Immature parent	☐	☐	☐
The family lacks social support	☐	☐	☐
No / substance dependence of the parent (s)	☐	☐	☐
Mental disorder / cognitive deficit	☐	☐	☐
The parent himself was a victim of violence as a child	☐	☐	☐
Weak parental competencies	☐	☐	☐
A child with special needs	☐	☐	☐
Housing instability	☐	☐	☐
A family experiencing stressful events	☐	☐	☐
Stepparent in the family	☐	☐	☐
Unwanted child	☐	☐	☐
There was a suspicion of violence in the family	☐	☐	☐
Dangerous, threatening environment of home and surroundings	☐	☐	☐
Parents are not interested in meeting the child's needs	☐	☐	☐
Household emergency	☐	☐	☐
Inadequate animal care	☐	☐	☐
High parental criticism of the child	☐	☐	☐
The child does not have his own space for toys, learning, personal belongings	☐	☐	☐
The parent has unrealistic expectations from the child	☐	☐	☐
Unsecured adequate health care	☐	☐	☐
The baby does not have his own bed	☐	☐	☐

©Katedra sociálnej práce | Fakulta zdravotníctva a sociálnej práce | Trnavská univerzita v Trnave

Picture n. 2. Rapid test
(Source: own)

When we got the final form of the rapid test, we locked it to prevent external interference. The next step was to make it work in an electronic form by deliberately selecting individual social workers from 19 districts (46 districts were originally addressed) who work at the Departments of Social and Legal Protection of Children and Social Guardianship. Gradually, the completed rapid tests were returned to us. To date, we have received over 100 filled in tests for child neglect. We uploaded the obtained data, based on individual tests, into the statistical software IBM SPSS. In this software, we created a dataset which we assembled based on individual items from the rapid test to which we assigned answers from each test and to each single question. In order for the test to be able to evaluate the degree of the risk of child neglect based on the answers of respondents, we had to calculate the score separately for child neglect test Category A (from 0 to 6 years) + manifestations, symptoms, and separately for risk factors and child neglect test Category B (from 6.1 to x) + manifestations, symptoms and risk factors. This is how we created 3 degrees of child risk, namely: moderate risk, medium risk, and high risk of the CAN syndrome -- Child Neglect.

CONCLUSION

Designing a tool that is intended to be used in practice and the one that is truly usable and brings relevant results is a demanding job that requires a lot of time, concentration, and knowledge from different fields of expertise. Even more so when it comes to a specific form of applied research with its numerous research processes that require time and precision. We are currently working on making the test more efficient and, at the same time, making its interface more user-friendly. Within the CAN syndrome, the test is now divided into four categories, namely the category of physical abuse, the category of mental abuse, the category of sexual abuse and the category of child neglect. Our ambition is to finalize the design of the test in the near future in such a way that, based on the answers, the test will evaluate all categories at the same time and determine which category applies the most to the assessed child and what is the real rate of abuse that the child is at risk of. The priority of the rapid test is objectivity and prevention which can lead to an early detection of the risk of abuse or neglect of the child in the home environment because no child deserves to be abused in any way.

BIBLIOGRAPHY

1. Belsky, J., Stratton, P. (2002). *An Ecological Analysis of the Etiology of Child Maltreatment*. [online]. [cit. 2020-11-03] available at: https://www.researchgate.net/publication/237086157_Belsky_J_Stratton_P_2002_An_ecological_analysis_of_the_etiology_of_child_maltreatment_In_K_Browne_H_Hanks_P_Stratton_C_Hamilton_Eds_Early_Pre_diction_And_Prevention_Of_Child_Abuse_A_Handbook_Chapter_6_
2. DePanfilis, Dubowitz (2006). *Child Neglect: A Guide for Prevention, Assessment, and Intervention*. [online]. [cit. 2020-11-02] available at: <https://www.childwelfare.gov/pubPDFs/neglect.pdf>
3. Depanfilis, D. and Dubowitz, H. (2005). *Family Connections: A Program for Preventing Child Neglect*. [online]. [cit. 2020-11-02] available at: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1077559505275252>
4. Dubowitz, H. et al. (2005). *Examination of a Conceptual Model of Child neglect*. [online]. [cit. 2020-11-02] available at: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1077559505275014>
5. Dubowitz, H., Papas, M., A., Black, M., M., Starr, Rh. (2002). *Child Neglect: Outcomes in High-Risk Urban Preschoolers*. Paediatrics vol. 109, No 6. [online]. [cit. 2020-11-02] available at: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.569.7933&rep=rep1&type=pdf>
6. Fedor, M. (2019). *Týrané, zneužívané a zanedbávané dieťa (Abused, mistreated, and neglected child)*. Martin: Osveta. 183 s. ISBN: 978-80-8063-484-1

7. Fuchsová, K. (2009). *Týrané dieťa (Abused child)*. Bratislava : IRIS. 190 s. ISBN: 978-80-89256-30-3
8. Heather, A., Wathen, N., Macmillan, H. (2005). *Treatment of Child Neglect: A Systematic Review*. [online]. [cit. 2020-11-02] available at: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/070674370505000810>
9. Hornor, G. (2014). *Child Neglect: Assessment and Intervention*. [online]. [cit. 2020-11-02] available at: [https://www.jpedhc.org/article/S0891-5245\(13\)00349-0/pdf](https://www.jpedhc.org/article/S0891-5245(13)00349-0/pdf)
10. Chapple, L., C., A., K. Tyler A., E., Bersani, B. (2005). *Child Neglect and Adolescent Violence: Examining the Effects of Self-Control and Peer Rejection*. [online]. [cit. 2020-11-02] available at: <https://digitalcommons.unl.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1067&context=sociologyfacpub>
11. Maslow, Abraham, H. (1943). „*A Theory of Human Motivation*“, *Psychological Review*, Vol. 50, s. 370-396, [online]. [cit. 2020-11-02] <http://psychclassics.yorku.ca/Maslow/motivation.htm>
12. Míka, V., T. (2006). *Manažérske metódy a techniky*. [online]. [cit. 2020-11-03] available from: <http://fsi.uniza.sk/kkm/files/publikacie/mmt.pdf>
13. Mydlíková a kol. (2013). *Príručka o syndróme CAN*. [online]. [cit. 2020-11-03] available at: https://www.upsvr.gov.sk/buxus/docs/SSVaR/SPODaSK/Prirucka_CAN_NP_DEI.pdf
14. Mydlíková a kol. (2019). *A zrodilo sa zlo. (And evil was born)*. Trnava: TYPY UNIVERSITATIS TYRNAVIENSIS. 157 s. ISBN: 978-80-568-0194-9
15. Mydlíková A. a kol (2019). *Creating rapid test for timely CAN syndrome diagnostics*. *Pensée Plurielle*. Vol. 2, N°50, s. 75-90, ISBN : 978-2-8073-9298-4
16. Pemová, T., Ptáček, R. (2016). *Zanedbávání dětí. (Child neglect)* Prague: Grada Publishing. 200 s. ISBN : 978-80-247-5695-0
17. Raws, P. (2018). *Thinking about adolescent neglect: A review of research on identification, assessment, and intervention*. [online]. [cit. 2020-11-02] available at: <http://www.redbridgelscb.org.uk/wp-content/uploads/2016/04/Thinking-about-adolescent-neglect-a-review-of-research-Childrens-Society-Luton-SCB-2018.pdf>
18. Slaný, J. (2008). *Syndrom CAN- Syndróm týraného dieťa. (CAN Syndrom -- Abused Child Syndrom)* Ostrava: Ostravská univerzita. ISBN 978-80-7368-474-7
19. Turney, D., Tanner, K. *Working with neglected children and their families*. *Journal of Social Work Practise*. [online]. [cit. 2020-11-02] available at: <https://smad6740.files.wordpress.com/2016/01/jswp-2001.pdf>
20. Twin, A. (2019). *Delphi Method*. [online]. [cit. 2020-11-03] available at: <https://www.investopedia.com/terms/d/delphi-method.asp>
21. Wilkinson, J., A, Bowyer, S. (2017). *The impacts of abuse and neglect on children; and comparison of different placement options*. [online]. [cit. 2020-11-02] available from:

RESEARCH OF THE STOCK MARKET TRADING VOLUMES IN THE BALTICS AND THEIR SENSITIVITY TO HIGH LEVELS OF VOLATILITY DURING THE FIRST HALF OF 2020

MARIJUS PLAKYS, EDGARAS KLONIŪNAS

Kaunas University of Technology
Advisor assoc.prof. Rasa Norvaišienė

ANNOTATION

The first half of 2020 was marked with COVID-19 pandemic which caused a lot of uncertainty that impacted the markets all around the world. Due to that international markets reacted with notable changes in volatility and trading volumes. This paper focuses on changes of trading volumes in the Baltic stock market and its reaction to high volatility comparing results observed in the first half of 2020 with first halves of 2015-2019 and also analysing and comparing calculated data with Swedish and American stock markets.

Keywords: Baltic stock market, volume-volatility relationship, trading volumes, volatility.

INTRODUCTION

The first half of 2020 was not only marked with pandemic uncertainties; the economy of the whole world was almost shut down in a few weeks and the fear of the unknown became the usual state for many. The stock markets were not excluded, even though the S&P 500 index was at its record highs in February it soon suffered one of the biggest downfalls and fell by around 33% during a following month. The same effect was seen in other markets all around the world, Sweden's OMX Stockholm 30 fell by more than 28% during the same time period, UK's FTSE was down by around 30% as well. The quick fall followed by extreme monetary policies of the governments caused a huge influx of new money into the markets and they managed to bounce back rather quickly. The immense amount of unexpected changes in stock prices caused one of the best indicators of market volatility – the VIX index to reach highs that were last seen during the 2008 financial crisis.

During the years, the relationship between the trading volume and volatility in the markets was researched by many academics. According to Chen, Firth and Rui (2001) and their research results from nine international markets from 1973 to 2000, a positive correlation between trading volumes and the absolute value of the stock price changes was observed. According to Louhichi (2011) and his study on Euronext Paris results, he confirms the well-known positive relationship between volume and volatility and supports the mixture distribution hypothesis as volume significantly reduces the persistence of volatility. The trend that was identified most of the time states that the volumes of trading follow the volatility of the stock prices in the markets and increase during the times of crisis or other times of uncertainties. As there is a lack of research covering this relationship and its existence in the Baltics, we will try to evaluate the change of trading volumes that was caused by the crash of 2020 and the recovery after it. The evaluation will be done comparing the data with Swedish and the American stocks. After the evaluation is concluded we will assess if there is a certain trend of changes in volume among the three regions.

Goal of the research - determine if there is a certain trend revolving around the changes in trading across the Baltics, Sweden and United States of America during the time of high market volatility.

Tasks of the research:

1. To evaluate the changes in trading volumes of the Baltic stock market during the time of increased volatility in the first half of 2020.
2. To evaluate the changes in trading volumes of Baltic, Swedish and American stocks.
3. Compare the calculated changes in volumes across the three regions in order to determine if there is a certain trend which involves joint changes in trading volume.

Research methods: collection, processing, comparison and analysis of statistical information, correlation analysis.

METHODOLOGY

As it is mentioned before we used Sweden and the United States as comparisons while comparing them to the Baltics. Sweden was chosen as it is both geographically and economically near the region of the Baltics, many businesses of the countries have tight relations between themselves. According to Kersti Harkmann (2018), the Baltic stock markets are integrated with the Swedish stock market, and that this cointegrating relationship implies transmission of shocks from Sweden to the Baltic States. In order to analyse stock market activity in the Baltic states, Sweden was chosen as the economy that is the most similar to the Baltics and could be the best benchmark that could be used for understanding the trends in the Baltic states.

When it comes to the United States, we used the most popular index in the country - S&P 500. It is capitalization - weighted index and consists of 500 largest companies in the USA. The index itself is often used as the benchmark for many stock markets around the world.

For our calculations both in the Baltics and in Sweden we used trading volumes of the 30 most traded stocks. The Swedish ones were taken directly from the OMX Stockholm 30 index which consists of 30 most traded Swedish stocks. In the Baltics, the 30 companies were chosen depending on their volumes during the past 5 years.

The calculations include the averages and growth rates of only the first halves of each year, as we are focusing on the first and second quarters of 2020. The numbers were also adjusted in case there were new Initial Public Offerings. The companies were not included in the calculations of the averages, totals and the growth rates as their introduction in the middle of the analysed period would distort the results to the higher side.

Some parts of the paper include the VIX index and calculations of its averages. We used weekly prices of the index and computed both monthly and yearly mean averages of the first halves of 1990-2020 period.

The overview of the Baltic stock market trading volumes during the first halves of 2015-2020

In order to adequately understand the impact of pandemic's caused market volatility to the trading volumes of the Baltic stocks during the first half of 2020, Baltic stocks' trading volumes will be compared with the first halves of the year during the 2015 – 2019 period.

According to the results (see Figure 1), trading volumes increased as well as decreased during the analysed period differently. Comparing with previous year, during the first half of 2016 trading volumes increased by 35.73% mainly because of a higher volatility in the market than in 2015, during the first half of 2017 a notable decline of 69.14% was seen while during the first half of 2018 an increase of 0.15% was observed which means that trading volumes were almost as equal as in the first half of 2017. Even though the volatility in the market increased by a little bit in 2018 but the stable noteworthy 10.24% growth of OMX Baltic in 2017 indicates that increase in volatility was not high enough to rise the trading volumes significantly. Throughout the first 6 months of 2019 comparing with same period of 2018 volatility in the market was significantly higher and positive volume-volatility relationship could contribute to the increase of trading volumes by 15.21%. During the period of the pandemic, which is the most relative to this paper, the

highest 50.15% rise in trading volumes was noticed. The most extreme differences between periods were noticed in 2017 and 2020. It could be explained by completely opposite states of the market when it comes to volatility and volume-volatility relationship during the first halves of 2017 and 2020. On the first half of 2017 no huge shocks or important events happened and due to that market volatility was very low and that way reduced trading volumes comparing with 2016 while on the first half of 2020 an extreme event, that highly increased market volatility and consequently trading volumes, took place.

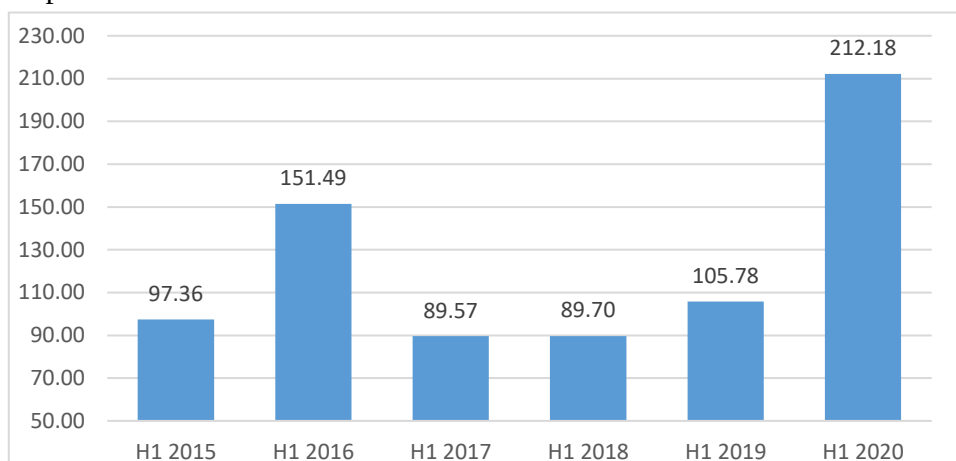


Figure 1 Total trading volumes in the Baltic stock market during first halves of 2015-2020, units in millions

During 2015 – 2019 period stock market did not suffer any big shocks as financial crisis of 2008 or the pandemic in 2020. This could indicate that market volatility and, partly because of this, trading volumes were not at a high level. A completely different situation was experienced on the first half of 2020, especially in March, when volatility and trading volumes were very high due to the shock of pandemic. This could be seen in the chart (see Figure 2) as trading volumes in the first half of 2020 increased by 98.71% comparing with 2015-2019 first half average. This huge increase was mostly affected by the already mentioned significant increase of volumes in March which was the month with the highest number of stocks traded, comparing it to all the months during the whole analysed period.

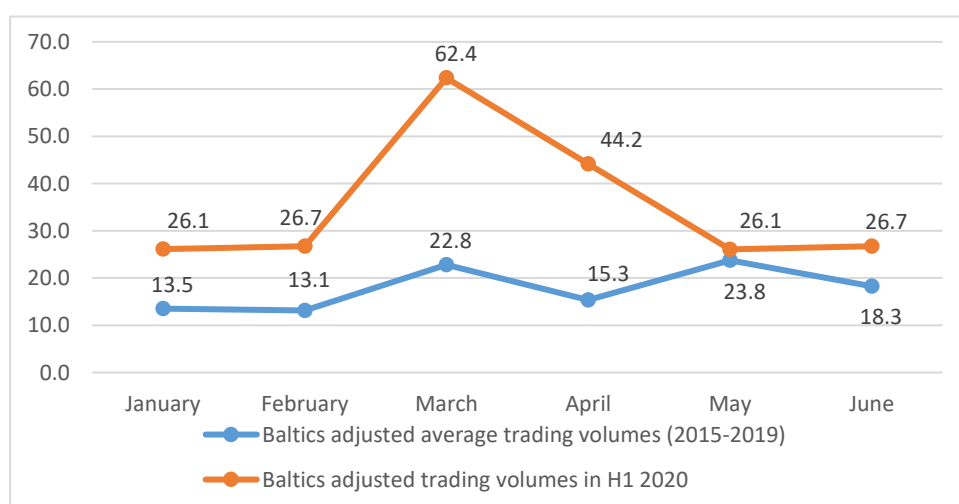


Figure 2 Adjusted average monthly trading volumes during first halves of 2015-2019 and 2020 in the Baltic stock market, units in millions

Taking everything into consideration, the increase in trading volumes during the first half of 2020 in the Baltic stock market was definite.

Comparison of trading volumes of Swedish and Baltic stocks

Although at first glance, the numbers of stocks traded in the Baltics and in Sweden differ a lot (a total of 14.2 billion trades were made in Sweden during the first half of 2020 compared to 246,4 million in the Baltics), the paper focuses on how the pandemic affected the change in the volumes, not in the absolute number of trades made across the regions.

The general trend of Swedish stocks does not differ much from the American ones that will be mentioned later in the paper. In fact, during our research, we calculated a correlation coefficient of 0.8929 among the trading volume trends of IPOs adjusted Swedish and American stocks.

Trading volumes of the selected stocks differed throughout the analysed period and did not show a particular trend of increasing or decreasing that would be consistent throughout the years (see Figure 3). An increase of 1.65% in the volume of traded stocks in the first half of 2016 was followed by a significant decrease of 12.17% in the first 6 months of 2017. Although there can be many reasons for the decrease, the one that we focus on is the lack of market volatility during that period, stocks did not feel any unexpected shocks and just rose during the months. That also goes together with the previously mentioned point of a positive relationship between volumes and volatility. As the first half of 2018 was a bit more volatile than the same period a year before, the volume of stocks traded in Sweden rose by 7.13% and reached 11.77 billion units. It fell by 16.52% in the first half of 2019 which can be explained by many investors waiting in the “side-lines” while the stock market was booming during the period. The first half of 2020 brought a very significant increase of 27.42% of the trading volumes. The total number of stocks traded during the period reached almost 14 billion and it is both the highest number during the analysed period and the highest increase compared to other periods.

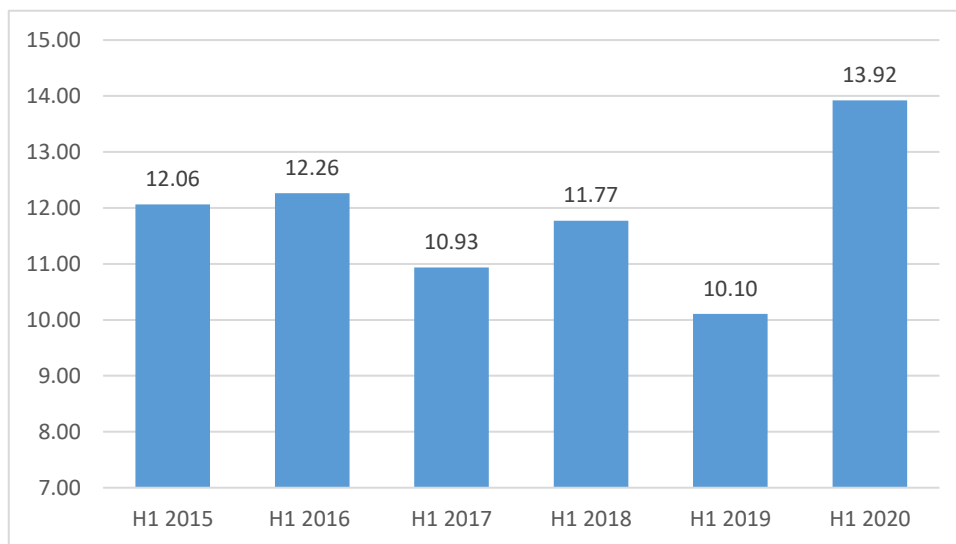


Figure 3 Total trading volumes in Sweden's stock market during first halves of 2015-2020, units in billions

The increase of trading volumes of Swedish stocks during the first half of 2020 can be explained by a high volatility in the market as many indices in the world recorded some of the highest prices up to date and experienced some of the biggest crashes as well. This point can also be proven by the fact that March of 2020 was the month that had by far the most trades during the analysed period, more than 3.9 billion Swedish stocks were traded during the month (October of 2018 is in the second place with 2.5 billion) (see Figure 4). This month had clearly some of the most volatile trading days of 2020 as the stocks experienced a sharp fall in the first half of the month and a bounce back during the second one. As it can be seen in the graph, March was mostly responsible for the growth of trading volumes in the first half of 2020.

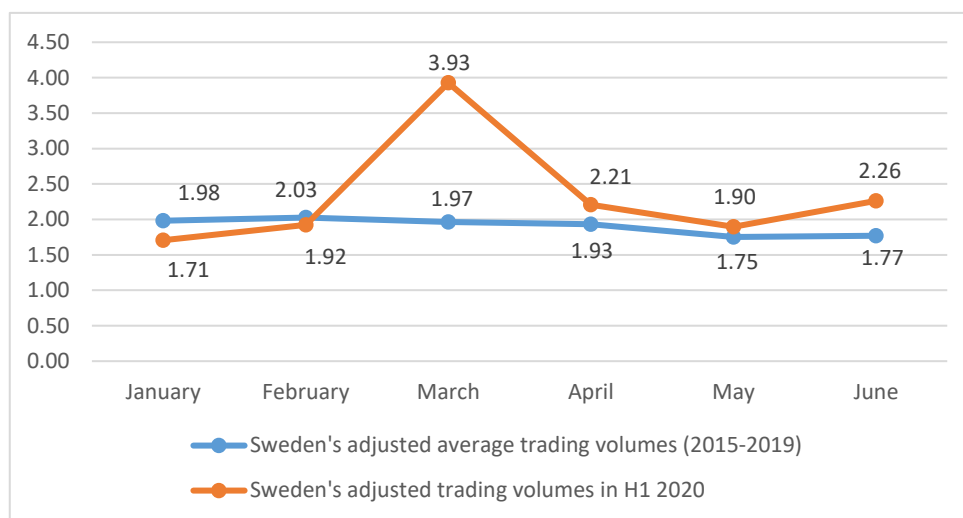


Figure 4 **Adjusted average monthly trading volumes during first halves of 2015-2019 and 2020 in Sweden's stock market, units in billions**

Although the trading volumes of Swedish and Baltic stocks moved in the same directions, the size of the changes differed by a significant amount during the whole period. While the Swedish volumes increased by 1.65% during the first halves of 2015 and 2016, the Baltic volumes jumped by 35.73%. As the first six months of 2017 had a drop of volumes of 12.17% in Sweden, the Baltic stock exchanges experienced a way more extreme fall of 69.14%. The Baltic volumes also did not have a big bounce back after 2017, as the first half of 2018 provided only a 0.15% increase in volumes. The only year when Swedish and Baltic stocks volumes moved in different directions was 2019, during its first half the number of Swedish stocks decreased by 16.52%, while the Baltic volumes increased by 15.21%. 2020 is the year that the paper is focused the most and it can be noticed that trading volumes experienced growth in both markets during the first half of the year. The Swedish volumes grew by 27.42%, while the Baltic had a more extreme case of 50.15% growth.

Our findings helped us to identify that stock trading volumes in both regions moved in the same directions almost throughout the whole period. The Baltic stocks experienced more extreme changes with bigger increases and decreases, one of the reasons for that might be the sheer size of the market and how it can be moved by institutional investors more easily, but this paper does not focus on that.

Comparison of trading volumes of American and Baltic stocks

American stocks are considered as the benchmark in stocks market while the Baltic stocks are not as longstanding and popular as American ones. Trading volumes between the most popular

American and Baltic stocks differ thousands of times but despite that both are actively traded and react to market shocks.

During the first half of 2016 trading volumes of the American stocks increased by 2.48% compared with the first half of 2015 while yearly change in the first half of 2017 compared with the same period in 2016 was –33.88% resulting in a higher than one third decline in trading volumes. The first half of 2018 resulted in significantly increased volatility which contributed to 12.30% increase of American stocks' trading volumes comparing it to a quite calm first half of 2017. While the first half of 2019 was not so volatile and could be one of the reasons to yearly decline of 15.99% in trading volumes. During the first half of 2020 trading volumes increased by 27.40% (see Figure 7). The most notable yearly changes of the trading volumes during the analysed periods were during the same years as in the Baltics – 2017 and 2020. These changes could be explained with the changes of VIX index, which is a popular measure of stock market's expectation on volatility. The VIX is an implied volatility index derived from a number of put and call options on the S&P 500 index with maturities close to the target of 22 trading days and is derived without reference to a restrictive option pricing model (Becker, Clements and McClelland, 2009). In the first half of 2017 index's average value was the lowest since 1990 which means that market volatility was extremely low and trading volumes decreased because of that. As in the first half of 2020 VIX average value was the second highest since 1990, its value was higher only during the global financial crisis. As a result, volatility in the market was very high and consequently trading volumes significantly increased (see Figure 5). This could be explained by the positive volume-volatility relationship which was mentioned in this paper before. Even though the most outstanding periods in the Baltics and the USA were similar but yearly changes in trading volumes differed. Even though trading volumes moved in the same direction, either in 2017 or 2020 changes in trading volumes were higher in the Baltics than in the USA. In 2017 decrease in trading volumes was 35.26 percentage points higher while in 2020 growth of volumes was 22.74 percentage points greater in the Baltics than in the USA. This could indicate that the Baltic stock market reacts to the changes in volatility much more aggressively than the American one.

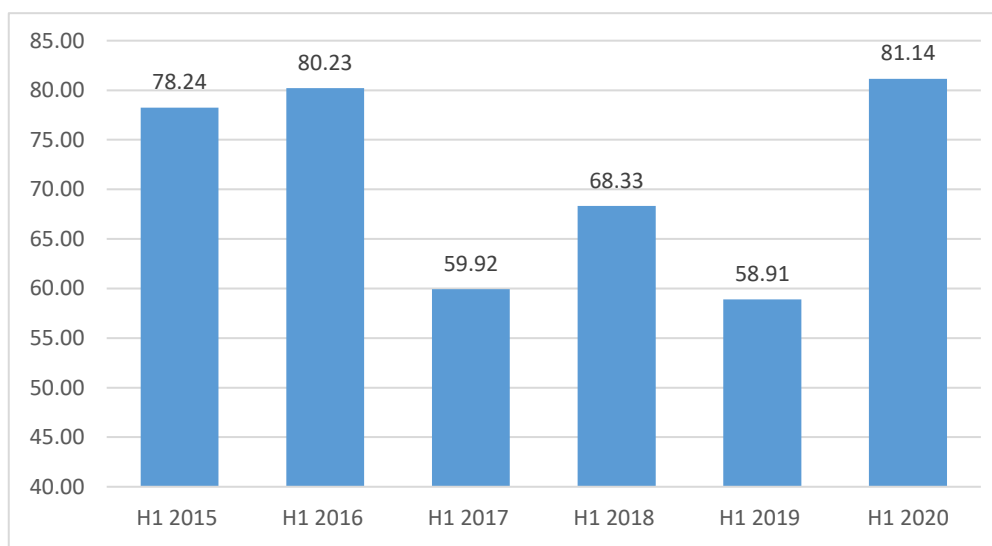


Figure 5 **Total trading volumes in American stock market during first halves of 2015-2020, units in billions**

During the first halves of 2015-2019, except January of 2019, American stock market was quite calm and volatility in the market was not very high during that period. This belief could be confirmed by VIX index which indicates that average VIX value during this period was 15.66 which is even lower than 19.44 - the average 1990-2020 period value of index. During the highly volatile

first half of 2020 American stocks' trading volumes increased by 17.39% comparing with 2015-2019 average, mostly due to the very volatile March. During other months of the first half of 2020 trading volumes did not differ from 2015-2019 monthly averages a lot (see Figure 6). 17.39% increase in trading volumes in the first half of 2020 is 81.32 percentage points lower than in the Baltics and can indicate that the Baltics region reacted to pandemic's caused volatility much more than in the USA.

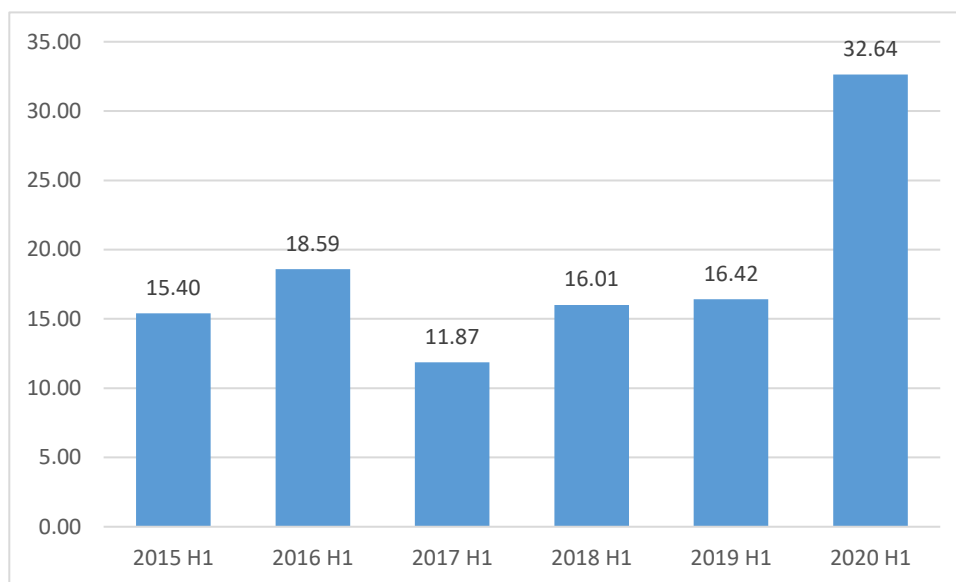


Figure 6 Average values of VIX index during first halves of 2015-2020

Regarding yearly but not average 2015-2020 changes between the Baltic and American stocks' trading volumes, some differences were observed. During the first 6 months of 2016 and 2017, trading volumes in both regions moved to same directions and yearly changes were higher in the Baltics: yearly increase in trading volumes during the first half of 2016 was more than 33 percentage points higher in the Baltics than in the USA while in 2017 the Baltics experienced 35.46 percentage points higher decline than the USA. On the contrary, during the first 6 months of 2018 yearly increase in trading volumes in the USA was more than 12 percentage points higher than in the Baltics. First half of 2019 was the only period when yearly changes in direction of trading volumes in analysed regions differed as the USA experienced yearly 15.99% decline, but the Baltics recorded a 15.21% increase in trading volumes. During the first half of 2020, which was heavily influenced by the pandemic, a yearly increase in both regions was obvious but the Baltic stocks' trading volumes yearly increase was 22.75 percentage points higher than American ones. Perceived results show that throughout the analysed period, except for 2019, changes in trading volumes moved in the same directions in the USA and the Baltics but it is also obvious that changes were not equal, during the first halves of 2016, 2017 and 2020 yearly changes were higher in the Baltics while in 2018 it was higher in the USA. The differences in changes while they occurred in the same direction varied between 35.46 and 12.15 percentage points, while the most outstanding ones were in 2017 and 2020 when volatility in the markets changed the most. Although changes in trading volumes are affected not only by volatility but also by many different aspects that are not analysed in this paper, perceived results could indicate that American and the Baltic stock markets are not highly integrated.

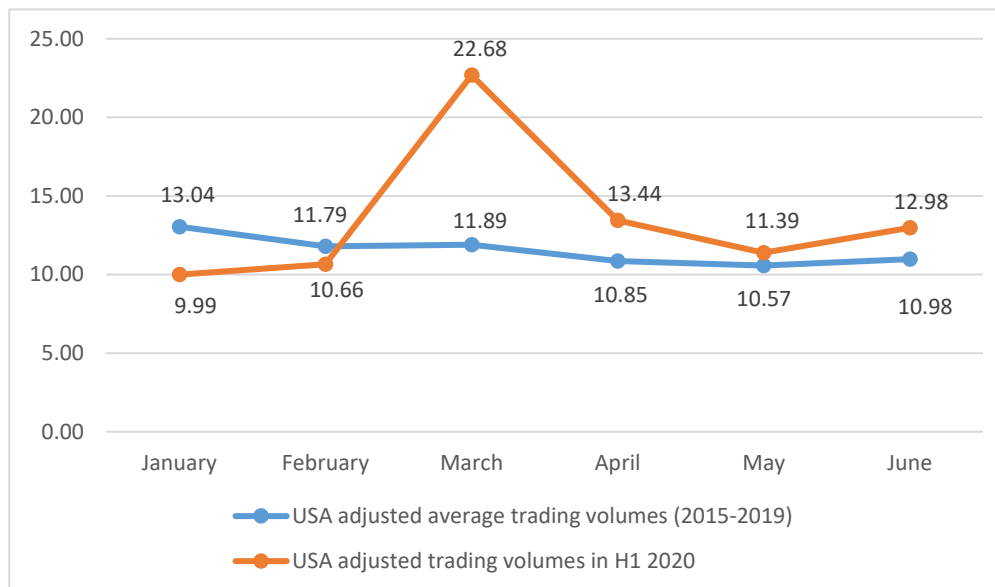


Figure 7 Adjusted average monthly trading volumes during first halves of 2015-2019 and 2020 in American stock market, units in billions

Identified trends involving joint changes in trading volumes

According to the concluded research, some trends regarding the movement of trading volumes could be identified but they are not consistent throughout the whole analysed period. It can be easily recognized that during periods of both extremely high and extremely low volatility trading volumes move in the same directions in every analysed region. 2017 was the year that had a record-low VIX index which is one of the most used volatility indicators in the world – during the first half of the year adjusted trading volumes dropped significantly in all three regions (Sweden –12.17%, Baltics – 69.14%, USA – 33.88%). A completely reversed scenario was seen during the first six months of 2020 – VIX hit highs that were not seen since the 2008 Financial crisis. The volumes followed and surged in the analysed regions (Sweden +27.42%, Baltics +50.15%, USA +27.40%). These trends can prove positive volatility-volume relationship that was mentioned earlier in the paper.

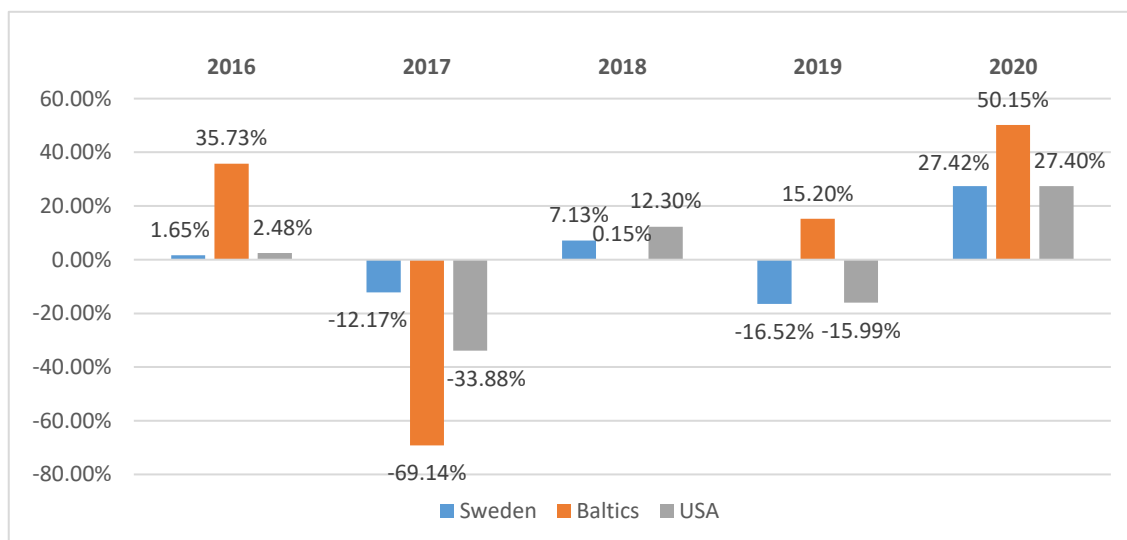


Figure 8 Yearly changes in trading volumes during the first halves of 2016-2020 in Baltic, Swedish and American stock markets

Graph (see Figure 8) demonstrates that although the trading volumes of the Baltics region react in the same direction (as Sweden and the USA) during the years of extremes, it shows a much higher change compared to the other 2 regions. During the first halves of both 2017 and 2020 both the decrease (in 2017) and increase (in 2020) was, in relative terms, around 2 times higher in the Baltics than in Sweden or the USA. This might show that Baltic stocks tend to have stronger reactions to bigger increases or decreases of trading volumes around the world.

As it was mentioned earlier in the paper, the correlation coefficient for the trading volumes of adjusted stocks of the USA and Sweden is quite large and is 0.89 during the period. Baltics did not show such high results as the correlation with the USA is 0.47 and 0.51 with Sweden. It could be observed that the coefficient is higher with Sweden as both markets are more connected and similar, but the coefficient is still not large enough to make many assumptions about that. It was observed that there is a low international integration of Baltic markets in general (Deltuvaitė, 2015). On the other hand, the Baltic stock markets show a significantly increased connectedness with the global indices, during turbulent times in the financial markets (Stulga, 2019). The main reasons for the lower values of Baltics-USA and Baltics-Sweden correlation coefficients could be that the Baltic stocks did not trade in similar trends as the other regions during the years with an average volatility (2016, 2018, 2019) and the main drivers could be similar changes during the years of extremely low and high volatility (2017, 2020).

CONCLUSIONS

1. Stock market trading volumes in the Baltics tend to rise together with the volumes in the USA and Sweden during the times of high market volatility. Although they rise in the same direction, the Baltic volumes relative increase was significantly higher than the increase in other two regions.
2. Stock market trading volumes in the Baltics also tend to fall together with the volumes of the USA and Sweden during the times of low volatility. Parallel with the point stated above, the fall of the trading volumes is also relatively higher in the Baltics during the decrease of volatility than it is in Sweden or the USA.
3. Research showed that the significant correlation among trends of volumes only exists between the USA and Sweden, the Baltics do not tend to have a high correlation with these regions when the volatility in the markets is average.
4. March of 2020 was the main driver of the increase of trading volumes of stocks in all three observed regions.

BIBLIOGRAPHY

- 1 Deltuvaitė, V. (2015). An empirical investigation of the Baltic stock markets global integration. Kaunas, Lithuania.
- 2 Gong-meng Chen, Firth, M., Rui, O., M. (2001). The Dynamic Relation Between Stock Returns, Trading Volume, and Volatility. Hong Kong.
- 3 Harkmann, K. (2020). Integration of the Baltic stock markets with developed European markets. Tallinn, Estonia.
- 4 Louhichi, W. (2011). What drives the volume–volatility relationship on Euronext Paris? Rennes, France.
- 5 Becker R., Clements, A., E., McClelland, A. (2009). The jump component of S&P 500 volatility and the VIX index. Brisbane, Australia.
- 6 Stulga, Š. (2019). Baltic Stock Market Integration. Prague, the Czech Republic.

SUMMARY

Research concentrates on the first halves of 2015 – 2020 and changes in trading volumes of stocks due to the volume - volatility relationship in the Baltic, Swedish and American stock markets. The first half of 2020, especially March, was an extremely unusual period in stock markets, comparing it with the first halves of 2015-2019, as immense increase in volatility and trading volumes was observed. According to the research, trading volumes in Baltic stock market tend to increase more than in Swedish and American stock markets during the times of high volatility. Similarly, during the periods of low volatility, the Baltic stock market shows more significant decrease in trading volumes than American and Swedish ones. Regarding the periods when volatility is average, trading volumes in the Baltic stock market do not show a high correlation with Swedish and American stock markets while a significant correlation among the two latter is observed.

THE TECHNIQUE OF FACIAL PAINTING IN ICONOGRAPHY (PRACTICAL STUDY OF ICON OF ST ANTHONY THE GREAT)

DIĀNA VAGELE, IRINA SAMARINA, OĻESJA ĀBOLIŅA

Latvian Christian Academy

Supervisor – icon painter, priest Alexander Shabelnick

ANNOTATION

The group of art students of Latvian Christian Academy – Diāna Vagele, Irina Samarina, Oļesja Āboliņa – in the article “The Technique of Facial Painting in Iconography (Practical Study of Icon of St Anthony the Great)” – shows the developing of specific painting techniques in painting the icon image of St Anthony the Great. It combines unique facial painting techniques resulting in one icon image: wet on wet or melting technique (4 stages – 4 works), wet on dry technique (4 stages – 4 works) resulting in complete canonic icon image of St Anthony the Great (9 works altogether), which is innovative approach to painting the icon images of saints. Article shows step-by-step developing of the image in this facial painting technique as well as life story of the saint and theology of iconographic image of the saint.

WHAT IS ICON PAINTING?

Icon painting is a type of church painting – painting of prayer icons.

The icon painter always works on the edge. It's a huge challenge to paint the invisible. This is work, humility and prayer. The icon painter does not have the right to be satisfied with what has already been achieved, he always learns and develops.

The icon painter must be proficient in good academic drawing and painting.

First of all, it should be noted that church art has always had and must have a dogmatic and liturgical character, which does not allow arbitrary plots, images, meanings that do not correspond to the Holy Scripture, Holy and Church Tradition, the dogmatic teaching of the Church, liturgical practice, living experience of spiritual life, which has the reception of the Church.

The definition of the VII Ecumenical Council (787), which approved the dogma of veneration of icons, says:

“From the conciliar definition it follows that sacred images should

1. be placed in decent places,
2. made from durable materials,
3. to be honored by worship, kissing with the lips, burning incense, lighting candles and lamps.”

Based on this, the icon is painted according to special rules that are mandatory for the icon painter. The set of certain methods of icon painting, by which the image is painted on the icon board, is called the icon painting canon. “Canon” is a Greek word, it means – ‘rule, order’.

Canon – “This is the centuries-old precious experience of the entire Eastern Church, the experience of spiritual vision and its transformation into a visual image. The canon does not bind the icon painter, but gives him freedom. From what? From doubts, from the danger of a gap between content and form, from what we would call “a lie on the saint.” The canon gives freedom to the form itself...”

What the icons are written on

As a rule, the basis of any icon is a wooden board. For these purposes, linden, maple, spruce, and pine are most often used. In order to protect the board from warping, from the back side, across the wood fiber, slots widening into the depth of the board were made, into which veneers were inserted – narrow boards made in the form of a groove from a tree that is stronger than a board, for example, from oak.

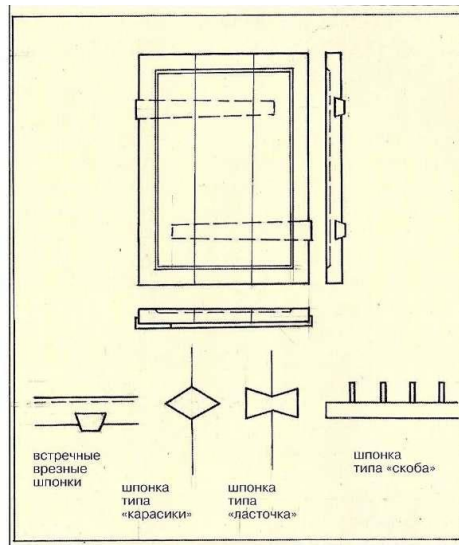


Рис. 16 – устройство деревянного основания иконы.
Лицевая сторона доски и устройство шпонок.

Picture 1. The construction of wooden board of icon.
Frontal side of board and installation of veneers.

In order to prepare the icon board for the ground, application of chalk ground is made – called *gesso* (Italian for ‘gypsum’) or *levkas* (Russian: левкас). *Gesso* is the white paint layer applied on to a ground consisting of powdered chalk or gypsum and glue; used also for wall painting.

Gesso is applied to the board (see Picture 3).

Sizing the board and applying the *pavoloka* (Russian: паволока) precedes the application of the ground (see Picture 2). Impregnating the painting boards surface with hot, liquid glue is called sizing. *Pavoloka* is a loosely woven cloth glued on top of icon board in order to protect the board from cracking and deformation (see Picture 4).



Pictures 2-4. The process of preparing the icon board (sizing the board and applying the *pavoloka*; applying the *gesso*; *pavoloka* protecting from cracking and deformation)

Technique and terminology of icon painting

Icon painting technique is egg tempera.

Тёмпера (Rus.) – *Temper* is water-borne paints prepared on the basis of dry powder pigments. The binder of tempera paints are natural emulsions (chicken egg yolk diluted with water). Egg tempera has been known since the Fayoum mummy portraits. Egg yolk serves as a binder. Thanks to the egg yolk, a very strong and hard pellicle forms on the surface of the paint over time, which sticks the pigment between itself and the ground, forming a whole image, thanks to which the egg tempera is preserved for centuries.

Роскрышь (Rus.) – *Opening coloring* in icon painting means the initial distribution of colors on the icon, the filling of the basic colors in terms of density and brightness.

Санкирь (Rus.) – *Sankir* is a term of Russian icon painters: a colorful tone of brown, greenish or brownish-pinkish color, which covers the personal parts of the image. This is the first layer in the structure of an icon painting.

Личное письмо (Rus.) – *Facial painting* in icons – face of a person, as well as the image of the face on the icon.

Движки (Rus.) – The *sliders* are light thin lines that simulate the convex parts of the face and open parts of the body. The slides are placed in the brightest place and indicate the direction of the light.

Вохрение (Rus.) – *Vokhrenie* (application of ocher) is a separate process of personal painting, in which paint is applied in layers to the illuminated parts of the face on the icon.

Отборка (Rus.) – *Otborka* (literally “picking” or painting strokes) – painting faces by putting minor whitening strokes in different directions along contour of face and muscles. *Otborka* is used along with melting after putting *sankir*.

Плавъ (Rus.) – *Melting* or *dissolving* is a painting technique using a large amount of water. When melting (dissolving), the master must maintain the lightening paint in a liquid state all the time, gradually bringing an increasingly lighter paint into it.

The image of St. Anthony from fresco



Picture 5 & 6. The images of St. Anthony from fresco

The selected image of the saint is taken from a fresco. Therefore, we see extremely simple and strong lines and colors. The image of the Hermit Monk where his struggle, strength and courage are revealed as much as possible.

The fresco, like the icon, is canonical. The rules of the canon include the order, in which clothing should be painted and how they paint monks. We see St. Anthony the Great wearing the monastic robe and the headdress of cockle. The entire icon is filled with theological symbolism.

Monks are dominated by dark earthy or blue colors in their robes. Earthy colors are a symbol of dust and the decay of everything human. The black color symbolizes the renunciation of the world and burial, that is, mental death for the surrounding life.

Facial painting of the image of St. Anthony the Great

Melting (wet on wet) technique

The main advantage of this technique is the speed of painting, the complexity in an uncontrollable result requires a great experience and skill from the icon painter.

The paint is applied in a very transparent glaze with a large addition of water and egg emulsion.

The melting is done in four stages (*Pictures 7-10*).

	Firstly, after the opening coloration is done, we make separation and fusion – painting the main light and simulate the shape of the face.
	Secondly, applying a contrasting red color in places of partial shade.
	Thirdly, the brightest places are melted in bright yellow, going to red. Thus, we achieve maximum brightness, which subsequently facilitates the creation of the form.
	Fourthly, the resulting form is combined with chanting. A complete and detailed image is created.

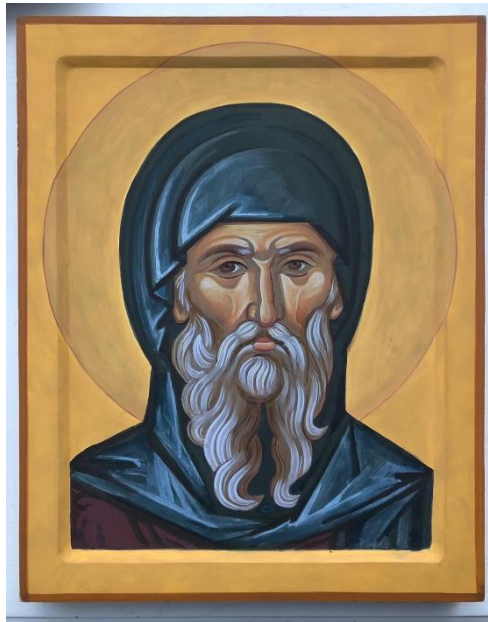
Dry (wet on dry) technique (Rus.: *омбопка*)

The advantage of technique is that the result is completely controlled, only this technique is used on large icons and frescoes.

As well as in melting, selection goes through several stages. (*Pictures 11-14*).

	In the first stage, after the opening of the colors, the slides are placed in the lightest places.
	The second stage is the general <i>vokhrenie</i>, the largest in area.
	In the third stage, we show the lightest and darkest places. For light – ochre and white pigment is used, for partial shade – ochre and red pigment.
	In the fourth stage, after that we combine everything with transparent ochre, gradually, with a semi-dry brush, add color in layers.

The finalization of icon of St Anthony the Great



Picture 15. The final icon of St Anthony the Great

A Brief Life Story of St. Anthony the Great

Anthony the Great, Monk (born 251, Coma, Egypt – died 356, Deir-Mari) was an early Christian ascetic and hermit and the founder of hermit monasticism. Born in 251 to a Coptic family of noble and wealthy parents who raised him in the Christian faith. From childhood, the saint was distinguished by exceptional piety. When his parents died, Antony was twenty years old and he had a young sister to take care of. According to a legend, once entering the temple, he heard the Gospel words: “If you want to be perfect, go, sell your property and give it to the poor, and you will have treasure in Heaven, and follow Me” (Matthew 19:21). Trying to follow the words of the Gospel as accurately as possible, that is, to live exactly as it teaches, Anthony soon abandoned his parental inheritance in favor of the poor from his village. Hearing the words of Jesus after a while: “Don’t worry about tomorrow: tomorrow will take care of itself; enough for every day of his care” (Matthew 6:34), Anthony entrusted his sister to the faithful and known virgins, left his home and began to ascend near his village under the leadership of one elder in the service of God. Having embarked on the path of asceticism, he did not have the proper experience, therefore from time to time he sought the righteous for guidance. Improving in his exploits, Anthony went through many temptations, both from people and from the evil one, and was awarded many spiritual gifts with which he helped people on the path to perfection. Saint Anthony is considered the ancestor of the hermitage and monastic life.

He left a rich legacy in many teachings, advice and instruction to the brothers.

BIBLIOGRAPHY

1. Алексеев, Сергей Владимирович [Alekseyev Sergey Vladimirovich]. (2001-2017). *Энциклопедия православной иконы. Основы богословия иконы* [Encyclopedia of Orthodox Icon. Basics of Icon Theology]. <https://www.litmir.me/br/?b=594331&p=1>
2. *Рекомендации по благочестивому обращению со священными изображениями. Проблемы современного иконопочитания. Часть 6.* Священник Алексей Кнутов, Владимир Немыченков [Recommendation on decent attitude towards holy images. In Problems of modern veneration of icons. Part 6. Priest Aleksey Knutov, Vladimir Nemichenkov]. <https://pravoslavie.ru/133133.html>
3. *Venerable and God-bearing Father Anthony the Great. Lives of Saints.* In The Orthodox Church in America. <https://www.oca.org/saints/lives/2015/01/17/100216-venerable-and-god-bearing-father-anthony-the-great>

4. Ramos-Poqui, Guillem. (1990). *The Technique of Icon Painting*. Search Press Ltd. and Burns & Oates Ltd., Tunbridge Wells, Kent.
5. Alpatov, M. B. (1974). *Early Russian Icon Painting*. Moscow: Iskusstvo Publishers.