

KLAIPĖDOS UNIVERSITETAS
Sveikatos mokslų fakultetas
Sporto, rekreacijos ir turizmo katedra

ŠVENTOSIOS KEMPINGO PLĖTRA
PANAUDOJANT GEOTERMINĮ MINERALINĮ
VANDENĮ

Rekreacijos ir turizmo studijų programos
magistro baigiamasis darbas

Autorė
Vadovas

DMSRT18 gr. stud. Alma Slaboševičienė
Prof. habil.dr. Ramūnas Povilanskas

Klaipėda, 2020

MAGISTRO BAIGIAMOJO DARBO LYDRAŠTIS

Alma Slaboševičienė

(magistro baigiamojo darbo autoriaus vardas, pavardė)

Šventosios kempingo plėtra panaudojant geoterminį mineralinį vandenį

(magistro baigiamojo darbo pavadinimas lietuvių kalba)

Patvirtinu, kad magistro baigiamasis darbas parašytas savarankiškai, nepažeidžiant kitiems asmenims priklausančių autorių teisių, visas magistro baigiamasis darbas ar jo dalis nebuvo panaudotas Klaipėdos universitete ir kitose aukštosiose mokyklose.

.....
(magistro baigiamojo darbo autoriaus vardas, pavardė ir parašas)

Sutinku, kad magistro baigiamasis darbas būtų naudojamas neatlygintinai 5 m. Klaipėdos universiteto studijų procese.

.....
(magistro darbo autoriaus vardas, pavardė ir parašas)

Magistro baigiamąjį darbą ginti

(įrašyti – leidžiu arba neleidžiu)

.....
(data)

.....
(magistro baigiamojo darbo vadovo vardas, pavardė ir parašas)

Baigiamasis darbas įregistruotas katedroje

2020 06 08

(data)

61Sv-B-BD-SRT-Eil.Nr.

(registracijos Nr.)

Vilija Lazarevičiūtė

(katedros sekretorės vardas, pavardė ir parašas)

Magistro baigiamąjį darbą ginti

(įrašyti – leidžiu arba neleidžiu)

2020 06 08

(data)

prof. dr. Asta Šarkauskienė

(katedros vedėjo vardas, pavardė ir parašas)

Recenzentu(-ais) skiriu

.....
(įrašyti recenzento(ų) vardą, pavardę)

2020 06 08

(data)

prof. dr. Asta Šarkauskienė

(katedros vedėjo vardas, pavardė ir parašas)

Alma Slaboševičienė. 2020. Šventosios kempingo plėtra panaudojant geoterminį mineralinį vandenį. Rekreacijos ir turizmo vadybos magistro studijų baigiamasis darbas / darbo vadovas prof. habil. dr. R. Povilanskas. Klaipėdos universitetas, Sveikatos mokslų fakultetas; Sporto, rekreacijos ir turizmo katedra. Klaipėda, 123p.

Raktiniai žodžiai: kempingas, geoterminis mineralinis vanduo, inovacijos, Šventoji.

SANTRAUKA

Šiame darbe analizuojama Šventosios kempingo plėtra, panaudojant geoterminį mineralinį vandenį. Šventoji – kurortinė gyvenvietė Baltijos pajūryje, kurorto dalis, prijungta prie Palangos 1970 metais. Nors Palanga - garsus tarptautinis kurortas, Šventoji išlieka tik jo dalimi, į kurią vyksta ilsėtis pigesnio poilsio ieškantys turistai. Nors rekreacine prasme Šventoji yra labai patraukli, kurortui niekaip nepavyksta išspręsti sezoniškumo ir turistinės traukos objektų trūkumo. Tačiau vis daugiau mokslininkų ir praktikų atkreipia dėmesį į neišnaudojamus vietinius gamtos resursus. Pajūrio regione, kuriam priklauso Palangos (Šventosios) kurortas, glūdi unikali gamtos vertybė – Vakarų Lietuvos geoterminio vandens anomalija. Nagrinėjama galimybė įrengti Šventojeje unikalų, Europos standartus atitinkantį kempingą su geoterminio vandens gręžiniu, kokio nėra nei Lietuvoje, nei Baltijos šalyse, panaudojant Šventosios infrastruktūros galimybes.

Pirmoje magistrinio darbo dalyje atliekama teorinių duomenų analizė – analizuojami dokumentai ir moksliniai šaltiniai, apibūrinantys kempingų pasiūlos ir paklausos šiuolaikinius ypatumus, teisinę aplinką, kempingų tipus Lietuvoje ir tarptautinėje turizmo rinkoje, turistų, besirenkančių kempingą kaip apgyvendinimo įstaigą, motyvus. Taip pat analizuojamos terminų vandenų panaudojimo rekreacijai įvairovės ir naujovės, inovacijų svarba turizmo paslaugų sektoriuje, atliekama Šiaurės Europos šalių kempingų rinkos analizė, apibūrinama Vakarų Lietuvos regiono samprata.

Antroje dalyje aprašoma Šventosios kempingo plėtros panaudojant geoterminį mineralinį vandenį tyrimo metodologija. Trečiojoje dalyje pateikiami tyrimo rezultatai – Vakarų Lietuvos kempingų paslaugų vartotojų atsiliepimų analizė bei pusiau struktūruoto interviu analizė ir interpretacija. Remiantis atlikta mokslinės literatūros, dokumentų, statistine analize, Šiaurės Europos kempingų rinkos analize bei pusiau struktūruoto interviu interpretacija ir turinio analize (angl. k. Content), sudarytas Šventosios kempingo plėtros panaudojant geoterminį mineralinį vandenį modelis. Trečiosios dalies pabaigoje pateikiamos išvados ir pasiūlymai.

Darbe pateikti 97 literatūros šaltiniai, 2 lentelės, 17 paveikslų ir 27 priedai.

Alma Slaboševičienė. 2020. Development of Šventoji camping using geothermal mineral water. Final paper for Master of Recreation and Tourism Management Degree Studies / scientific supervisor prof. habil. dr. R. Povilanskas. Klaipėda University, Faculty of Health Sciences; Department of Sports, Recreation and Tourism. Klaipėda 123p.

Key words: camping, geothermal mineral water, innovations, Šventoji.

ABSTRACT

This work analyzes development of Šventoji camping using geothermal mineral water. Šventoji is a resort site on the Baltic Sea, a part of the resort that was integrated with Palanga back in 1970. Although Palanga is a well-known international resort, Šventoji remains only a part of it usually chosen by the holiday makers looking for a cheaper accommodation. While in terms of recreation Šventoji is extremely attractive, this resort has so far been unable to solve the problem of seasonality and shortage of tourist attractions. Yet, more and more scientists and experts pay attention to the still unused local natural resources. The seaside region which the resort of Palanga (Šventoji) belongs to has a unique natural treasure – the Western Lithuanian Geothermal Water Anomaly. A possibility is being considered to found in Šventoji a unique camping in compliance with the European standards with a geothermal water well not found anywhere else either in Lithuania or in all the Baltic States using the advantages of Šventoji infrastructure.

The first part of the master's paper presents analysis of theoretical data – documents and scientific sources are analyzed, the peculiarities of existing offer and demand for campings, legal environment, types of campings in Lithuania and on the international tourism market, motives of the tourists who prefer a camping for accommodation are studied. The variety and innovation of use of thermal water for recreation, importance of innovations in the tourism sector are also analyzed, the paper provides analysis of the camping market in the Northern Europe, defines the notion of the Western Lithuanian region.

The second part describes methods of studies of feasibility of development of Šventoji camping using geothermal mineral water. The third part presents the results of the study – analysis of reviews provided by the Western Lithuania's camping services consumers along with analysis and interpretation of a semi-structured interviews. Based on the analysis of scientific literature, documents, statistical analysis, analysis of the camping market in the Northern Europe and on the interpretation and content analysis of semi-structured interviews a model of development of Šventoji camping using geothermal mineral water was suggested. In the end of the third part one can find conclusions and suggestions.

The paper features 97 literature sources, 2 table, 17 pictures and 27 annexes.

TURINYS

ĮVADAS	7
I. KEMPINGŲ PASLAUGŲ IR INOVACIJŲ JUOSE TEORINIAI ASPEKTAI	11
1.1. Kempingų, kaip svetingumo sektoriaus objektų, pasiūlos ir paklausos šiuolaikiniai ypatumai.	11
1.1.1. Vakarų Lietuvos regiono sampratos apibrėžtis.....	11
1.1.2. Kempingo apibrėžimas ir teisinė aplinka.....	13
1.1.3. Kempingų tipai Lietuvoje ir tarptautinėje turizmo rinkoje	20
1.1.4. Šiaurės Europos kempingų rinkos analizė.	26
1.2. Turistų, besirenkančių kempingą, kaip apgyvendinimo įstaigą, pasirinkimo motyvai	31
1.3. Terminių vandenių panaudojimo rekreacijai įvairovės ir naujovės	34
1.4. Inovacijų svarba turizmo paslaugų sektoriuje.	39
II. ŠVENTOSIOS KEMPINGO PLĖTROS PANAUDOJANT MINERALINĮ GILUMINĮ VANDENĮ EMPIRINIS TYRIMAS	43
2.1. Tyrimo metodologija, eiga, etika	43
2.2. Šventosios kempingo plėtros panaudojant mineralinį giluminį vandenį vertinimas pagal kempingų paslaugų vartotojų atsiliepimus pateiktus internetinėse svetainėse	47
2.3. Šventosios kempingo plėtros panaudojant mineralinį giluminį vandenį vertinimas ekspertų interviu duomenimis	53
III. ŠVENTOSIOS KEMPINGO PLĖTROS TYRIMO REZULTATAI IR ANALIZĖ	73
3.1. Šventosios kempingo plėtros panaudojant geoterminį mineralinį vandenį modelis	73
IŠVADOS IR REKOMENDACIJOS	79
LITERATŪRA	83
PRIEDŲ SĄRAŠAS	90

LENTELIŲ SĄRAŠAS

EIL.NR.	LENTELĖS PAVADINIMAS	PUSLAPIS
1 lentelė	Lyginamoji konkurencingumo analizė	52-53 psl.
2 lentelė	Šventosios kempingo plėtros panaudojant geoterminį mineralinį vandenį SSSG analizė	73 n psl.

PAVEIKSLŲ SĄRAŠAS

EIL.NR.	PAVEIKSLO PAVADINIMAS	PUSLAPIS
1 paveikslas	Vakarų Lietuvos regionas	13 psl.
2 paveikslas	Kempingų pasiskirstymo Lietuvoje žemėlapis	17 psl.
3 paveikslas	Kempingų skaičius Lietuvoje 2012-2019 metais	18 psl.
4 paveikslas	Apgyvendintų turistų ir suteiktų nakvynių Lietuvos kempinguose 2012-2019 m	18 psl.
5 paveikslas	Kempingų patrauklumą lemiančių veiksnių hierarchija. Pagal Cheng-Fei-Lee (2020)	25 psl.
6 paveikslas	Kempingų pasiskirstymo Latvijoje žemėlapis	26 psl.
7 paveikslas	Apgyvendintų turistų ir suteiktų nakvynių skaičius Latvijos kempinguose 2015-2019 m.	27 psl.
8 paveikslas	Kempingų pasiskirstymo Estijoje žemėlapis	28 psl.
9 paveikslas	Apgyvendintų turistų ir suteiktų nakvynių skaičius Estijos kempinguose 2015-2019 m.	28 psl.
10 paveikslas	Kempingų pasiskirstymo Islandijoje žemėlapis	29 psl.
11 paveikslas	Nakvynių skaičius Islandijos kempinguose 2015-2019 m.	30 psl.
12 paveikslas	Perspektyvūs geoterminio vandens sluoksniai Vakarų Lietuvoje. Studija „Geoterminių vandenų naudojimo sveikatingumo (reabilitacijos), SPA ir poilsio paslaugoms plėtoti“ (2011)	36 psl.
13 paveikslas	Lietuvos kempingų geografinė sklaida	48 psl.
14 paveikslas	Vakarų Lietuvos kempingų geografinė sklaida	49 psl.
15 paveikslas	Vakarų Lietuvos kempingų vartotojų atsiliepimų diagrama	51 psl.
16 paveikslas	Šventosios kempingo su geoterminiu mineraliniu vandeniu modelis	82 psl.

IVADAS

Darbo aktualumas. Beveik visuose turizmo organizavimo nacionalinio, regioninio ir vietinio lygmens Lietuvos Respublikos teisės aktuose kalbama apie kempingų plėtrą. Analizuojant turistų apgyvendinimo būdus, pastebimas augantis kempingų ir jų lankytojų skaičius. Per pastaruosius penkerius metus Lietuvoje kempingų skaičius išaugo 2, lankytojų taip pat beveik 2 kartus. Šiuo metu Lietuvoje yra 34 kempingai, Vakarų Lietuvos regione - 8, Lietuvos vartotojų teisių apsaugos tarnybos vertinami penkių žvaigždučių vertinimo skale nuo žemiausios iki aukščiausios. Didelis rekreacinis šalies potencialas, kempingų, kaip apgyvendinimo įstaigų populiarumas turistų atžvilgiu, pagrindžia kempingų infrastruktūros plėtros aktualumą.

Lietuvos Respublikos Valstybės ilgalaikės raidos strategija, pabrėžianti, jog būtina išplėsti apgyvendinimo, turizmo paslaugų ir pramogų sektoriaus įvairovę turizmo centruose ir rekreacinėse vietovėse, akcentuoja kempingų tinklo plėtrą.

Nacionalinėje turizmo plėtros 2014 - 2020 metų programoje pabrėžiamas tikslas kurti konkurencingus turizmo produktus, plėsti turizmo infrastruktūrą. Vienu iš patraukliausių turistinius objektus apimančiu prioritetiniu turizmo plėtros regionu įvardijamas ir Pajūrio regionas, apimantis Klaipėdos miesto, Klaipėdos rajono, Palango miesto, Kretingos rajono, Neringos, Šilutės rajono savivaldybes.

Palangos miesto savivaldybės 2019 - 2021 metų strateginiame veiklos plane numatoma išplėtoti rekreacinę ir turizmo infrastruktūrą. Vienu iš svarbiausių uždavinių, siekiant įgyvendinti šį tikslą, yra Europos standartus atitinkančių kempingų įrengimas.

2016 - 2023 m. Palangos miesto savivaldybės turizmo rinkodaros strategijoje kaip prioritetas įvardijamas sezoniškumo mažinimas, kaip galimybė - mineralinio, geoterminio ir jūros vandens panaudojimas sveikatinimo paslaugoms, susisiekimo infrastruktūros plėtra, pramogų infrastruktūros plėtra Palangoje ir Šventojoje. Kaip silpnybė pabrėžiamos mažai išnaudojamos Šventosios galimybės.

Palanga – Lietuvos miestas prie Baltijos jūros, klimatinis ir balneologinis kurortas, kurio turizmo paslaugų portfelį sudaro kurorto gamtiniai ir kultūriniai ištekliai, apgyvendinimo paslaugos bei pramogų ir laisvalaikio objektai. Palangos savivaldybė apima Palangos miestą bei Šventosios ir Būtingės gyvenvietes. Palangos kurorto vizija - ištisus metus atviras tarptautinis

kurortas su išvystyta sveikatingumo, sporto ir poilsio infrastruktūra, aktyviu kultūriniu gyvenimu. Misijs - tenkinti turistų poreikius ir pateisinti vietos bendruomenės lūkesčius, užtikrinant darnaus turizmo plėtrą. Tikslas - didinti vietos ir atvykstamojo turizmo srautus ne turistinio sezono metu (Palangos miesto savivaldybės 2016-2023 metų turizmo rinkodaros strategija, 8 psl.).

2016 metais Nemirsetoje (Palangoje) duris atvėrė modernus 4 žvaigždučių kempingas, užpildęs iki tol labai trūkstamą apgyvendinimo sektoriaus nišą. Šiuo metu Palangos kurorte tai vienintelis klasifikuotas, atitinkantis Europos standartus kempingas, įsikūręs Pajūrio regioninio parko teritorijoje netoli jūros. Šventojoje, nutolusioje nuo Palangos 12 km, klasifikuoto kempingo nėra. Nors tradiciškai Šventojoje yra nemažai turistinių stovyklaviečių, tačiau jos tokios paslaugų kokybės kaip klasifikuotas kempingas negarantuoja. Dažnai Šventosios stovyklavietės apsiriboja elementariomis sąlygomis, netenkinančiomis apsistojančių svečių. Artimiausi kempingai – Palangos kempingas Compensa įsikūręs Nemirsetoje, 15 km. nuo Šventosios į pietų pusę link Klaipėdos ir kempingas „BB Camping” Liepojoje (Latvija), už 61 km. į šiaurę.

Šventoji – kurortinė gyvenvietė Baltijos pajūryje, kurorto dalis, prijungta prie Palangos 1970 metais. Gyvenvietė išsidėsčiusi Šventosios upės kairiajame krante, jai įtekant į Baltijos jūrą. Tačiau nors Palanga - garsus tarptautinis kurortas, Šventoji išlieka tik jo dalimi, į kurią vyksta ilsėtis pigesnio poilsio ieškantys turistai, dažniausiai lietuviai, jaunos šeimos, keliaujantys su automobiliais, kemperiais vietiniai ir užsienio svečiai. Vienos iš didžiausių problemų - sezoniškumas, ir turistinės traukos objektų trūkumas, kurių kurortui niekaip nepavyksta išspręsti, nors rekreacine prasme Šventoji yra labai patraukli.

Pagrindinis Palangos (Šventosios) kurorto traukos objektas yra jūra ir su tuo susiję gamtiniai ištekliai, todėl kurortui yra charakteringi dideli sezoniniai svyravimai. Daugiau nei 40 % metinio turistų srauto į miestą atvyksta vasarą per 2 piko mėnesius, todėl siekiama aktyviai remti projektus, kurie paslaugų įvairovę prisideda prie sezoniškumo mažinimo, plėtoti paslaugas, patrauklias turistams ne tik per vasaros sezoną, siekiant sukurti konkurencingų rekreacijos ir turizmo produktų, patrauklių įvairiais metų laikais.

Vis daugiau mokslininkų ir praktikų atkreipia dėmesį į neišnaudojamus vietinius gamtos resursus. Pajūrio regione, kuriam priklauso ir Palangos (Šventosios) kurortas, glūdi unikali gamtos vertybė – Vakarų Lietuvos geoterminio vandens anomalija.

Šiame darbe nagrinėjama galimybė įrengti Šventojoje unikalų, Europos standartus atitinkantį kempingą su geoterminio vandens gręžiniu, kokio nėra nei Lietuvoje, nei Baltijos šalyse, panaudojant Šventosios infrastruktūros galimybes.

Probleminis klausimas - kokios yra Šventosios kempingo plėtros, panaudojant geoterminį mineralinį vandenį, galimybės?

Darbo objektas - Šventosios kempingo su geoterminiu mineraliniu vandeniu plėtra.

Darbo tikslas - ištirti Šventosios kempingo plėtros galimybes, panaudojant geoterminį mineralinį vandenį.

Darbo uždaviniai:

1. Išanalizuoti kempingų, kaip svetingumo sektoriaus objektų, pasiūlos ir paklausos šiuolaikinius ypatumus.
2. Aptarti turistų, besirenkančių kempingą, kaip apgyvendinimo įstaigą, pasirinkimo motyvus.
3. Išanalizuoti šiuolaikiniam turizmui ir rekreacijai svarbius terminių vandenų panaudojimo būdus.
4. Aptarti inovacijų svarbą kempingų paslaugų sektoriuje.
5. Atlikti Vakarų Lietuvos kempingų paslaugų paklausos kiekybinius ir kokybinius tyrimus.
6. Pateikti pasiūlymus geoterminio mineralinio vandens panaudojimo Šventosios kempingo plėtrai.

Mokslinio tyrimo metodai:

1. Mokslinės literatūros, dokumentų, statistinė analizė.
2. Šiaurės Europos kempingų paslaugų analizė.
3. Vakarų Lietuvos kempingų paslaugų vartotojų atsiliepimų tyrimai.
4. Pusiau struktūruoti interviu su Vakarų Lietuvos kempingų ir geoterminio mineralinio vandens ekspertais.
5. Šventosios kempingo plėtros galimybių strateginė analizė ir sintezė.

Pagrindiniai teoriniai konceptai:

1. Kempingo kaip svetingumo sektoriaus objektų tipo apibrėžimas (Apgyvendinimo paslaugų rūšių sąrašo 1.4 punktas, Lietuvos Respublikos ekonomikos ir inovacijų ministro 2019 m. vasario 14 d. įsakymas Nr. 4–86)
2. Ed Brooker, Marion Joppe “Kempingų tyrimų apžvalga ir kryptingumas ateities studijoms” (“A critical review of camping research and direction for future studies “. Journal of Vacation Marketing, 2014)

3. Patricia Erfurt-Cooper, Malcolm Cooper “Sveikatos ir sveikatingumo turizmas: SPA ir karštosios srovės” (“Health and Wellness Tourism: Spas and Hot Springs“, 2009)
4. Anne-Mette Hjalager & Arvid Flagestad “Inovacijos asmens gerovės turizmo srityje Šiaurės šalyse “ (“Innovations in well-being tourism in the Nordic Countries “, 2012)

Darbo rezultatas:

1. Siekiama sukurti inovatyvų rekreacijos ir turizmo produktą.
2. Sudaromos potencialios galimybės padidinti turistų srautus visame regione.
3. Skatinamas vietinių gyventojų užimtumas, pritraukiant naujas investicijas.

I. KEMPINGŲ PASLAUGŲ IR INOVACIJŲ JUOSE TEORINIAI ASPEKTAI

1.1. Kempingų, kaip svetingumo sektoriaus objektų, pasiūlos ir paklausos šiuolaikiniai ypatumai.

1.1.1. Vakarų Lietuvos regiono sampratos apibrėžtis

Moksliškai apibrėžta regiono sąvoka nusako įvairius regionus pagal tai, kokie kriterijai pasirenkami jų išskyrimui ir klasifikavimui. Pagal analizės aspektus išskiriami fiziniai-gamtiniai, ekonominiai- funkciniai, socialiniai-kultūriniai, politiniai-administraciniai ar kitų tipų regionai (V. Vaitkevičiūtė, 2001). 1985 m. Zagorskis išskyrė 5 ekonominius geografinius regionus: Pietų Lietuvos, Rytų Lietuvos, Šiaurės ir Vakarų Lietuvos. Vakarų Lietuvos regionui priskyrė Klaipėdos, Kretingos, Plungės, Skuodo, Šilutės, Šilalės, Tauragės administracinius rajonus.

Kaip teigia Donatas Burneika (2013:65), tiek pirmieji, tiek vėlesni Lietuvos ekonominio rajonavimo variantai atstovavo teritorijos ūkinės specializacijos rajonavimui ir gali būti vertinami tik pastarojo kontekste. Šiame darbe analizuojamas kempingų plėtros poreikis Vakarų Lietuvos regione, todėl reikia apibrėžti, kuo remiantis Vakarų Lietuvos regionui priskirtos Klaipėdos, Telšių ir Tauragės apskritys.

Lietuvos Respublikos Regioninės plėtros įstatyme (2019), regionas apibūdinamas kaip aukštesnysis administracinis vienetas (apskritis), arba iš kelių bendras ribas turinčių apskričių ar savivaldybių Lietuvos Respublikos Vyriausybės sudaryta teritorija, kurioje įgyvendinama nacionalinė regioninė politika. Armaitienė (2009) regioną apibrėžia kaip tam tikrų bendrų ūkinių, geografinių, kultūrinių bruožų turinčią teritoriją, kurioje plėtojamas savitas turizmas.

Dr. Gintarė Pociūtė-Sereikienė iš Lietuvos socialinių tyrimų centro Visuomenės geografijos ir demografijos instituto teigia, jog regionų skirstymo klausimas yra diskusinis, nes autoriai regionuoja skirtingai. Negalima tiksliai atsakyti, kokios savivaldybės turėtų būti priskirtos Vakarų Lietuvos regionui, nes skirtingi mokslininkai turi savo nuomones ir argumentus.

Nuo 2019 m. sausio 1 d. statistiškai Lietuvos Respublikos teritorija skiriama į Sostinės ir Vidurio ir Vakarų Lietuvos regioną. Vidurio ir Vakarų regionas sudarytas Vyriausybės nutarimu („Dėl sostinės regiono ir Vidurio ir Vakarų Lietuvos regiono sudarymo“, 2016 m. sausio 6 d. Nr. 5, Vilnius), nedetalizuojant jo sudėtinių dalių. 2002 m. Seimo nutarimu

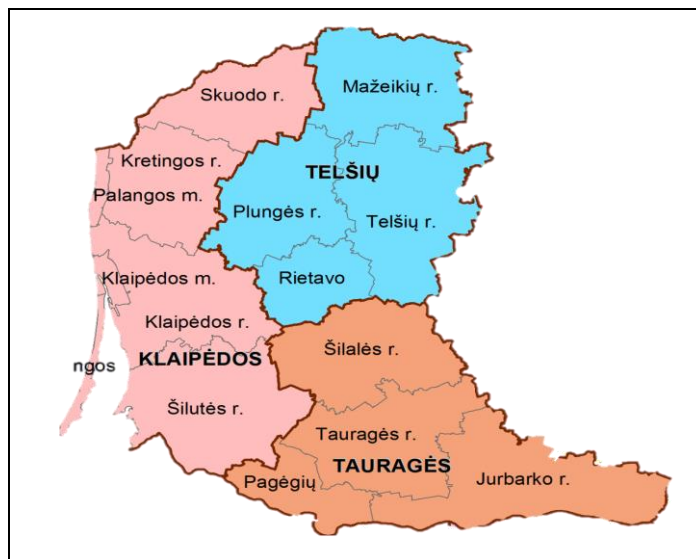
patvirtintame Bendrajame Lietuvos plane galima rasti minimus Šiaurės Vakarų Lietuvos ir Pietvakarių Lietuvos regionus, tačiau, kaip teigia Lietuvos Respublikos Vidaus reikalų ministerija, jau yra rengiamas naujas bendrasis planas.

Nesant aiškaus teisinio apibrėžimo, tenka remtis kitais kriterijais – geografiniu: (padaliname Lietuvą į tris dalis - Vakarų, Vidurio ir Rytų, Vakarų, liniją vedant pagal Dubysos upę), identiteto - tradiciškai Vakarų Lietuvos regionas minimas kaip Žemaitija, Tauragės apskritis taip pat priskiria save labiau Žemaitijai nei kitam kuriam regionui. Šios trys apskritys glaudžiai bendradarbiauja savivaldybių lygmenyje, rengia bendrus projektus, kaip pavyzdys - asociacija „Vakarų Lietuvos žuvininkystės regiono vietos veiklos grupė“, vienijanti Klaipėdos, Tauragės ir Šilalės r. savivaldybes.

Kad skirtingai suprantamas administracinis šalies skirstymas, rodo Lietuvos Registrų centro pavyzdys. Įmonės komunikacijos skyriaus vadovė Gerda Vaičiūnaitė teigia, jog įmonė, organizuodama Registrų centro darbą įmonės struktūroje, Lietuvą „skirsto“ į tris regionus: Rytų, Vidurio ir Vakarų, Vakarų Lietuvos regionui priskirdama Klaipėdos, Telšių, Tauragės apskritis. Toks skirstymas labiau remiasi praktine puse, o ne teisės aktais ir oficialiai patvirtintomis regionų ribomis.

Nacionalinės Lietuvos turizmo agentūros VŠĮ „Keliauk Lietuvoje“ atstovai teigia, jog nėra griežto nustatymo, kaip priskiriamos apskritys regionams, jis skiriamas tradiciškai. Galima teigti, jog regiono samprata nėra įsitvirtinusi ir įmonės pačios sprendžia, kaip joms patogiau skirstyti savo veiklą ir kaip įvardinti teritoriją, kurioje turi padalinių. Daugelis Vakarų Lietuvos regioną tapatina su Klaipėdos regionu.

Apibendrinus visas prielaidas, Vakarų Lietuvos regionui bus priskirtos trys apskritys: Klaipėdos su Klaipėdos miesto ir Klaipėdos rajono, Kretingos, Neringos, Palangos, Skuodo, Šilutės rajono savivaldybėmis, Telšių apskritis su Mažeikių, Plungės, Rietavo, Telšių savivaldybėmis ir kaip trečia apskritis, kuri save identifikuoja kaip šiuolaikinį Baltijos erdvinės struktūros upinį ir sausumos tiltą turizmo, ekonominiams bei kultūriniais mainams tarp Rytų-Vakarų ir Šiaurės-Pietų, - Tauragės apskritis su Tauragės, Jurbarko, Pagėgių, Šilalės savivaldybėmis.



1 pav. Vakarų Lietuvos regionas. Šaltinis:
<https://osp.stat.gov.lt/regionine-statistika-pagal-statistikos-sritis>

1.1.2. Kempingo apibrėžimas ir teisinė aplinka

Žodis „kempingas“ yra kilęs iš angliško termino „camping“ - stovyklavimas. Stovyklavimas - tai laikinas gyvenimas gamtoje, dažnai kilnojamuosiuose nameliuose, palapinėse, priekabiniuose nameliuose ir kitur (Armaitienė, 2009:87). Stovyklautojams atsiveria galimybė fiziškai ir psichologiškai atsiriboti nuo įprastos rutinos, gyvenimo mieste, pabendrauti su šeimos nariais, draugais, kitais stovyklautojais. Gyvenimas kempinge - vienas iš vis labiau populiarėjančių apgyvendinimo būdų, skirtingiems žmonėms reiškiantis skirtingus dalykus. Nuotykių ieškotojams jis žada išpūdžius laukinėje gamtoje, tėvams - pabėgimą, šeimos atostogas ir nebrangų apgyvendinimą. Motorizuotiems turistams jis reiškia gyvenimo būdą. Hardy. A., Hanson. D. & Gretzel. U. (2012).

Tarptautinių žodžių žodyne (2013) kempingo sąvoka aiškinama kaip „įrengta (nakvynės nameliai, įvairių paslaugų produktai, automobilių stovėjimo aikštelės ir kt.) trumpo poilsio stovykla turistams (daugiausia motorizuotiems)“. Aiškinamajame turizmo terminų žodyne (2009) kempingas (angl. camping site; caravan park, touring park, holiday park; touring camp) apibrėžiamas kaip „apgyvendinimo paslaugoms teikti skirta, aikštelėmis suplanuota ir įrengta teritorija, kurioje turistai gyvena palapinėse, kilnojamuose ar nekilnojamuose nameliuose; sudarytos sąlygos transporto priemonėms statyti. Gali būti įranga aktyviam poilsui, parduotuvės, kavinės ir restoranai“. Grecevičius ir kt. (2002) teigia, kad kempingai „tai

nameliuose, palapinėse ar nameliuose ant ratų (autopriekabose) teikiamos apgyvendinimo paslaugos tam skirtose vietovėse“.

Andreea Marin-Pantelescu (2015) nuomone, kempingas pirmiausia reiškia pramoginę veiklą, kurios metu žmonės laikinai gyvena lauke, o kempingų turizmas atveria dideles lauko pramogų galimybes, judėjimo laisvę ir galimybę prisiliesti prie kitų kultūrų. Į sąvoką „kempingų turizmas“ taip pat įeina tokie terminai kaip palapinės, kempieriai ir karavanai. Pasak Brooker, Joppe (2013) kempingas yra poilsio lauke forma, kurioje yra dalis veiklos ir dalis apgyvendinimo. Zdenko Cerović (2013) teigia, kad XXI amžiuje stovyklavimas kempinge tampa sąmoningu kempingo svečio gyvenimo būdo pasirinkimu ne dėl asmeninių finansinių suvaržymų, bet dėl suvokto poreikio.

Encyclopædia Britannica kempingas apibūdinamas kaip stovyklavimas, rekreacinė veikla, kai žmonės laikinai apsistoja lauko teritorijoje, dažniausiai kartu su palapinėmis arba specialiais ar adaptuotais poilsiui automobiliais. Kurį laiką tai buvo tik ypač ištvermingiems gamtos mylėtojams skirta pramoga, tačiau vėliau tapo visiems įprasta laisvalaikio praleidimo ir nakvynės forma.

Stovyklavimas kaip rekreacinė veikla išpopuliarėjo XX amžiaus pradžioje. Šiuolaikinio kempingo pradininkais Europoje galima laikyti du britus - Tomą Hiramą Holdingą, aistringą keliautoją, 1908 metais parašiusį pirmąjį kempingo vadovą (The Camper's Handbook). Jis save laikė stovyklavimo pionieriumi, kuriam jau po pirmosios sėkmingai suorganizuotos stovyklos tapo aišku, jog norint „pamatyti naujas vietas savo šalyje ar užsienyje, galima patenkinti savo užgaidą ir turėti puikias atostogas, būti nepriklausomam nuo didesnių atstumų ir viešbučių tarifų“ (T.H. Holding, 1908). 1901 m. Holdingas įkūrė pirmąjį pasaulyje kempingų klubą, dviračių stovyklautojų asociaciją. Iki 1907 m. jis susiliejo su daugeliu kitų klubų ir sudarė Didžiosios Britanijos ir Airijos kempingų klubą. Robertas Falconas Scottas, garsus Antarkties tyrinėtojas, 1909 m. tapo pirmuoju kempingų klubo prezidentu.

Kitas stovyklavimo pradininkas - skautų judėjimo įkūrėjas, pasaulio skautų šefas, Robertas Baden - Powellis. 1907 m. jis surengė pirmą pasaulyje skautų stovyklą, kurioje dalyvavo 20 berniukų. O praėjus metams po jos, remdamasis savo patirtimi, išleido knygą „Skautybė berniukams“. Netrukus skautų judėjimas išplito visame pasaulyje. 1933 m. rugpjūtį, lydidas 600 Anglijos skautų, R.B. Powellis su žmona, Pasaulio skaučių šefe Olave Baden – Powell, lankydamas Baltijos šalyse veikiančias skautų organizacijas, užsuko ir į Lietuvos skautų stovyklą Palangoje, susitiko su Lietuvos skautų šefu Prezidentu Antanu Smetona ir skaučių vadove Sofija Čiurlioniene. Prezidentas A. Smetona R. Baden-Powelį apdovanojo aukščiausiu

Lietuvos skautų garbės ženklu – Geležinio vilko ordinu ir Lietuvos skautų šefo juosta. Palangoje, slėnyje (dab. Skautų slėnis) prie Birutės kalno, ir dabar galima matyti ant akmens iškaltus R. B. Powellio, jo žmonos Olave Baden Powell ir LR prezidento Antano Smetonos inicialus. (Powell, 2010).

R. B. Powellis tapo Didžiosios Britanijos ir Airijos kempingų klubo, kuris paskatino kurtis kempingų organizacijas daugelyje Vakarų Europos šalių, prezidentu. 1932 m. buvo suformuota Tarptautinė kempingų ir karavanų federacija (Fédération Internationale de Camping et de Caravanning; FICC) - pirmoji tarptautinė kempingų organizacija. I ir II Pasauliniai karai plėtrą pristabdė, tačiau 6-ajame XX a. amžiaus dešimtmetyje atsigaunant ekonomikai, poilsis kempinguose tapo vienu mėgstamiausių laisvalaikio praleidimo būdų. Kempingų asociacijos įvairiose šalyse vienijosi ir 1978 m. spalio mėnesį, Prancūzijos, Vakarų Vokietijos, Italijos, Nyderlandų, Šveicarijos ir Portugalijos kempingų asociacijų atstovai įkūrė Europos kempingų asociacijų federacijos ir poilsio parkų asociaciją, kurioje šiuo metu yra 23 nariai. Pirmasis ir pagrindinis EFCO ir HPA tikslas yra skatinti ir ginti kempingų pramonės interesus atstovaujant Europos institucijose.

Lietuvoje kempingų asociacija įregistruota 2005.02.22. LKA steigimo iniciatoriai buvo trys kempingai „Viktorija“, „Obuolių sala“ ir „Kempingas slėnyje“. Asociacijos steigėjai - 9 kempingai ir stovyklavietės: „Viktorija“, „Obuolių sala“ ir „Kempingas slėnyje“, „Nidos kempingas“, „Ventinė“, „Pušėlė“, „Papartis“, „Degesa“. Šiandien LKA vienija 29 kempingus bei stovyklavietes. Nuo 2008 metų LKA yra Europos kempingų asociacijų federacijos ir poilsio parkų asociacijos (EFCO&HPA) narė. Pagrindinis LKA tikslas - prezentuoti kempingus Lietuvoje ir skatinti turizmą kempinguose.

1933 m. buvo įkurta tarptautinė kempingų ir karavanų asociacija - F.I.C.C.(Federation Internationale de Camping et de Caravanning). Tuo metu F.I.C.C. sudarė 16 klubų iš 7 šalių. Šiandien jame yra 67 asociacijos ir klubai iš 38 valstybių. Jos nariu šiuo metu yra ir vienintelis klubas iš Lietuvos - kemperių klubas Lithuania.

Lietuvos Respublikos turizmo įstatymo naujausioje redakcijoje (2019) apgyvendinimo paslaugos skirstomos į **klasifikuojamas apgyvendinimo paslaugas**, kurias sudaro viešbučio, svečių namų, motelio, kempingo paslaugos ir **neklasifikuojamas apgyvendinimo paslaugas**, kurias sudaro apartamentų komplekso, kaimo turizmo, nakvynės ir pusryčių, nakvynės namų (angl. *hostel*), poilsio namų, turistinio laivo apgyvendinimo, turistinės stovyklos paslaugos.

Kempingo paslaugos apibrėžiamos kaip „klasifikuojamosios apgyvendinimo paslaugos, teikiamos suplanuotoje aikštelėmis ir įrengtoje teritorijoje, kurioje turistai apgyvendinami palapinėse, priekabiniuose nameliuose (karavanuose), mobiliuosiuose ar stacionariuosiuose nameliuose ir (ar) kurioje yra vieta automobiliniam nameliui (kemperiui) statyti, yra sudarytos sąlygos higienos poreikiams tenkinti, transporto priemonėms statyti“. Apgyvendinti skirtų kambarių skaičius turi būti ne mažiau kaip 5 (išskyrus kempingo paslaugas). Kempingo apibrėžimas ir reikalavimai įvairiose šalyse yra skirtingi – labai panašiai apibūdinamas **kempingas** (camping) ir **turistinė stovyklavietė** (campsite).

Lietuvoje turistinės stovyklos paslaugos apibrėžiamos kaip neklasifikuojamosios, mokamos turistams teikiamos apgyvendinimo paslaugos, kai turistinėje stovyklavietėje išnuomojama aikštelė palapinei, kemperiui ar kilnojamajam nameliui statyti. Neklasifikuojamosioms apgyvendinimo paslaugoms netaikomas minimalus apgyvendinti skirtų kambarių skaičius.

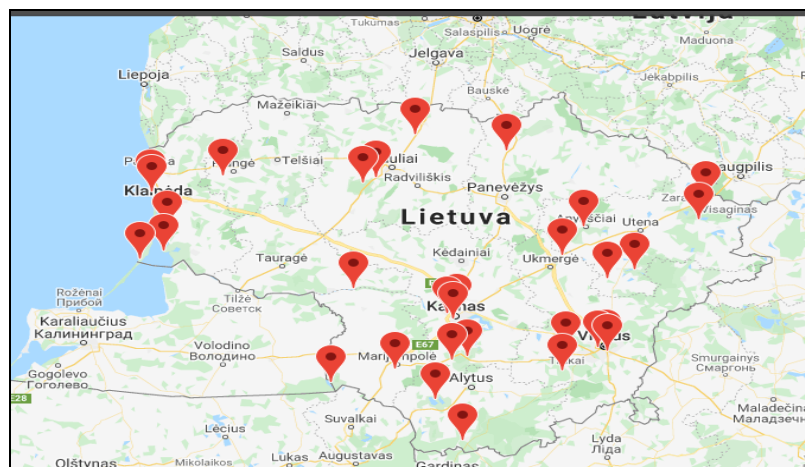
Pažymėtina, jog Palangoje ir Šventojoje yra 4 įregistruotos turistinės stovyklavietės, tačiau jos neatitinka kempingams keliamų reikalavimų, negali suteikti visų reikiamų paslaugų, nėra konkurencingos. Lietuvoje neklasifikuojamų turistinių stovyklaviečių iš viso yra 129.

Lietuvoje apgyvendinimo paslaugų veikla yra licencijuojama. Visos vartotojams teikiamos apgyvendinimo paslaugos privalo būti klasifikuojamos arba registruojamos. Siekiant informuoti turistus (paslaugų vartotojus) apie apgyvendinimo paslaugų kokybę bei sudaryti galimybę pasirinkti ir gauti pageidaujamo lygio paslaugas, nuo 2018 m. vasaros kempingai pradėti klasifikuoti pagal skandinavišką modelį 5 žvaigždučių klasifikavimo sistema. Žemiausiai klasei suteikiama viena žvaigždutė, aukščiausiai – penkios.

Apgyvendinimo paslaugos klasifikuojamos pagal Vyriausybės įgaliotos institucijos nustatytus atitinkamos apgyvendinimo paslaugų rūšies klasifikavimo reikalavimus. Lietuvos Respublikos ekonomikos ir inovacijų ministro 2019 m. rugpjūčio 8 d. įsakymu Nr. 4-462 patvirtinti kempingo paslaugų klasifikavimo reikalavimai. Apgyvendinimo paslaugų klasifikavimą atlieka Vyriausybės įgaliota institucija (nuo 2019 m. sausio 1 d. šias paslaugas teikia Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba) pagal Vyriausybės įgaliotos institucijos patvirtintą ir su Ūkio ministerija suderintą apgyvendinimo paslaugų klasifikavimo tvarkos aprašą (Apgyvendinimo paslaugų rūšių sąrašo 1.4 punktas, Lietuvos Respublikos ekonomikos ir inovacijų ministro 2019 m. vasario 14 d. įsakymas Nr. 4–86). Bendruosius Apgyvendinimo paslaugų teikimo reikalavimus apibrėžia Turizmo įstatymo 31 str. 1 d. („Apgyvendinimo paslaugų rūšys ir apgyvendinimo paslaugų teikėjai“).

Klasifikuojant turi būti įvertinamas kempingo teritorijos suplanavimas, apgyvendinimo sąlygos ir įrangos kokybė, priėmimo sąlygos, teikiamų paslaugų pasirinkimas ir kokybė bei kiti kriterijai, patvirtinantys bendrą teikiamų apgyvendinimo paslaugų kokybę. Norint gauti pageidaujamą skaičių žvaigždučių, apgyvendinimo paslaugos (objektas) turi atitikti visus be išimties privalomus reikalavimus. Vertinant atitinkamą reikalavimą skiriamas didžiausias tą reikalavimą atitinkantis balų skaičius.

Šiame darbe analizuojami tik klasifikuoti, oficialius reikalavimus atitinkantys Lietuvos kempingai. Kitų šalių - priklausomai nuo jose galiojančios tvarkos.



2 pav. Kempingų pasiskirstymo Lietuvoje žemėlapis.

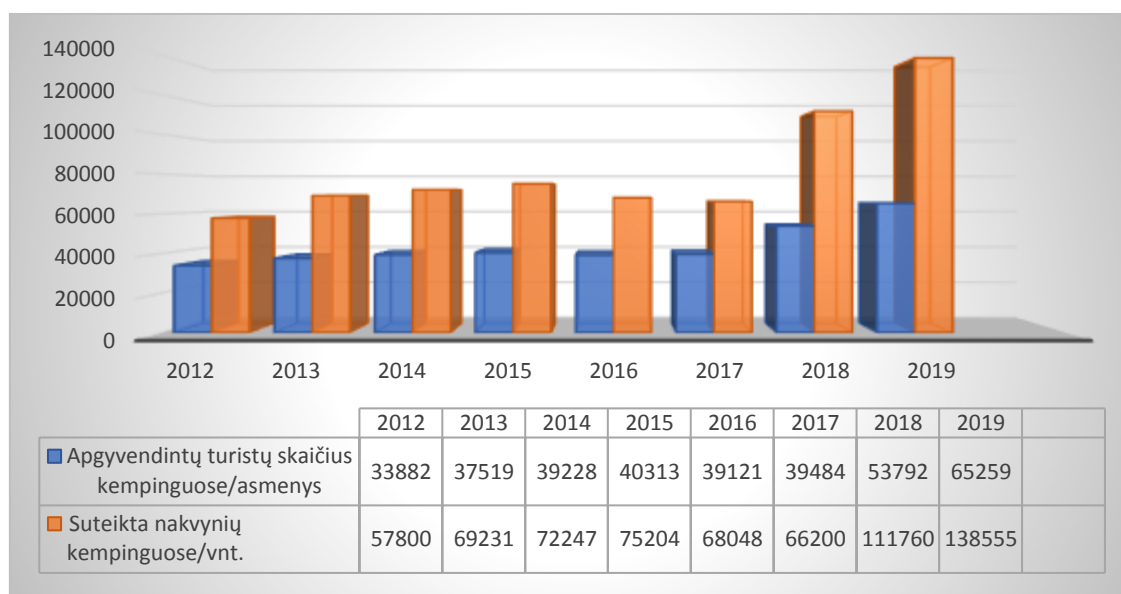
Šaltinis: www.camping.lt/lt/kempingai

Lietuvoje šiuo metu yra 34 atitinkantys kokybės reikalavimus klasifikuoti kempingai, iš jų: 1 žvaigždutės kategorijos - 6, 2 žvaigždučių - 11, 3 žvaigždučių kategorijos - 11, 4 žvaigždučių - 6 kempingai, 5 žvaigždučių kategorijos kempingų nėra. Pusė (50 proc.) visų Lietuvoje esančių kempingų priklauso aukštesnės – 4 ir 3 žvaigždučių - klasės kategorijai, pusė yra žemesnės klasės kempingai, kurie priklauso 1 ir 2 žvaigždučių kategorijai. Remiantis Valstybinės vartotojų teisių tarnybos (toliau - VVTAT) duomenimis, 2019 metų pabaigoje bendras numerių skaičius Lietuvos kempinguose buvo 999, iš viso įrengtos 3163 vietos. Kaip skelbia Lietuvos kempingų asociacijos internetinis puslapis, 29 kempingai priklauso asociacijai.



3 pav. Kempingų skaičius Lietuvoje 2012-2019 metais. Šaltinis: sudaryta darbo autorės, remiantis Lietuvos statistikos departamento duomenimis.

Tyrimui imti 2019 metų kempingų statistiniai duomenys (žiūrėti 3 priedą). Lietuvos statistikos departamento duomenimis, 2019 metų pabaigoje Lietuvoje veikė 34 kempingai (2018 m. - 27, 2017 m. - 29), iš jų 12 kempingų dirba ištisus metus (2018, 2017 metais ištisus metus veikė 10 kempingų). 2019 metais Lietuvos kempinguose įrengti net 1383 numeriai (75,51 proc. daugiau nei 2018 m. ir 54,70 proc. daugiau nei 2017 metais). Vietų 2019 metais įrengta 6 213 (84,80 proc. daugiau nei 2018 m. ir 84,09 proc. daugiau nei 2017 metais). 2019 metais Lietuvos kempingai priėmė 65 259 svečius, t.y. 21,32 proc. daugiau negu 2018 metais ir net 65,28 proc. daugiau nei 2017 metais, iš jų beveik po lygiai apsistojo tiek Lietuvos, tiek užsienio svečių (33 829 svečiai iš Lietuvos, 31 430 turistų iš užsienio šalių).



4 pav. Apgyvendintų turistų ir suteiktų nakvynių Lietuvos kempinguose 2012-2019 m. Sudaryta autorės, remiantis Lietuvos statistikos departamento duomenimis.

Kempinguose 2019m. svečiai iš viso praleido 138 555 naktis, arba 23,98 proc. daugiau nei 2018 metais. Tačiau įspūdingiausia lyginti su 2017 metais - nakvynių skaičius išaugo net 109,3 proc.- nuo 66 200 nakvynių 2017 metais iki 138 555 nakvynių 2019 metais. 70, 80 proc. daugiau nakvynių 2019m. praleido vietiniai gyventojai - 87 389 nakvynės, užsieniečiai - 51 166. Panašūs skaičiai ir lyginant 2018 metus -iš viso suteikta nakvynių 111 760, iš jų Lietuvos – 69 508, užsienio turistams - 42 252, t.y. 64,51 proc. daugiau vietinių nei užsienio nakvynių. Tuo tarpu 2017 metais tiek Lietuvos (32 375), tiek užsienio nakvynių (33 825) buvo beveik po lygiai.

Dar vienas svarbus rodiklis - metinis numerių užimtumo koeficientas kempinguose: 2019 metais - 19,64 proc., 2018 metais - 14,69 proc., 2017 metais - 15,69 proc. Skaičiai atrodo mažoki, tačiau nereikia pamiršti, jog tik dalis kempingų dirba ištisus metus, tad labai skiriasi sezono ir ne sezono numerių užimtumo rodikliai. Pavyzdžiui, 2019 metais II +III ketvirčio numerių užimtumas siekia jau 37,91 proc. Tuo tarpu metinis vietų užimtumo koeficientas 2019 metais sudarė 9,92 proc., 2018 metais 9,49 proc., 2017 - 8,73 proc. Lyginant II+III ketvirčio vietų užimtumo rodiklius jau turime 19,12 proc. 2019 metais, 2018 metais 17,92 proc. ir 2017 metais - 16,06 proc. Pajamų iš kempingų uždirbta 2019 metais 2 295 862 Eur, arba 13,15 proc. daugiau nei 2018 metais (2 029 028 Eur), net 49,57 proc. (arba 1 534 928 Eur) daugiau nei 2017 metais. Kempinguose 2019 metais dirbo 399 žmonės, 2018 metais 380, 2017- 358.

Vakarų Lietuvos regione, kurį sudaro Klaipėdos, Telšių ir Tauragės apskritys, yra 8 klasifikuoti kempingai, iš jų : 1 žvaigždutės kategorijos - nėra, 2 žvaigždučių - 3 kempingai: Medaus slėnis (Jurbarko raj.), Olando kepurė (Klaipėdos raj.), Žemsodis (Plungės raj.), 3 žvaigždučių - 2 kempingai: Nidos kempingas (Neringa), Ventainė (Ventė, Šilutės raj.), 4 žvaigždučių kategorijos - 3 kempingai: Drevernos kempingas (Klaipėdos raj.), Jūros kempingas (Klaipėda), Palangos kempingas Compensa (Nemirseta, Palanga), 5 žvaigždučių kategorijos kempingų nėra. VVTAT duomenimis, bendras numerių skaičius Vakarų Lietuvos kempinguose 2019 metų pabaigoje buvo 324, įrengtos 1159 vietos.

Išanalizavus pateiktą statistiką galima daryti išvadas, jog kempingai tampa vis populiarese svetingumo forma. Nakvynių skaičius juose bei apsistojančių vietinių turistų skaičius išaugo. Jei anksčiau kempinguose tradiciškai panašiai apsistodavo tiek lietuvių, tiek užsieniečių, tai pastaraisiais metais vis daugiau Lietuvos gyventojų atranda kempingą kaip nebrangų apsistojimo būdą.

1.1.3. Kempingų tipai Lietuvoje ir tarptautinėje turizmo rinkoje

Oksfordo anglų kalbos aiškinamajame žodyne svetingumo (angl. *hospitality*) sąvoka apibrėžiama kaip „svečių, lankytojų ar nepažįstamųjų geranoriškas priėmimas bei užėmimas“. P. Grecevičius, A. Armaitienė ir kt. (2002: 113) aiškina, jog terminas „svetingumo verslas“ dažniausiai suprantamas kaip apgyvendinimas ir maitinimas, kartais šią sąvoką išplečiant kitomis turizmo paslaugomis, tokiomis kaip pramogos, rekreacija. Pats svetingumas apibūdinamas kaip apčiuopiamų (maistas, gėrimai, nakvynė) ir neapčiuopiamų (aptarnavimas, atmosfera, įvaizdis) paslaugų elementas. Šios paslaugos neįmanomos be tiesioginio jų vartotojo dalyvavimo procese. Svetingumo versle vartotojas yra ypač svarbus, todėl neatsitiktinai apgyvendinimo ir maitinimo įstaigose visi klientai vadinami svečiais.

Cooper, Fletcher, Fyall, Gilbert ir Wanhill (2005:397) teigia, jog apgyvendinimą sudaro materialūs ir nematerialūs veiksniai. Materialūs, arba apčiuopiami veiksniai reiškia fizinę aplinką, priemones, reikalingas apgyvendinimui, vietai, dekoravimui ir maistui bei gėrimams, kuriuos svečiai suvartoja apgyvendinimo įstaigoje. Nematerialūs, arba neapčiuopiami svetingumo ir apgyvendinimo aspektai apima atmosferą, tvyrančią apgyvendinimo įstaigoje ir paslaugas, kurias patiria svečiai. Dauguma apgyvendinimo įstaigų yra materialių ir nematerialių veiksnių derinys.

Pasak T. Selvyn (2013), rinkos principais grindžiamas komercinis svetingumas padarė jį demokratiškesniu, prieinamu kiekvienam, turinčiam pinigų, nes svetingumą galima nusipirkti kada norime, kokį norime ir kur norime. Autoriaus nuomone, svetingumui galime priskirti ne tik draugų priėmimą namuose, kompanijų renginius savo klientams, turizmo įmonių reklamuojamą svetingumą, bet netgi valstybių svetingumą suteikiant arba atmetant prieglobsčio ieškančių asmenų prašymus. D. Picard (2013) mini tokias internetines platformas kaip CouchSurfing.org, kuriose, naudojantis kompiuteriu, svetingumas išreiškiamas galimybe svečiui ir šeiminkui bendraujant tiesiogiai asmeninėje erdvėje.

Svetingumas tapo verslo šaka, teikiančia paslaugas keliautojams, jos sėkmė ir verslo plėtojimo galimybės priklauso nuo gebėjimo teikti apgyvendinimo paslaugas ir tenkinti turistų poreikius. Anot Svetikienės, svetingumas - privalomasis apgyvendinimo ir maitinimo paslaugas teikiančių įmonių bruožas, pagal kurį į turizmo paslaugų vartotoją žiūrima kaip į svečią ir įmonės veikla organizuojama taip, kad būtų patenkinami įvairūs jų segmentai. Svetingumas yra pagrindinė turizmo produkto vartotojiška savybė, kuri klientams padeda pajusti, kad jie vertinami ir nuolat laukiami.

Pagal šį požiūrį paslaugų vartotojas tampa svečiu. Svetingumo įmonės pagrindinis uždavinys - tą svečią traukti, kad jis taptų nuolatinio klientu. Vienos iš svetingumo srities įmonių – kempingų pagrindinė teikiama paslauga yra svečių priėmimas ir apgyvendinimas.

Christian Eilzer, Bernd Eisenstein, Julian Reif, Rebekka Schmutte (Ed.) (2017) apibendrina, jog kempingų turizmo formos yra labai įvairios dėl daugybės skirtingų apgyvendinimo tipų ir skirtingo mobilumo laipsnio, susijusio su stovyklavimo kelione. Gyvenimas palapinėse, nameliuose ar nuomojamuose būstuose populiarėja ir tampa vis sudėtingesne turizmo forma.

Kempingai teikia apgyvendinimo paslaugas, todėl jie turi užtikrinti būtinų apgyvendinimo poreikių ir atitinkamų sąlygų sudarymą tam tikslui pritaikytame pastate, jų grupėje ar apgyvendinimui įrengtoje teritorijoje, kurioje:

- ✓ Patalpos ir teritorija suplanuotos taip, kad būtų galima teikti apgyvendinimo paslaugas.
- ✓ Tam skirtose aikštelėse galima apgyvendinti turistus palapinėse, mobiliuose nameliuose arba yra apgyvendinimui skirtų stacionarių namelių, įrengtų kambarių.
- ✓ Vykdoma sisteminga teritorijos priežiūra ir valdymas.
- ✓ Yra suplanuotos bendro naudojimo patalpos poilsio ar specialioms paslaugoms teikti.
- ✓ Yra įranga maitinimo ir higienos poreikiams patenkinti.
- ✓ Teikiamos papildomos paslaugos ir užtikrinama aptarnavimo kokybė.

Kempingus galima skirstyti pagal įvairius kriterijus, vienas iš pagrindinių - vieta. Paprastai kempingai įsikuria gražiausiose ir turistiniu požiūriu įdomiausiose vietovėse, dažnai prie vandens telkinių. Kaip papildoma pridėtinė vertė siūlomos įvairios paslaugos. Prie vandens įsikūrę kempingai teikia baidarių, kanojų, valčių ar vandens dviračių, įvairių vandens pramogų inventoriaus nuomos, žvejybos paslaugas.

Miestuose įrengtuose kempinguose dažniausiai apsistoja keliaujantys su savo transporto priemonėmis, pravažiuojantys turistai, apsistojuojantys neilgam laikotarpiui. Kempingai atvykstančius poilsiautojus priima su palapinėmis, kemperiais ar turistinėmis priekabomis, taip pat dažnai siūlo ir savo namelius apsistojimui. Vainienė (2001) klasifikuoja kempingus į namelių, palapinių ir autopriekabų kempingus. Pagal pobūdį - galimas „laukinis“ arba organizuotas kempingas, pagal paskirtį - pritaikytas įvairioms socialinėms keliautojų grupėms, jų skirtingiems poreikiams - vieniems reikia patogumo, maitinimo įstaigų, SPA, kitiems vaikų žaidimų aikštelių, interneto, pramogų ir pan.

XXI a. audringas kempingų industrijos vystymasis išaugo į vieną pagrindinių turizmo šakų. Чахова, Кобяк (2015) teigia, jog šiuolaikinės technologijos leido kempingams

reaguoti į rinkos poreikius ir realizuoti naujus apgyvendinimo produktus - turizmo parkus, pakeitusius turistines stovyklas su ribotu paslaugų pasiūlymu. Turizmo parkai apjungia komfortą ir saugų apgyvendinimą, išlaikydami pakankamai žemas kainas. Dar sudėtingesne struktūra turizmo parkai tapo, kai apjungė įvairias palaikančias ir papildančias paslaugas, leidusias pritraukti naujus vartotojų segmentus ir praktiškai sukurti naują turizmo šaką - kempingų turizmą.

Britiškoje kempingų klasifikavimo sistemoje Visit England išskiriami trys pagrindiniai kempingų tipai: 1) atostogų parkai, kur daugiau nei 50% teritorijos apstatyta mobiliais nameliais, kuriuos galima išsinuomoti arba įsigyti ilgam, 2) turistiniai parkai, kur daugiau nei 50% teritorijos skirta turistams su nameliais ant ratų, karavanais, 3) kempingų parkai, kur daugiau nei 50% teritorijos skirta palapinėms. Jei viename parke vyrauja du ar daugiau parkų su vienoda keleto rūšių teritorija, pavadinimai jungiami - karavanų-atostogų parkai, karavanų - kempingų parkai ir t.t.

Vienu iš žymiausių pasikeitimų kempingų, kaip turistinio produkto, yra išaugusi paslaugų kokybė. Kempingai nebėra vien pigaus poilsio vieta. Kaip teigia Чахова, Кобяк (2015), „pasinaudodami inovacinėmis technologijomis, kempingai galėjo subalansuoti žmogaus ir gamtos interesus ir po truputį iš turizmo periferijos pereiti į centrą ir atremti masinius turistų srautus“. Aukštus kempingų paslaugų kokybės standartus apibrėžia ir palaiko nacionaliniai kokybės standartų reikalavimai. Standartai paprastai apibrėžia 5 pagrindinius reikalavimus: 1) higiena, švara, estetika, saugumas (komfortas), 2) aktyvus laisvalaikis lauke (fizinė veikla, sportas, fitnesas, joga), 3) aukšta aptarnavimo kokybė (servisas), 4) turistinės atrakcijos ir objektai (pažinimas), 5) įvairių renginių programa (socialumas). Šiuolaikinius kempingus būtų galima suskirstyti į 4 pagrindinius tipus:

- ✓ Turistiniai parkai, siūlantys apgyvendinimo paslaugų įvairovę (palapinės, karavanai, mobilūs nameliai, šale/bungalo, kempingai-kajutės ir kt.). Dažnai turistiniai parkai išsidėstę poilsio parkuose ir be apgyvendinimo paslaugų, siūlo plačias aktyvaus poilsio ir pramogų galimybes.
- ✓ Kempingai - kurortai, kurie teikia aukštesnio lygio paslaugas, paprastai yra išsidėstę rekreacinėse zonose, turinčiose gydomąjį poveikį (gydomasis purvas, mineraliniai vandenys ir t.t.), pritraukiančius ženklius turistų srautus.
- ✓ Keliavimo parkai, teikiantys pakelės serviso paslaugas, išsidėstę netoli automobilių trąsų, ir siūlo trumpalaikio poilsio ir pilno buitinio aptarnavimo paslaugas. Iš esmės tai eko- moteliai.

- ✓ Įvykių kempingai, siūlantys palapinių miestelio paslaugas švenčių, įvykių metu.

Kempingų turizmo – patogaus poilsio gamtoje subkultūra - galutinai įsitvirtino su madingos eko- turizmo šakos - glampingų (prabangių, glamūrinių kempingų) atsiradimu. Juos pamėgo svarbūs visuomenės veikėjai, įžymybės ir kt. Kempingų industrija galutinai susiformavo kaip nauja ekonominės veiklos rūšis, aptarnaujanti masinį turizmą. „Glamping“ pradeda suvienyti geriausias stovyklavimo vietas ir svetingumą („Glampinghub: Why Glamp?“): Nepaprasta aplinka ir laikas gamtoje su prabangaus viešbučio komfortu. Jis pašalina kai kuriuos esminius stovyklavimo veiksnius, tokius kaip diskomfortas ir jaučiamas nemalonumas palapinėse“.

Dar viena nauja tendencija kempingų sektoriuje-, vadinama „Gamping“, panaši į „AirBnB“ koncepciją. Pavadinimą „gamping“ sudaro du žodžiai: sodas ir kempingas (garden +camping). Šiuo metu šiam stovyklavimo tipui netaikomi jokie specialūs įstatymai. Už nedidelį mokestį turistai kelioms naktims gali stovyklauti savo šeimininko sode. Gampingai, palyginti su tradicinėmis stovyklavietėmis, turi daug pranašumų. Visų pirma, kaina yra konkurencingesnė. Keliautojai taip pat turi puikią galimybę susitikti su vietiniais žmonėmis ir išvengti perpildytų kempingų.

Lietuviai dažnai renkasi kempingus įvairiems renginiams, rengia sąskrydžius, šventes, kurių metu apsistoja poilsio nameliuose arba įsikuria atsivežtose palapinėse. Pagal išsidėstymą dauguma Lietuvos kempingų koncentruojasi ežeringuose Pietų ir Rytų Lietuvos regionuose, taip pat pamaryje ir pajūryje.

Apžvelgus Lietuvos kempingų asociacijos internetinėje svetainėje reklamuojamus kempingus ir stovyklavietes galima reziumuoti, jog didžioji dalis (net 26) kempingų įsikūrę prie vandens telkinių, iš jų 13 kempingų įsikūrę prie upių, 7 - prie ežerų, 5 prie jūros ir 1 turi tvenkinius. Priklausomai nuo kategorijos, skiriasi savo dydžiu ir paslaugų įvairove. Pagrindinę - apgyvendinimo paslaugą - paprastai lydi daug pridėtinių paslaugų, iš jų galima išskirti tokias siūlomas laisvalaikio praleidimo galimybes: 13 kempingų yra įrengtas bendras susitikimų/žaidimo kambarys, vaikų žaidimo aikštelės yra – 32 kempinguose. Vietas maudynėms siūlo 26 kempingai, vidaus baseinus turi 3 kempingai, vienas iš jų siūlo netgi masažinį/SPA baseiną, 3 kempingai gali pasiūlyti galimybę išsimaudyti lauko baseinuose. 15 įstaigų siūlo saunos/turkiškos pirties paslaugas, 6 galima išsimaudyti kubile, 2 kempingai siūlo nardymo paslaugas.

Aktyviam poilsiui siūloma pažaisti kamuoliu 26 kempingų aikštelėse, pažaisti biliardą - 3, stalo tenisą - 1, lauko tenisą - 7. Vienuolikoje kempingų yra bėgiojimo takelis, 2

kempinguose galima pažaisiti golfą, viename - mini golfą, 2 kempingai siūlo slidinėjimo ir čiuožimo pačiūžomis galimybes, 1- plaukiojimą banglente, 5 - buriavimą. Prisiekusius žvejus pakviesti maloniai praleisti laiką gali net 22 kempingai. 7 kempingai gali pasiūlyti vykti į ekskursijas.

Tiems, kas negali atitrūkti nuo kasdienės aplinkos, net 28 kempingai suteiks galimybę pasinaudoti internetu, pažiūrėti televizorių - 18. Beveik visuose kempinguose yra galimybė išsinuomoti namelius (20) bei kambarius (20), palapines (11).

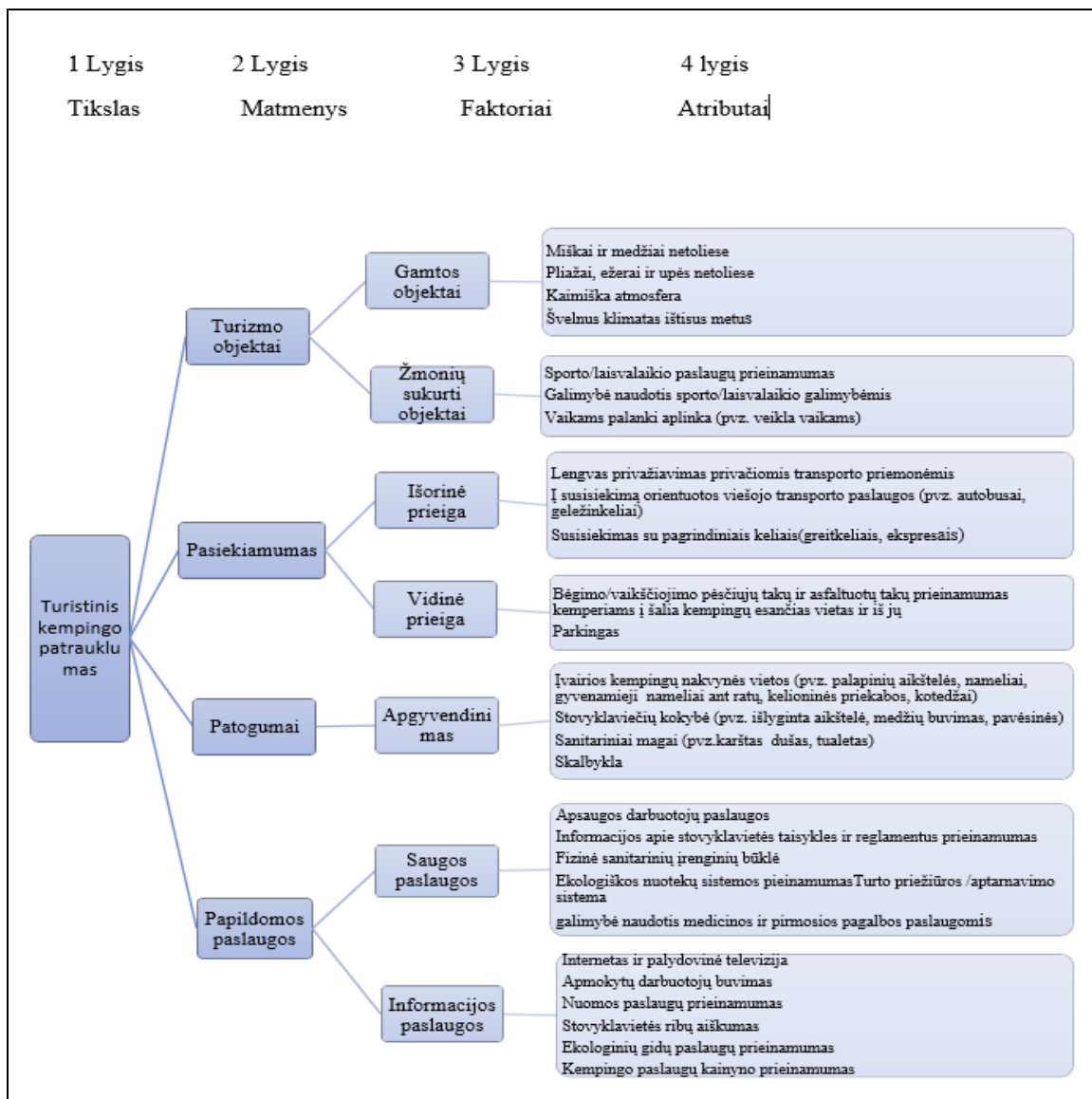
Aktyvaus laisvalaikio mėgėjai turi galimybę išsinuomoti baidares/kanojas 14 kempingų, 12- oje - valtį, dviračius - 19. Sporto ir žaidimų inventorių galima išsinuomoti 4 kempinguose, vandens sporto inventorių – 10 kempingų.

Verslo renginius, popietes galima rengti 14 kempingų, 24 yra galimybė atsiskaityti kortele. Skalbyklos paslaugas galima gauti 16 kempingų. Iš retesnių paslaugų - 2 kempingai siūlo nudistų paplūdimius.

2011 metais Klaipėdos rajono savivaldybės administracijos inicijuotos galimybių studijos „**Kempingų įrengimo pajūrio ir pamario zonose galimybių studija**” rengėjų vertinimu, kempingai turėtų būti įrengiami didžiausio patrauklumo rekreacinėse zonose, būtina vystyti kempingų tinklą pajūrio zonoje, įrengiant ne žemesnės kaip 3 ir 4 žvaigždučių reikalavimus atitinkančius kempingus.

VŠĮ „Turizmo plėtros instituto“ 2011 metais parengtoje studijoje „Lietuvos turizmo potencialo įvertinimo, nustatant turistinės traukos didžiausias vietas ir jų prioritetus“ atlikti tyrimai parodė, kad didžiausią turizmo potencialą turi Neringos, Palangos, Druskininkų ir Birštono kurortai ir didmiesčiai (Vilnius, Kaunas ir Klaipėda), kuriuose yra didžiausia lankytinų objektų sandrauba ir kurie vertintini kaip kompleksiniai turizmo paslaugų ir infrastruktūros centrai.

Kokie veiksniai nulemia konkretaus kempingo pasirinkimą, kas keliautojams yra svarbu, galima pamatyti 5 pav., apibrėžiančiame kempingų turizmo patrauklumą, lemiančių veiksnių hierarchiją. Cheng-Fei-Lee (2020) sudarytoje lentelėje. Turistas, planuojantis savo nakvynę kempinge, atkreipia dėmesį į daug skirtingų veiksnių: pradedant vietos pasirinkimu, jos pasiekiamumu, patogumais, baigiant papildomomis paslaugomis.



5 pav. Kempingų patrauklumą lemiančių veiksnių hierarchija. Pagal Cheng-Fei-Lee (2020).
(Understanding the Factors Determining the Attractiveness of Camping Tourism)

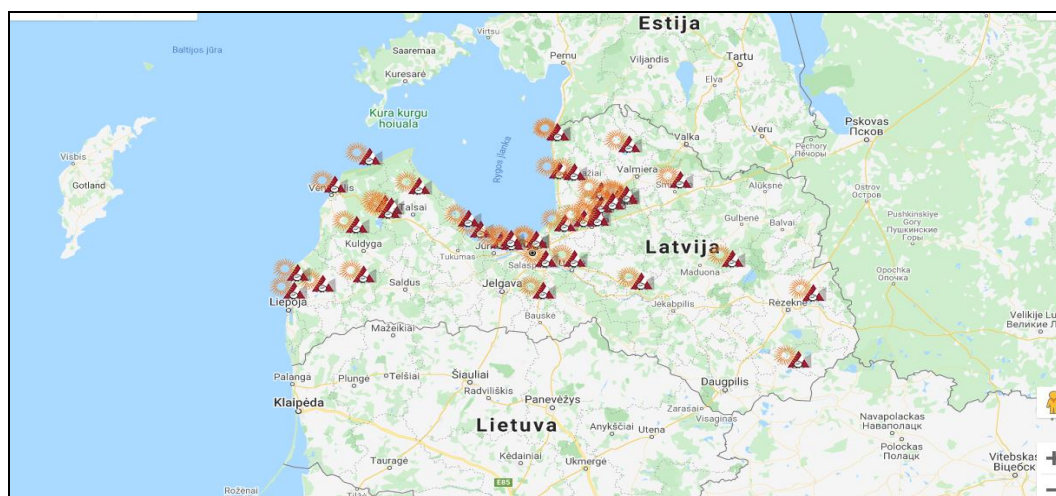
Apibendrinant galima pažymėti, jog kempingų pasirinkimo galimybės plečiasi, atsiranda vis naujesnių svetingumo formų. Šiuolaikinis turistai turi iš ko rinktis, todėl kempingams tenka plėsti savo paslaugas, jų formas, nes konkurencija didžiulė, o potencialus kempingo klientas- dažnai daug keliaujantis, ieškantis kažko išskirtinio, norintis būti nustebintu.

1.1.4. Šiaurės Europos kempingų rinkos analizė.

Kempingas - svarbus Europos turizmo paslaugų segmentas, 2018 m. mėgstantiems atostogauti kempinguose Europos Sąjungoje (ES), buvo užregistruota 28 400 kempingų. Maždaug du trečdaliai šių stovyklaviečių buvo tik keturiose valstybėse narėse: Prancūzijoje, Jungtinėje Karalystėje, Vokietijoje ir Nyderlanduose. Trys šalys, kuriose 2018 m. daugiausia turistinių naktų praleido kempinguose, buvo Prancūzija (31% visų ES kempinguose praleistų naktų), Italija (14%) ir Jungtinė Karalystė (13%). 2019 metais ES kempinguose praleistų naktų skaičius išaugo 1 procentu.

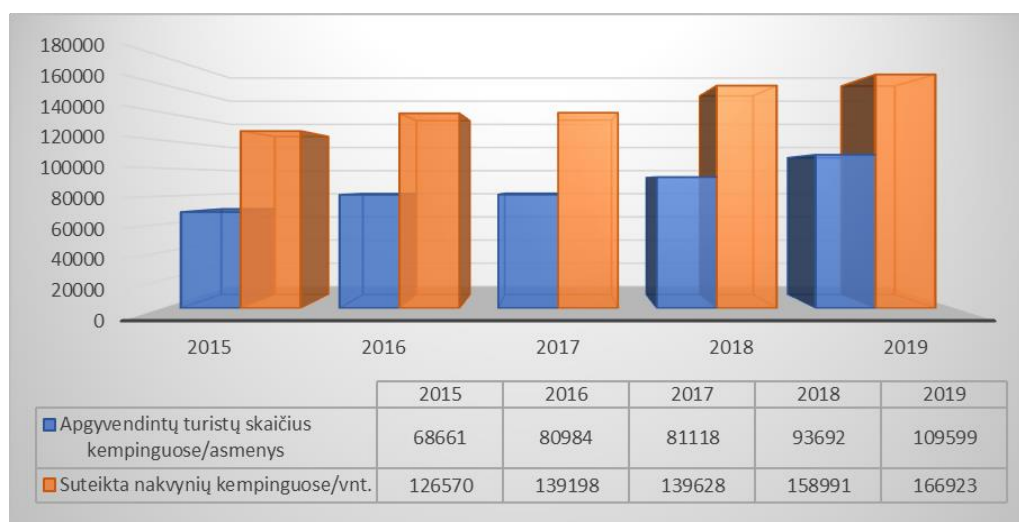
Analizei pasirinktos Latvijos, Estijos – artimiausių kaimynų kempingų rinkos ir Islandijos - kaip šalies, kurioje yra ne vienas kempingas su natūraliai trykštančiu geoterminiu vandeniu ir kuri turi didžiulę patirtį eksploatuojant geoterminius vandenis.

Latvijos kempingų rinkos analizė. Latvijos kempingų asociacijos duomenimis, jų nariais yra 41 kempingas, nors vadinančių save kempingais priskaičiuojama apie 200, tačiau jie neatitinka reikalaujamų standartų ir nėra klasifikuoti, tad gali vadintis tik turistinėmis stovyklavietėmis. Latvių kalboje žodis “kempings” (kempingas) apibrėžia vieną iš turistinės nakvynės formų. Latvijoje kempingai yra klasifikuojama apgyvendinimo forma, kempingai vertinami nuo 1 iki 5 žvaigždučių. Norint klasifikuotis būtina atitikti bent minimalius reikalavimus, o klasifikacija yra būtina, norint tapti asociacijos nariu. Klasifikavimo procedūras atlieka Latvijos kempingų asociacijos atstovai. Kempingai daugiausia susitelkę Baltijos pajūryje (6 pav.). Arčiausiai Palangos atitinkantis kempingo reikalavimus - BB camping, įsikūręs netoli Liepojos.



6 pav. Kempingų pasiskirstymo Latvijoje žemėlapis. Šaltinis: www.camping.lv

Latvijos statistikos departamento duomenimis, kempingų lankytojų skaičius auga (2019 m. kempinguose apsilankė 109 599 lankytojai, 2018 m.- 93 692, kas sudaro 16,98 proc. augimą, 2017 m. sulaukta 81 118 svečių, tai yra 35,11 proc. mažiau nei 2019 metais). 2019 metais nakvynių suteikta 166 923, 2018m. - 158 891, tai sudaro 5,06 proc. augimą, 2017 m. – 139 628 arba 19,55 proc. mažiau nakvynių lyginant su 2019 metais.

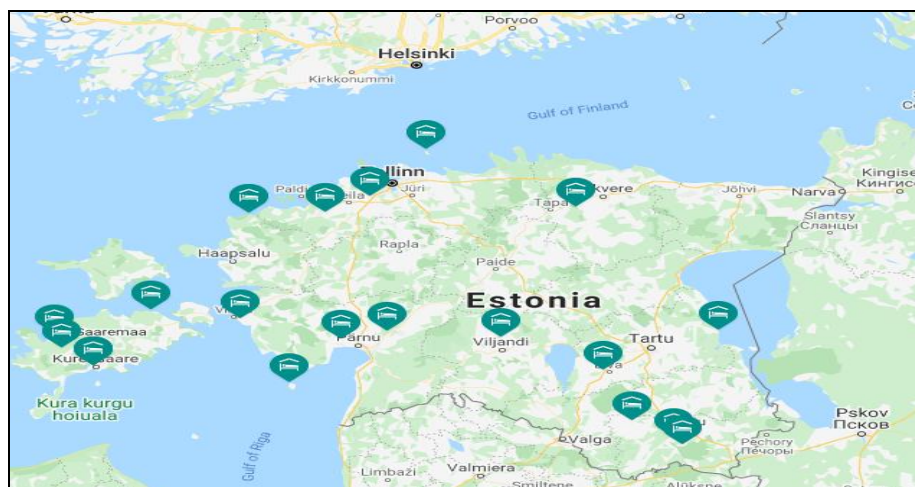


7 pav. Apgyventintų turistų ir suteiktų nakvynių skaičius Latvijos kempinguose 2015-2019 m. Sudaryta autorės, remiantis <https://www.csb.gov.lv/lv/statistika>

Peržvelgus kempingų svetaines galima režiuruoti, kad kempingų išsidėstymo, paslaugų teikimo principai yra panašūs kaip ir Lietuvoje, iš įdomesnių išskirti galima Kanojų kempingą Smiltėnės rajone, teikiantį specializuotas valčių, kanojų, plaustų nuomos paslaugas, Riverside Camping – miesto kempingą ant Daugavos upės kranto, teikiantį išskirtinę paslaugą-prieplauką kruiziniams laiveliams, skirtą tik kempingo svečiams. Dar galima paminėti “Kapteinų osta” Salacgrivoje, turintį jachtų klubą, norinčius pailsėti išskirtinėje vietoje pakvies “Piena **muiža** – **Berghof**” kempingas, įsikūręs Sieksāte. Čia galima aplankyti Pieno muziejų arba pasinerti į pieno SPA malonumus. Kempingų su geoterminiu vandeniu nėra.

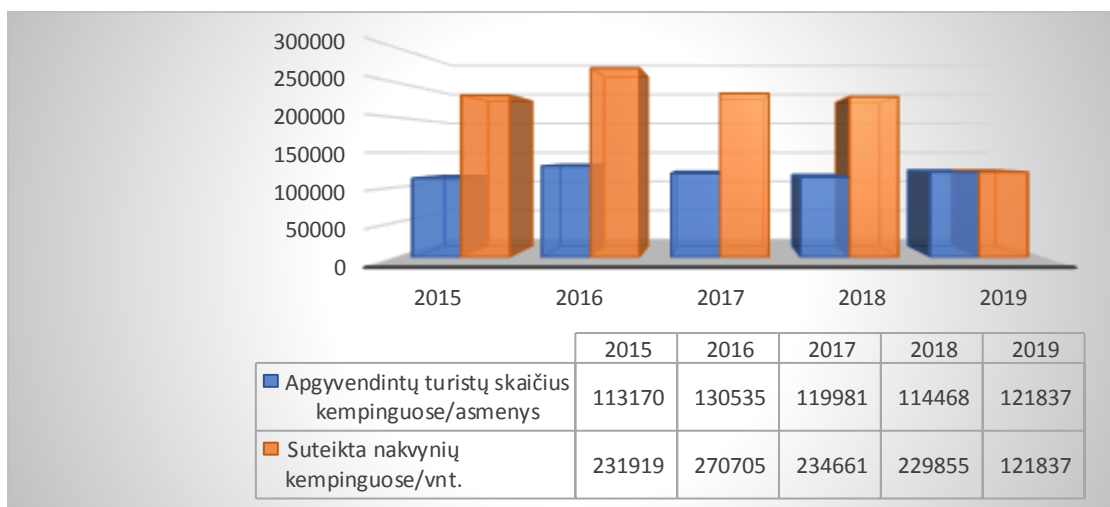
Estijos kempingų analizė. Estijoje kempingai taip pat klasifikuojami. Kempingus klasifikuoja ir prižiūri kempingų asociacijos nariai. Estijos kempingų asociacija, savo klientams norėdama garantuoti kokybiškas paslaugas, vienija kempingus, kurie atitinka nustatytus reikalavimus. Asociacijos narių rekomenduojamuose kempinguose galima nakvoti palapinėse, nameliuose arba moteliuose, taip pat siūlomos kokybiškos paslaugos atvykstantiems su nameliais ant ratų. Estijos kempingų asociacija yra Baltijos šalių kempingų asociacijos narė bei Europos kempingų asociacijų federacijos ir poilsio parkų asociacijos (EFCO&HPA) narė. Kartu

su Latvijos ir Estijos kempingų asociacijomis pristato save parodose Europoje ir Šiaurės šalyse. Estijos turizmo įstatymas kempingą apibrėžia kaip apgyvendinimo įstaigą, kurioje teikiamos ribotos paslaugos, yra įrengtos palapinių ir (arba) namelių kempingai bei motorinių transporto priemonių stovėjimo vietos, kuriose taip pat gali būti apgyvendinimo vietų. Reikia pažymėti, jog statistiškai kempingai skaičiuojami kartu su poilsio bazėmis. Kempingai klasifikuojami pagal žvaigžduotes, kai vienos žvaigždutės kempingas teikia pagrindines paslaugas, o penkių žvaigždučių - geriausias įmanomas paslaugas.



8 pav. Kempingų pasiskirstymo Estijoje žemėlapis. Šaltinis: www.visitestonia.com

Estijos kempinguose ir poilsio nameliuose 2019 metais apsistojo 121 837 turistai, t.y. 6,44 proc. daugiau nei 2018 metais, ir 1,55 proc. daugiau nei 2017 metais. 2019 metais Estijos kempinguose turistai praleido 121 837 nakvynės, arba 5,42 proc. daugiau nei 2018 metais (229855) ir 3,26 proc. daugiau nei 2017 metais (234661).

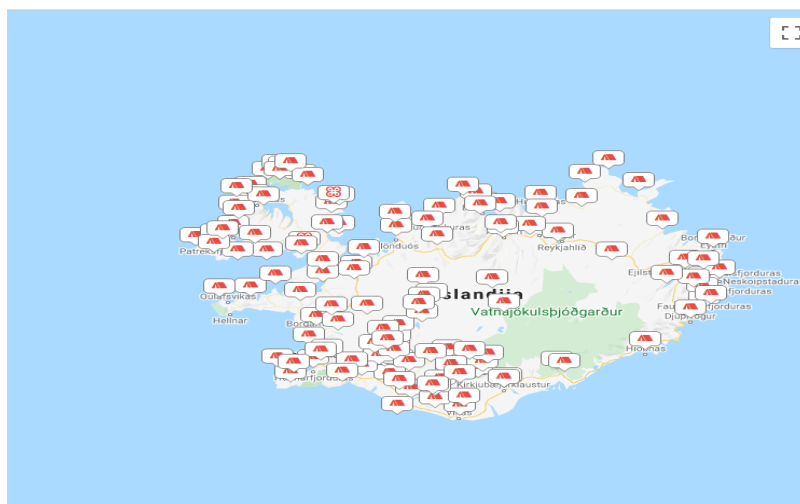


9 pav. Apgyvendintų turistų ir suteiktų nakvynių skaičius Estijos kempinguose 2015-2019 m.

Sudaryta autorės, remiantis <https://www.stat.ee/en>

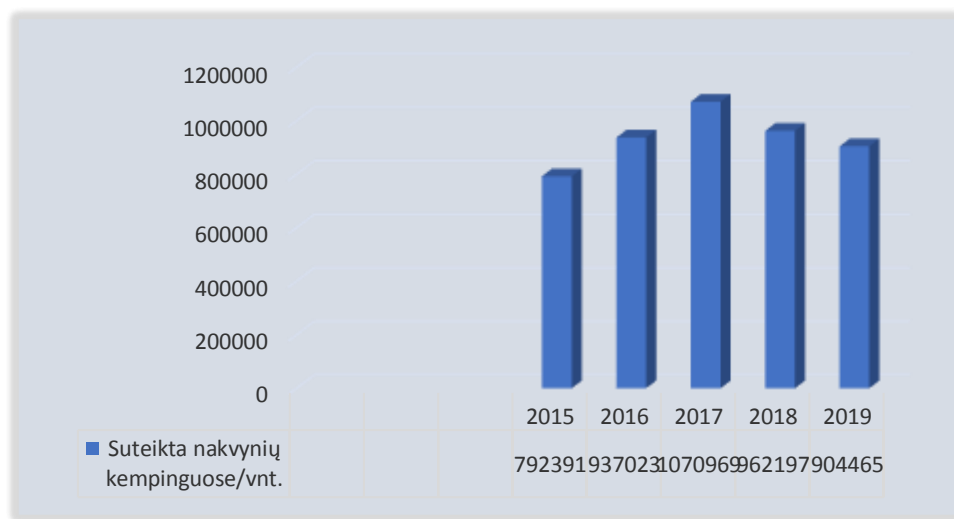
Apžvelgus Estijos kempingų asociacijos internetinėje svetainėje pristatomus kempingus, galima daryti išvadą, jog daugelis kempingų siūlo panašias paslaugas, skiriasi tik vieta, klasė, pramogų pasirinkimas. Galima išskirti keletą įdomesnių kempingų – vienas iš jų – Meroja kempingas, įsikūręs ant jūros kranto, turintis įrengtas vietas palapinėms, kemperiams, karavanams, nameliams, siūlantis daug papildomų paslaugų - vaikų žaidimo aikštelę, privatų paplūdimį, dviračių nuomą, interneto ryšį. Vanamōisa - karavanų parkas, kur didžioji dalis teritorijos skirta tik karavanams, yra mini zoo, galima pažaisti mini golfą, Kassioru Holiday Home - šeimos įmonė, įsikūrusi gamtos draustinyje ant Ahja upės kranto, siūlo stebėti paukščius, išsinuomoti baidares, valtis, išsirengti į žvejybą. Geoterminis vanduo kempinguose nėra naudojamas.

Islandijos kempingų analizė. Islandijoje apgyvendinimo įstaigų veiklą licenzijuoja ir prižiūri Islandijos turizmo taryba (toliau - ITB), tačiau kempingų klasifikacijos nėra. ITB vykdo kokybės sistemą, vadinamą „Vakinn“. Ji siūlo šešių apgyvendinimo kategorijų sertifikavimą; žvaigždučių įvertinimas viešbučiams ir sertifikavimas kitiems, pvz. sertifikuoti svečių namai, sertifikuoti nakvynės namai ir kt. Kempingai taip pat yra sertifikuojami, minimalūs reikalavimai, tokie kaip prižiūrėtas ir sutvarkytas privažiavimas prie stovyklavietės, apšvietimas, laikomasi saugumo reikalavimų, pažymėtos kempingų GPS koordinatės, baldai, įranga - be nusidėvėjimo žymių, susiekimas telefonu net ir piko metu su registratūros darbuotojais, bendri vonios kambariai, prieinami bet kuriuo paros metu, būtini. Islandai tikisi, jog „Vakinn“ kokybės sistema padidins Islandijos apgyvendinimo sektoriuje kokybę ir ilgainiui sustiprins Islandijos konkurencinį pranašumą. Tačiau narystė turizmo įmonėms yra neprivaloma.



10 pav. Kempingų pasiskirstymo Islandijoje žemėlapis. Šaltinis:
www.nat.is/camping-in-iceland

Islandijos statistikos departamento duomenimis, 2017 m. Islandijoje buvo 200 kempingų (camping site). Statistikos departamentas kempingo kategorijai priskiria kempingus, pramoginių transporto priemonių ir priekabų aikšteles. Kempingai išsidėstę visoje šalyje, tačiau daugiausia jų pakrantėse. 2019 metais Islandijos kempinguose praleista 904 465 nakvynės, 2018 metais - 962197 nakvynės, arba 6,31 proc. daugiau nakvynių nei 2019 metais, 2017 metais – 1 070 969, arba 15,83 proc. daugiau nakvynių. 2019 metais Islandijos stovyklavietėse svečiai iš Lietuvos praleido 933 naktis, 2018 metais – 1072, 2017 metais – 1 114 naktų.



11 pav. Nakvynių skaičius Islandijos kempinguose 2015-2019 m. Sudaryta autorės, remiantis <https://statice.is/>

Kempingas yra daugelio islandų aistra. Stovyklavimas Islandijoje yra pigus, o tai neįkainojama keliautojams, atsižvelgiant į palyginti aukštas Islandijos kainas. Aukštas turizmo sezonas Islandijoje yra nuo gegužės pabaigos iki rugpjūčio mėnesio, todėl norintiems išvengti minios, siūloma poilsį kempinguose rinktis balandžio ar rugsėjo mėnesiais. Tačiau tada gali būti nelabai palankios oro sąlygos. Daugelyje kempingų teikiamos visos paslaugos, įskaitant dušus, vonios kambarius, elektrą ir netoliese esančius restoranus ar parduotuves. Įmanoma rasti ir nemokamų stovyklaviečių su minimaliais patogumais

Peržvelgus Islandijos kempingų (camping sites) puslapį (<https://guidetoiceland.is/travel-info/camping-in-iceland>) galima teigti, jog jie siūlo labai skirtingo lygio apgyvendinimą ir paslaugas. Tarkime, kempingas Grundarfjörður vilioja tuo, jog pas juos kanjone auga daug mėlynių, siūlo papildomas paslaugas, tokias kaip jodinėjimas, baidarės, golfas, žvejyba jūroje ar paukščių stebėjimas valtimis. Kempinge galima apsistoti su

palapinėmis, kemperiais ir didesnėmis priekabomis. Grettislaug in Reykhólar—paukščių stebėtojų rojus, Ólafsfjörður - turi tvenkinį, kuriame gali žvejoti ir vaikai, Mōðrudalur siūlo ekskursijas sraigtasparniu, išvykas džipais, pasimėgauti elnienos restorane. Išskirtiniai Islandijos kempingai - su natūraliomis karštosiomis versmėmis, tokie kaip Tálknafjörður geoterminis lauko baseinas su voniomis ir vandens čiuožykla, Hellulaug - su natūraliu karštųjų versmių baseinu, Drangnes Hot Pots.

Drangnes - tai nedidelis žvejų kaimelis vakarinėje Islandijos fiordų dalyje, kuriame gyvena apie 70 gyventojų. Turbūt labiausiai šį kaimą išgarsino puikus geoterminis baseinas ir trys sūkurinės vonios, esančios pakrantėje, tiesiog atvirame ore. „Nuostabi patirtis“, „absoliučiai verta“, „vaizdas prie jūros negalėjo būti geresnis“, „rekomenduoju“- keletas sužavėtų lankytojų atsiliepimų, patvirtinančių, jog galimybė pasinerti į šiltą vandenį padeda į šią vietovę pritraukti papildomus lankytojų srautus.

Apžvelgtuose kempinguose apgyvendinimo sąlygos, reikalavimai yra panašūs. Latvijos ir Estijos kempingai yra klasifikuojami, Islandijoje tik diegiama kokybės sistema. Visose šalyse kempingai yra populiarūs, o Islandijoje - tai jau tikras gyvenimo būdas. Savo klientą visi stengiasi privilioti išskirtinėmis paslaugomis ir pramogomis. Be abejo, niekas negali prilygti Islandijos kempingams su geoterminio vandens galimybėmis.

1.2. Turistų, besirenkančių kempingą, kaip apgyvendinimo įstaigą, pasirinkimo motyvai

Armaitienė A., Vaškaitis E. (2013) teigia, kad dabarties sąlygomis, kai gausu naujų turizmo rinkų, turistai yra labiau patyrę, pakitę jų poreikiai, gausu aplinkosauginių apribojimų, turistiniai ištekliai per daug intensyviai naudojami, kyla naujų arba modifikuotų turizmo produktų poreikis. Daugeliu atveju, norint išsiaiškinti turistų poreikius, reikia žinoti, kas verčia keliautojus rinktis vieną ar kitą vietovę, vieną ar kitą apgyvendinimo tipą.

Yong Zhong ir kt. (2017), atlikę tyrimą, kurio metu aiškinosi ryšius tarp stovyklautojų keliavimo motyvų, pasitenkinimo ir kempingų paslaugų inovacijų, pateikia išvadas, jog stovyklautojų laisvalaikio motyvai gerinant sveikatą, saviraišką ir mokymosi patirtį yra aukšti. Stipresnį sveikatos gerinimo motyvą turi susituokę žmonės. Skirtingo išsilavinimo

stovyklautojai skirtingai suvokia pasitenkinimą stovyklavieta, žmonės, turintys pradinį išsilavinimą, paprastai būna labiau patenkinti nei kiti. Be to, nustatyta, kad laisvalaikio motyvas tiesiogiai susijęs su pasitenkinimu, kai didesnę įtaką turi sveikatos gerinimas. Antra, paslaugų naujovės daro įtaką stovyklautojų pasitenkinimui. Autoriai siūlo kempingų vadybininkams skatinti stovyklavimą nurodant vidinius žmonių sveikatos motyvus, saviraiškos ir mokymosi patirtis. Rekomenduojama siūlyti įvairiapusę patirtinę veiklą, generuoti kūrybingas idėjas, reguliariai siūlyti naujas ir kūrybingas paslaugas, siekiant patraukti žmonių dėmesį ir patenkinti jų norus, pvz., reikalaujant sau iššūkio, geresnės sveikatos, tarpasmeninių santykių, įgūdžių ir žinių, turėtų padidėti klientų suvokiamas pasitenkinimas ir motyvacija.

Van Heerden (2020), bandydamas išsiaiškinti, ar yra skirtumas tarp vyrų ir moterų motyvacijos rinktis vieną ar kitą atostogų būdą, nustatė, jog skirtumas tarp vyrų ir moterų bendro įsitraukimo į kempingo gyvenimą yra. Vyrai labiau vertino kempingo patrauklumą, socialinius ryšius, tapatybės patvirtinimą ir jos išraišką. Vyrai yra labiau linkę dalyvauti tam tikroje veikloje nei moterys, nes stovyklavimas yra labiau fizinis poilsis, kuris skatina savęs tobulėjimą tapatybės srityje. Tai gali reikšti, kad vyrai gali išreikšti savo tikrąją prigimtį bendraudami su šeima, draugais ar kitais stovyklautojais. Autorius teigia, kad galima siūlyti specialią veiklą vyrams ir moterims, siekiant maksimaliai padidinti jų pasitenkinimo lygį.

Pasak R. Ballantyne, L. Moutinho and S. Rate (2018) stovyklavimas, kaip rekreacinė veikla apskritai, yra ribotas psichologinių (motyvacijos) ir elgesio aspektų (įsitraukimo) supratimo. Motyvacija reiškia poreikio būseną, kuri žmogų pastūmėja į tam tikrus veiksmus, kurie, kaip manoma, teikia pasitenkinimą. Atostogų turistų motyvaciją labai lemia socialiniai veiksniai ir ji yra susijusi su optimalaus susijaudinimo poreikiu. Mums reikia stabilumo ir naujovių.

Seabra C., Vincente M., Silva C., Abrantes J. L. (2015) pabrėžia, jog motyvacija yra veiksmingai susijusi su dalyvavimu. Gražulis V., Zuromskaitė B. (2013) teigia, kad motyvacijos srityje siekiama paaiškinti, kodėl taip elgiamasi. Pats terminas „motyvacija“ yra kilęs iš lotyniško veiksmazodžio „movere“, reiškiančio „judėti“. Iš esmės motyvacija reiškia procesus, kurie verčia žmogų elgtis tam tikrais būdais.

E. Brooker ir M. Joppe straipsnyje “Kempingų tyrimų apžvalga ir kryptingumas ateities studijoms” („A critical review of camping research and direction for future studies“) teigia, kad kempingo patrauklumą iš dalies galima paaiškinti tiriant stimulus, kurie skatina, nukreipia ir integruoja stovyklautojų elgesį. Šie motyvai daro įtaką sprendimų priėmimo procesui (Sirakaya ir Woodside, 2005) ir asmeniniam pasitenkinimo laipsniui, kurį lemia

stovyklavimas (Dunn Ross ir Iso-Ahola, 1991; Yoon ir Uysal, 2005). Akstinas stovyklauti palapinėje, RV, karavane arba namelyje, pirmiausia prasideda nuo poreikio pabėgti (Bultena and Taves, 1960; Counts and Counts, 2004; Hardy ir kt., 2012; White and White, 2004) už mažą kainą (LaPage and Cormier, 1977). Stovyklautojai turi unikalias galimybes atsipūsti nuo įprastos rutinos, fiziškai ir psichologiškai atsiribodami nuo miestietiško gyvenimo būdo. Jie sąmoningai pasirenka stovyklavietę, kad ir kokia civilizuota ar necivilizuota ji būtų, laikinai pakeičianti namus, kuriuose galima gyventi, valgyti, miegoti ir bendrauti (Hoga, 2011). Taigi stovyklavimas įgalina asmeninį atlygį, įskaitant apsisprendimą, kompetencijos jausmą, mokymąsi, tyrinėjimą, atsipalaidavimą, atjaunėjimą (Foley ir Hayllar, 2007; Garst ir kt., 2010) ir socialinį ryšį tarpasmeniniame lygmenyje (Mannell ir Iso-Ahola, 1987) su šeima ir draugais (Hardy ir kt., 2012), kad ir kokio jo norėtusi (Mock ir Hummel, 2012).

Praleistas laikas lauke, gamtos apsuptyje, pagerina asmens psichologinę savijautą (Garst et al., 2010). Kaip pažymėjo vienas respondentas Garst ir kt. tyrime (2010: 96), „Stovyklavimas yra pabėgimas nuo kasdinių rūpesčių.“ Tačiau poreikis pabėgti nuo gyvenimo mieste yra šiek tiek ironiškas, kadangi stovyklautojai „niekada visiškai neatsisako šiuolaikinių patogumų, kurių jų teigimu, bandoma išvengti“ (Garst ir kt., 2010). Nors stovyklautojus traukia gamta, jie kovoja su diskomfortu, prisidedant prie RV, karavanų, kemperių ir kitų panašių apgyvendinimo tipų populiarumo. Pramogos vietoje, mažmeninės prekybos centrai, restoranai, barai, SPA, baseinai, vandens parkai, vaikų klubai, rekreacijos galimybės lauke ir sportinė veikla dar labiau prisideda prie potencialių stovyklautojų pritraukimo į konkrečias vietas (E. Brooker, 2011).

Stovyklavietės suteikia bendruomenės jausmą, mažinantį asmeninius suvaržymus, nes stovyklautojai supranta, kad kiti svečiai mąsto panašiai, tai palengvina bendravimą (Foley ir Hayllar, 2007). Stovyklaujant pasikeitusi tvarka ir neįprastas elgesys, kurie turi įtakos žmonių aprangai, valgiui, gėrimui, savijautai ir miegui, elgesiui ir žaidimui, gali pakeisti įprastai galiojančias normas. Dėl antropologinio ribotumo dėmesys tik sau virsta į bendrą patirtį (Chambers, 2001), sukuriant priklausomumo jausmą ir nebesuteikiant reikšmės asmenų išorinei socialinei padėčiai, vedantį į visuotinę lygybę (Preston-Whyte, 2004; Shields, 1991). Todėl kempinguose žmonės gali atrasti tikrąjį save (ar net keletą savo versijų) (Graburn, 2001; Preston-Whyte, 2004; Wickens, 2002).

V. Gaubaitė savo magistriniame darbe („Lietuvos kempingų paslaugų vartotojų profilis“, 2014), atlikusi tyrimą pateikia išvadas, jog „kempingus dauguma renkasi norėdami pabūti gamtoje. Pusė visų lankytojų kempingus pasirenko dėl pigaus poilsio galimybės ir dėl

kempingų strateginės vietos. Populiariausi kelionės tikslai yra atsipalaidavimas ir poilsis, gyvenimas gamtoje, pažintiniai tikslai, atostogų praleidimas ir ištrūkimas nuo rutinos. Kempinguose beveik visi lankytojai maudosi vandens telkiniuose, kūrena laužą, gamina maistą, kepa grilį. Beveik pusė visų poilsiautojų žaidžia žaidimų aikštelėse, plaukioja valtimis”.

Apibendrinant visų autorių mintis galima teigti, jog kempingų pasirinkimo motyvai tiek užsienyje, tiek Lietuvoje yra panašūs: noras pabūti gamtoje, apgyvendinimo kaina, laisvės ir atsipalaidavimo pojūtis, bendravimo ir socializacijos poreikis.

1.3. Terminių vandenų panaudojimo rekreacijai įvairovės ir naujovės

Patricia Erfurt-Cooper, Malcolm Cooper (2009) teigia, jog geoterminės versmės yra vienas iš pagrindinių turizmo šaltinių, padedančių sudaryti įspūdingą aplinką, pripažintų naudingais sveikatai ir sveikatingumui, sudarančių paveldo jausmą ir nuotykius, turinčius sąsajas su natūralia aplinka. Sveikatos ir sveikatingumo turizmas sudaro didelę viso pasaulio turizmo suvartojimo dalį, pradedant nuo karštų šaltinių naudojimo maudymuisi, laisvalaikui ir poilsiui, mineralinio vandens naudojimo gydymo procedūrose, prižiūrint labai specializuotiems medicinos specialistams, baigiant vandens procedūromis sveikatingumo ir grožio terapijos sektoriuje bei mineralinio vandens naudojimu gėrimo tikslais.

Terminiai vandenys sveikatinimui buvo naudojami jau Romos imperijos laikais, Japonijos valdovai tai darė dar prieš 3000 metų. Taip pat ir daugelyje kitų regionų (Afrikoje, Amerikoje, Okeanijoje) karštosios versmės buvo naudojamos įvairiems ritualams, buvo tikima, kad jų vanduo turi ypatingų gydomųjų galių.

Karštosios bei šaltosios vandens versmės yra vienos svarbiausių SPA turizmo elementų, kurių egzistavimas priklauso nuo geologinės vietovės raidos. Vienas karštųjų versmių turizmo aplinkos tipų - atvira aplinka, kuomet lankytojai gali mėgautis procedūra būdami lauke, o ne patalpose (populiaru Japonijoje).

Pasauliui vis labiau rūpinatis savo sveikata, populiarėja SPA sveikatingumo centrai, kurie teikia medicininės patikros paslaugas. Pasikeitęs šiuolaikinis vartotojas pakeitė ir pirminę SPA centrų paskirtį: anksčiau tokie centrai egzistavo reabilitacijos tikslams, o dabar jie daugiausia orientuoti į prevenciją – geros sveikatos palaikymą. Galima išskirti keletą šios rinkos vartotojų bruožų: dažniausiai tai vyresni nei trisdešimties metų asmenys, šias paslaugas naudojantys siekdami atsipalaiduoti ir mažinti stresą, jie dažniausiai renkasi masažus, garų kambarius ar saunas.

Neatsiejama SPA sveikatingumo centrų dalis yra mineraliniai, giluminiai vandenys. Tokio vandens išgavimui naudojami ir natūralūs atviri šaltiniai ir žmogaus rasti gręžiniai. Priklausomai nuo vietovės, terminiai vandenys gali būti naudojami ne tik SPA reikmėms, bet ir viešai prieinamose vietose esantiems vandens skirstymo punktam.

Vokietijoje esantis „Baden baden“ SPA naudoja terminį vandenį iš natūralių versmių bei iš gręžinių, o sveikatingumo centre jungiant airiškas bei romėniškas tradicijas karštieji terminiai vandenys yra naudojami sąnarių gydymui.

Japonijoje egzistuoja karštųjų versmių įstatymas, kuriame aprašyta, kokiomis savybėmis karštoji versmė turi pasižymėti. Apibūdinamas mineralų kiekis, temperatūra. Remiantis šiuo įstatymu buvo sukurtos rekomendacijos SPA centrams. Tuo tarpu karštosiomis versmėmis jau nuo 1908 m. naudojosi Islandijos ūkininkai, kurie nutiesė vamzdžius nuo versmės iki savo namų bei taip apšildė pastatą, vėliau rado būdą atskirti vandenį bei jo garus ir naudojo jį namų apyvokoje.

Terminių vandenų SPA centrai skaičiuoja jau ne pirmą šimtmetį ir Rytų Europoje. Čekija ir Slovakija iki šiol garsėja šių paslaugų gausa. Terminį vandenį dažniausiai reikia vėsinti, tam galima pasitelkti ir purvą, kuriuo su tinkama įranga padengiami SPA centrų lankytojų kūnai arba iškart leidžiant į baseinus vėsintą vandenį. Nustatyta normali procedūrų, kurioms naudojami karštieji terminiai vandenys, temperatūras yra apie 27 laipsnius Celsijaus. Laipsniai gali kiek svyruoti, bet minėtoji temperatūra yra optimaliausia, taip pat svarbu, kad vanduo nuolat atsinaujintų, todėl baseinuose jis pilnai atsinaujina per 6-8 valandas.

Prancūzijoje į gydymą orientuotiems SPA valstybė bei sveikatos apsaugos tarnybos skiria daug dėmesio, todėl pacientai yra nukreipiami į jiems pagal sveikatos nusiskundimus geriausiai tinkančius SPA terminių vandenų centrus. Islandijoje atidarytas specialus terminių vandenų SPA centras, skirtas odos gydymui, kartu kombinuojant šviesos terapijos procedūras. Tuo tarpu Azijos šalyse (Tailande, Indijoje) daugiausia orientuojamasi į SPA, kuriuose tikrinama sveikata.

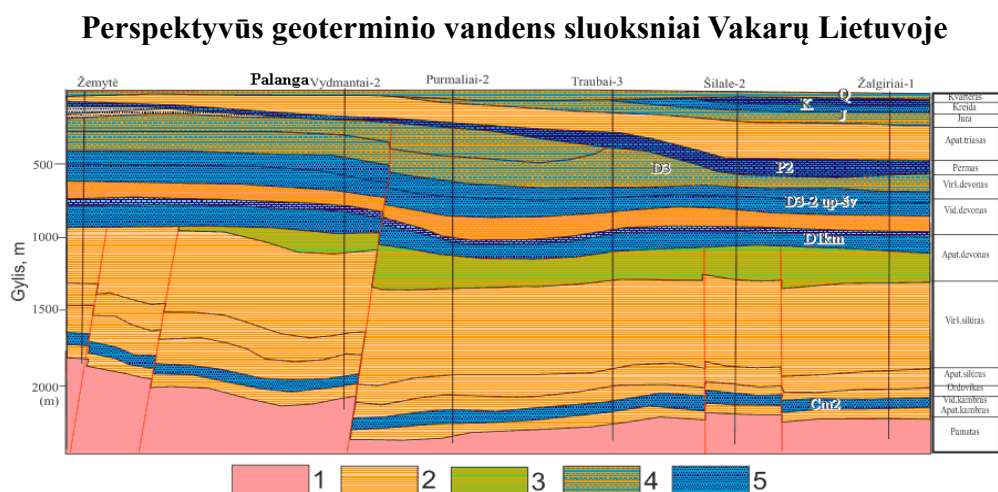
Yra vietų, kur terminiai vandenys yra naudojami sodininkystei, šildymui ar energijos išgavimui. Pastarajam naudojami terminio vandens garai. Panašių pavyzdžių galima rasti JAV Yellowstone nacionaliniame parke bei kai kuriuose Japonijos regionuose esančiuose privačiuose namuose bei viešbučiuose.

Apibendrinami savo išvadas, Patricia Erfurt-Cooper, Malcolm Cooper teigia, kad SPA sveikatingumo industrija daug metų dirbo tam, kad suderintų savo teikiamas paslaugas su kliento poreikiais. Dabar vartotojas kaip niekad daug laiko skiria savo sveikatai, todėl SPA

sveikatingumo centrai sulaukia daugiau lankytojų, kurie tampa vis reiklesni, ši rinka sparčiai tobulėja ir siūlo vartotojams geriausius produktus ir sąlygas, taip kurdama gyvą ryšį, kuris vėliau atsiperka.

Lietuvoje natūraliai trykštančių mineralinio geoterminio vandens telkinių nėra. Šiuos unikalius žemės gelmių išteklius galima pasiekti bei iškelti tik pasinaudojus techninėmis priemonėmis Vakarų Lietuvos regione, kuriam priklauso Palanga (Šventoji) glūdi unikali gamtos vertybė – Vakarų Lietuvos geoterminio vandens anomalija. R. Olšauskaitė-Urbonienė, E. Jurkus, P. Grecevičius (2013) teigia, jog Palangos miestas yra Vakarų Lietuvos geoterminio vandens anomalijos šiaurinėje dalyje, kur geoterminių išteklių temperatūra yra šiek tiek žemesnė nei pietinėje Lietuvoje esančios anomalijos dalyje.

Autoriai, atlikę geoterminio vandens naudojimo rekreacijos ir turizmo paslaugoms vystyti privalumų ir trūkumų analizę priėjo išvados, kad Palangoje tinkamiausias sprendimas yra naudoti geoterminio vandens išteklius iš apatinio devono (Pernu-Kemeriu) sluoksnio, kur vandens temperatūra (31°C) tinkama daugumai sveikatinimo paslaugų, druskingumas (43 g/l) optimalus sveikatinimo paslaugoms bei papildomoms paslaugoms teikti, o iš vieno gręžinio galimas išgauti vandens kiekis (240 m³ /val). Palangos miesto teritorija patenka į šio sluoksnio perspektyvų plotą.



12 pav. Šliaupa S., Urbonienė Olšauskaitė R., Ramanauskas K., Jurkus E. Studija “Geoterminių vandenų naudojimo sveikatingumo (reabilitacijos), SPA ir poilsio paslaugoms plėtoti“ (2011).

2011 m. parašytoje studijoje „**Geoterminių vandenų naudojimo sveikatingumo (reabilitacijos), SPA ir poilsio paslaugoms plėtoti**“ (Šliaupa S., Urbonienė Olšauskaitė R., Ramanauskas K., Jurkus E.) teigiama, jog Palangos miesto teritorijoje geoterminės anomalijos vandens temperatūra 2 km gylyje, remiantis Lietuvos Geologijos ir geografijos instituto duomenimis, siekia apie 65 - 70 (apie 74) C°, 1 km gylyje jo temperatūra siekia apie 30 - 35 C.

Šie vandenys pasižymi ne tik temperatūra, bet ir druskingumu. 1 km gylyje glūdi 43 g/l bendrosios mineralizacijos vanduo, o 2 km gylyje glūdi jau 140 g/l bendrosios mineralizacijos sūrymas. Nustatytas skirtingas geoterminio vandens temperatūros vaidmuo žmogaus organizmui:

- ✓ 34–36 °C vandenyje mažėja raumenų tonusas, stimuliuojama periferinė arterinė kraujotaka, mažėja patinimai, skausmai.
- ✓ 30–33 °C vandens temperatūra optimali kineziterapijos procedūroms.
- ✓ 28–29 °C vandenyje galimi fiziniai krūviai, kurių metu pasiekiamas norimas terapinis efektas.
- ✓ Žemesnės temperatūros vanduo stimuliuoja centrinę nervų sistemą, kraujagysles, kvėpavimą, skatina medžiagų apykaitą, grūdina.

Tokios cheminės sudėties vanduo gali būti naudojamas sveikatinimo, sveikatingumo ir grožio procedūroms vystyti. Terminės geoterminio vandens savybės palankios rekeracijos ir vandens paslaugų plėtrai, o išgaunamą vandenį galima naudoti tiek vandens pramogų vystymui, tiek ir patalpų šildymui. Vandens pramogoms vystyti siūloma teikti atvirų ir uždarų baseinų paslaugas.

Autoriai daro išvadą, jog mineralinio geoterminio vandens panaudojimas rekreacijos ir turizmo paslaugoms vystyti padidintų Palangos kurorto konkurencingumą bei suteiktų privalumų prieš kitus Lietuvos kurortus. Nors Druskininkų, Birštono ir Likėnų kurortai garsėja išgaunamu mineraliniu vandeniu, jis nėra geoterminis, todėl jo neapsimoka naudoti kaip geoterminio šaltinio, o Neringoje geoterminio vandens panaudojimui kliūtis sudaro saugomos teritorijos – nacionalinio parko statusas.

Nors studija palankiai įvertino Palangos kurorto galimybes panaudoti geoterminį mineralinį vandenį sveikatinimo ir sveikatingumo paslaugoms, rekreacinėms pramogoms, kol kas pats kurortas projektų įgyvendinęs nėra, nors Palangos savivaldybės planavimo dokumentuose geoterminio mineralinio vandens panaudojimo galimybės vis iškeliamos.

Tačiau pirmosios privačios iniciatyvos jau yra įgyvendintos. 2013 m. penkių plus žvaigždučių kategorijos viešbutyje „Palanga life balance SPA“ atidarytas 522 m. gylio

mineralinio vandens gręžinys, kurio mineralizacija 14,43 g/l. Vanduo naudojamas viešbučio baseinuose, vidaus ir lauko sukūrinėse voniose.

2019 m. sanatorija „Gradiali“ Palangoje atidarė 570 m. gylio mineralinio vandens gręžinį, kurio vandens druskingumas siekia nuo 19 iki 21 g/l. Gręžinio vanduo naudojamas inhaliacijoms, vonioms, povandeniniams masažams ir baseinams. Taip pat įrengta vienintelė Palangoje geriamo mineralinio vandens biuvetė, kur vanduo atskiedžiamas iki 4 g/l mineralizacijos.

Netoli Palangos Kretingos rajone esantis „Atostogų parko“ poilsio ir sveikatinimo kompleksas taip pat turi mineralinio vandens gręžinį, iš kurio išgaunamas geoterminis mineralinis vanduo yra itin aukštos mineralizacijos. Viename litre šio vandens, kuris išgaunamas iš 2154 metrų gylio gręžinio, ištirpę daugiau kaip 80 gramų įvairių mineralinių medžiagų. Tai net kelis kartus viršija kituose Lietuvos kurortuose naudojamo vandens mineralizacijos lygį.

„Atostogų parkas“ siūlo galimybę išbandyti unikalią ir kol kas vienintelę Lietuvoje procedūrą „Mineralų jūra“, kurios teigiamas poveikis sveikatai paremtas sertifikuoto mineralinio geoterminio vandens savybėmis, kurio veikimas įrodytas moksliskai. Tyrimą atliko Vilniaus universiteto ligoninės Santaros klinikų Reabilitacijos, fizinės ir sporto medicinos centro vadovas prof. dr. (HP) Alvydas Juocevičius ir Klaipėdos universiteto dėstytoja, šeimos gydytoja dr. Lolita Rapolienė.

2015 m. „Atostogų parko“ SPA centre L. Rapolienė atliko tyrimus, kurių tikslas buvo nustatyti aukštos mineralizacijos geoterminio vandens ir sapropelio poveikį gyvenimo kokybei. Išvadose autorė teigia, jog „teigiamas geoterminių vonių poveikis išlieka iki 4 mėnesių po procedūrų“, o „geoterminio vandens ir sapropelio procedūros, tiek kartu, tiek atskirai reikšmingai pagerina bendrą sveikatą, funkcinę būklę ir gyvybingumą“.

Įvertinus teigiamą mineralinio geoterminio vandens poveikį žmogaus organizmui ir galimybę jį panaudoti Palangos teritorijoje, šiame darbe analizuojama galimybė kurti išskirtinį objektą, neturintį analogo Lietuvoje. Šventoji pasirinkta kempingo kūrimui dėl galimybės rasti žemės sklypų, reikalingų kempingo kūrimui bei neišnaudojamo žemės gelmėse slypinčio turto - geoterminio mineralinio vandens.

1.4. Inovacijų svarba turizmo paslaugų sektoriuje.

Anne-Mette Hjalager & Arvid Flagestad (2012) teigia, jog inovacijos turizmo srityje yra besiformuojanti mokslinių tyrimų tema, ir vis geriau suvokiamos sistemos ir aplinkybės, susijusios su novatoriška veikla šiame sektoriuje. Svarstant dažnesnį termino „inovacijos“ vartojimą moksliniuose tekstuose, labai retai nustatoma, ką šis terminas apibrėžia ir kaip jis vartojamas (Hall & Williams, 2008 ; Hjalager, 2010 ; Williams & Shaw, 2011). Inovacijų tyrimai paprastai orientuojami į strategiją, kurioje nagrinėjama, kaip ir kodėl įmonės ir jų tikslai, kuriems taikomi naujoviški veiklos metodai, laikomos ypač pažangiomis ir sėkmingomis (Bieger & Weinert, 2006 m. ; Dwyer & Edwards, 2009 ; Mattsson, Sundbo, & Fussing-Jensen, 2005 ; Novelli, Schmitz, & Spencer, 2006 ; Orfilas-Sintes & Mattsson, 2007 m. ; Svensson, Nordin, & Flagestad, 2005).

Šiaurės šalių turizmas suteikė radikalių naujų turizmo produktų, o sėkmingiausias naujausias pavyzdys – dabar keliose vietovėse taikoma viešbučio su ledu koncepcija, kurios taikymo sritis ir mastas plečiasi (Hjalager, Huijbens, Flagestad, Bjork, & Nordin, 2008 m.).

Inovatyvus produktas ar paslauga tam tikromis aplinkybėmis yra naujas klientui ir (arba) gamintojui ar paslaugų teikėjui, todėl naujovė neturi būti susijusi su inovatyviais pokyčiais. Inovacija gali būti kraštutinė ta prasme, kad ji keičia produkto pobūdį ir gamybos būdą arba gali būti papildanti – pakeisti tik smulkesnius duomenis, nors dėl daugelio nedidelių pakeitimų gali įvykti žymių pokyčių (Hall & Williams, 2008 ; Hjalager, 2010 ; Shaw & Williams, 2009).

Pagrindinės produktų ir paslaugų inovacijos apima įvairius kokybės aspektus ir vien šios kategorijos inovacijos savaime suteikia daug galimybių. Procesų inovacijos apima naujų technologijų, kurios gali padėti racionaliau teikti paslaugas ir (arba) teikti naujas paslaugas, diegimą. Technologijos taip pat naudojamos lankytojams sekti, siekiant suprasti jų elgesį ir teikti jiems pritaikytus pasiūlymus. Institucinės naujovės yra susijusios su naujų bendradarbiavimo būdų kūrimu ir organizacijų bei procedūrų, kurios iki šiol nebuvo matomos, nustatymu. Dauguma suinteresuotųjų subjektų linkę diegti inovacijas ir yra pasirengę bendradarbiauti su kitais, kad pasiektų rezultatų.

Ed Brooker ir Marion Joppe (2014) teigia, jog inovacijos, kilusios iš lotyniško daiktavardžio „innovatus“, reiškiančio atnaujintą ar pakeistą, tapo posakiu, kurį organizacijos cituoja kiekvieną kartą, pakeitusios savo esamą pasiūlymą. Tačiau termino vartojimas nebūtinai reiškia, kad ankstesnės koncepcijos pakeitimai yra monumentalūs ar toli nuo normos. Dažnai

patobulinimai yra nežymūs. Gianna Moscardo (2008) pabrėžia, kad inovacijos gali būti įvairių formų, tačiau jas visas sieja trys bendri elementai - kūrybiškumas, problemų sprendimo metodas ir naujas mąstymo būdas. Pasak Rinkevičiaus (2011), inovacija – tai antrepreneriškos vadybos priemonė, kuri leidžia pokyčius panaudoti kaip galimybę sukurti naujus verslus, produktus ir paslaugas, gauti didesnę pelną.

C. Michael Hall and Allan M. Williams (2008) teigia, kad inovacijos - tai naujų idėjų, procesų, produktų ar paslaugų generavimas, priėmimas ir įgyvendinimas. Priėmimas ir įgyvendinimas yra esminis dalykas šioje apibrėžtyje; tai apima gebėjimą keistis ir prisitaikyti. Turizmo produktai ir procesai yra nuolat modifikuojami, atrodo, kad vis sparčiau. Šie pokyčiai susieti sudėtingais inovacijų modeliais, kurie yra akivaizdūs visame turizmo sektoriuje - tiek transporto, tiek pramogų ar svetingumo srityse. Todėl svarbu inovacijas laikyti sisteminėmis arba neatsiejama visos turizmo sistemos dalimi.

Alessandro Narduzzo & Serena Volo (2018) pabrėžia, kad naujovės turizmo srityje klesti dėl natūralios pramonės tarpusavio priklausomybės sistemos. Marek ir Kozak (2014) pastebi, jog šiuolaikinio turizmo pokyčiams reikia vis naujoviškesnių būdų pritraukti lankytojus. Anne-Mette Hjarlager (2002) teigimu, per pastaruosius porą metų terminas „inovacijos“ vis dažniau vartojamas turizmo įmonių, lankytinų vietų ir turizmo sektoriaus elgesiui apibūdinti.

E. Vaškaitis ir A. Armaitienė (2013) teigia, jog pirminės inovacijos turizmo sektoriuje sietinos su įvairių techninių išteklių pritaikymu teikti turizmo paslaugas. Kelionėms pasitelkti lėktuvai, autobusai, traukiniai, kruiziniai laivai ar keltai. Informacinės technologijos tapo turizmo verslo inovacijų pagrindu: internetu galima užsisakyti viešbučio kambarį, rezervuoti ir nusipirkti lėktuvų, keltų, įvairių renginių bilietus. Elektroniniu paštu tarpusavyje bendrauja turizmo paslaugas teikiančios įmonės, su klientais palaikomi ryšiai, vykdoma elektronine rinkodara ir prekyba.

Anne-Mette-Hjarlager (2016) teigia, kad nors turizmo įmonės gali ir nebūti pradininkės išradime ir mokslo bei technologijų branduolyje, jos gali labai greitai pasinaudoti naujų idėjų ir žinių rezultatais. Autorė susistemino ir išanalizavo 100 inovacijų, kurios nebuvo specialiai sukurtos turizmui, tačiau turėjo jo vystymuisi didelės įtakos.

Inovacijos ir naujų paslaugų plėtra yra svarbios strateginės savybės užtikrinant kiekvienos pramonės šakos augimą ir tvarų turta, ypač toms pramonės šakoms, kuriose rinkos yra prisotintos ir klientai pasirenka produktus ir paslaugas iš viso pasaulio, kaip kad yra turizmas. Schumpeteris (1997) išskyrė penkias sritis, kuriose įmonės gali diegti inovacijas: (1) naujų ar patobulintų produktų generavimas, (2) naujų gamybos procesų įdiegimas, (3) naujos

pardavimo rinkos, (4) naujų tiekimo rinkų plėtra ir (5) įmonės reorganizavimas ir (arba) restruktūrizavimas. Peters M. Pikkemaat B. (2006).

Kaip teigia Elisabetta Ruspini (2019), šiuo metu turizmas susiduria su didžiuliais iššūkiiais: IRT (informacinių ir ryšių technologijų) sprogymas, globalus ekonomikos pertvarkymas, išaugusi tarptautinė migracija, aplinkos augimo apribojimai ir klimato pokyčiai. Kiti iššūkiai yra susiję su didžiu kartų keitimusi, kuris vyksta šiandieninėje turizmo bendruomenėje. Jaunesnės kartos (Millennials ir Gen Zers) daugeliu aspektų skiriasi nuo ankstesnių kartų dėl to, kad jos turi specifinę socialinę ir istorinę vietą. Šiuo metu jauniausia suaugusiųjų karta, moterys ir vyrai, gimę nuo devintojo dešimtmečio pradžios iki dešimtojo dešimtmečio pabaigos, užaugo per dideles pasaulines ekonomikos ir aplinkos krizes, jie mieliau renkasi tvarius sprendimus, remia socialiai atsakingus prekės ženklus, gyvena patirtimi, o ne materialumu, daugiausia dėmesio skiria prasmei. Šias kartas suformavo globalus interneto, socialinių tinklų, išmaniųjų telefonų ir nuolatinio skaitmeninio ryšio paplitimas: technologijos gali aktyviai skatinti supratimą apie aplinką ir tvarų gyvenimo būdą. Dėl šių priežasčių, be kita ko, tvarumas yra pagrindinis kelionės tikslo konkurencingumas: gamtos išteklių, socialinio ir kultūrinio paveldo bei gyvųjų kultūrų apsauga ir išsaugojimas yra laikomi svarbia turizmo patirties dalimi. Turizmas turėtų visapusiškai atsižvelgti į jo dabartinį ir būsimą ekonominį, socialinį ir aplinkos poveikį, subalansuodamas lankytojų, pramonės, aplinkos ir priimančiųjų bendruomenių poreikius. Teoriškai turizmo įmonės turėtų daug investuoti į inovacijų tyrimus ir kurti novatoriškus sprendimus dėl savo būsimos tvarumo. Turizmas, kaip viena didžiausių pramonės šakų, visame pasaulyje plečiasi sparčiai. Turizmas tapo pagrindiniu užimtumo generatoriumi. Christopher Warren, Susanne Becken & Alexandra Coghlan (2018).

Anne-Mette Hjalager & Sara Nordin (2011) teigia, kad sėkmingi verslininkai nuolatos stebi naujas idėjas, kurios gali padėti tobulinti produktą, padidinti produktyvumą ar išspręsti veiklos problemas. Tačiau taip pat gerai žinomas faktas, kad naujovės atsiranda kaip išorės iššūkių padarinys.

Kempingų valdymas Europoje susiduria su iššūkiiais pasirenkant stabilios ateities plėtros strategijas. Nauji novatoriški kempingų produktai ir paslaugos galėtų sukurti naują kempingų paklausą. Kempingų rinkos tendencijos grįžta prie pagrindinių kempingų vertybių ir pertvarkomos kempingų paslaugos, kaip atsakas į esamo kempingo produkto brandą. Josipa Cvelic-Bonifacic, Ivana Licul (2019) teigia, kad dvidešimt pirmajame amžiuje ryškiai išsiskiria naujos apgyvendinimo kempinguose plėtros tendencijos, visų pirma nauja paklausa, apimanti norą pabūti lauke ir turėti visus namų patogumus.

Vuković P, Čavlin G., Miroslav Čavlin (2015) teigia, kad šiuolaikinės turizmo rinkos tendencijos tolsta nuo masinio turizmo koncepcijos, kurią siūlo atostogos jūrose ir (arba) kalnų slidinėjimo kurortuose esančiose vietose. Siekiama suaktyvinti visus turistų paklausos segmentus, kad būtų pasiekti geriausi turizmo plėtros rezultatai. Tokiu būdu šalys, neturinčios išteklių bazės plėtoti vadinamąjį „masinį turizmą“, siekia savo šansų turizmo rinkoje siūlydamos alternatyvius turizmo produktus. Vienas iš tokių - vadinamasis terminių vonių arba karštųjų versmių turizmas.

2018 metų spalio mėnesį Lietuvos Valstybinio turizmo departamento užsakymu atlikti tyrimai, siekiant apklausti vietinius turistus ir nustatyti jų keliavimo, naudojimosi esama turizmo infrastruktūra ypatumus, esamų priemonių atitikimą susijusiems lūkesčiams, informacijos apie turistinius maršrutus, objektus ir pan. pakankamumą ir informacijos šaltinius. Apklausa parodė, jog pakankamai nemaža dalis keliautojų renkasi apsistoti kempinguose – 23 % visų apklaustųjų respondentų kaip apsistojimo vietą nurodė kempingą. 16 % respondentų apsistoja kempinguose nuolat (Vietinio turizmo tyrimai, 2018).

Tačiau šis skaičius galėtų būti didesnis. Ruhet Genç & Eda Aylin Genç (2017) teigia, jog kaip ir visuose ekonomikos sektoriuose, turizmo pramonėje vyksta konkurencija. Yra be galo daug turistinių vietų su įvairiomis paslaugomis ir pasiūlymais pasauliniu mastu. Norint pritraukti tikslines bei naujai sukurtas turistų grupes į tam tikrą kelionės tikslą, tokioms vietoms reikia sukurti, išrasti ir patobulinti į rinką orientuotas naujoves.

Zdenko Cerović (2014) teigia, kad norint pasiekti jaunesnes kartas, kempingas turi tapti „šauniu“ („Cool Camping“: geriausi kempingai JK ir Prancūzijoje). Paklausa tampa vis įvairesnė: stovyklavietės ugnies mėgėjams, stovyklos su nuostabiais vaizdais, stovyklos miškai, prie jūros, prabangūs kempingai prie ežerų, miegojimas retro nameliuose ir kt. Antrajame ir trečiajame mūsų amžiaus dešimtmečiuose novatoriškos kempingų valdymo dalys bus šios diferenciacijos tendencijos: 1) Glampingas - naujų ir novatoriškų apgyvendinimo tipų pristatymas („Gypsy Caravan Company“), 2) Stovyklavimas kaip rekolekcija - stovyklavimas kaip atsitraukimas nuo kasdienio gyvenimo, 3) Ekstremalus stovyklavimas - stovyklavimas kaip tinkama bazė ekstremalioms sportinėms pramogoms, 4) Kokoningas - stovyklavimas kaip saugumas nuo išorinio pasaulio, 5) Šeimos drauge - stovyklavimas kaip idealios šeimos atostogos, 6) „Garden Eden Camping“ - stovyklavimas kaip „dangaus žemėje“ patirtis, 7) Natūralizmas, LGBTIQ stovyklos ir sekso stovyklavimas - naturizmas kaip sugrįžimas į gamtą, segmentinės stovyklos tikslinėms tos pačios lyties atstovų grupėms, orientacija arba sekso stovyklavimas kaip naturistų kempingo dalis.

Apibendrinant galima teigti, jog tik pastačius kempingą, Šventosios sezoniškumo ir infrastruktūros problemos nebus išspręstos, todėl reikia galvoti apie naują, inovatyvų produktą, turintį pridėtinę vertę, galintį konkuruoti su kitais rinkos dalyviais. Norint pritraukti daugiau turistų, vystyti infrastruktūrą, atgaivinti rekreacines zonas reikia naujų idėjų. Nesant konkurencingų turizmo traukos objektų, nėra galimybės pritraukti turistų srautų, kurie generuotų pajamas turizmo paslaugų teikėjams (apgyvendinimas, maitinimas, turizmo informacija) bei duotų ekonominę – socialinę naudą ne tik verslui, bet ir vietos bendruomenei. Todėl nagrinėjama galimybė kurti inovatyvų Lietuvai turistinį produktą - kempingą su geoterminiu mineraliniu vandeniu. Teorinėje dalyje sisteminta teorinė medžiaga leis toliau išsamiai atlikti empirinį tyrimą, kuris patvirtins arba paneigs Šventosios kempingo su geoterminiu mineraliniu vandeniu plėtros galimybes.

II. ŠVENTOSIOS KEMPINGO PLĖTROS PANAUDOJANT MINERALINĮ GILUMINĮ VANDENĮ EMPIRINIS TYRIMAS

2.1. Tyrimo metodologija, eiga, etika

Atlikus mokslinės literatūros ir statistinių duomenų analizę pirmame darbo skyriuje tolimesnei analizei suformuluotas tyrimo tikslas – atlikti Vakarų Lietuvos kempingų paslaugų paklausos kiekybinius ir kokybinius tyrimus. Atliekant tyrimą vadovaujamosi nuostata, kad konkrečioje kryptyje metodologija - tai žinių sistema apie mokslinio pažinimo procesą, metodus ir konkrečių tyrimų metodiką (Kardelis, 2002:13). Tyrimo metodas – tai priemonė mokslinėms žinioms apie socialinę realybę gauti bei sisteminti (Luobikienė, 2009:117).

Pasak Kardelio, kiekviename konkrečiame tyrime reikėtų apsiriboti tuo, jog visų pirma svarbu išskirti ir apibrėžti tyrimo koncepciją, t.y. tą pagrindinę idėją ir tuos pagrindinius teorinius teiginius, kuriais remiantis buvo sumanytas tyrimas, ir korektiškai nusakyti tyrimo metodus. Istorinis ir šiuolaikinis pažinimas ir praktika patikimai parodo, kad ne bet koks

metodas, ne bet kokia principų ir kitų veikimo priemonių sistema užtikrina sėkmingą teorinių ir praktinių problemų sprendimą. Ne tik tyrimo rezultatai, bet ir kelias (t. y. metodas) į juos turi būti teisingas.

Teisingai panaudoti metodai lemia ne tik tyrimo kryptingumą, techniką, bet ir tyrimo proceso veiksmingumą (Tidikis, 2009:368). Egzistuoja trys pagrindinės metodologijos strategijos - kiekybinis tyrimas, kokybinis tyrimas ir mišri strategija. Tidikis teigia, kad kiekybiniai tyrimo metodai (angl. – quantitative research techniques) – metodai, kurių galutiniai tyrimo rezultatai išreiškiami skaičiais, o kokybiniai tyrimo metodai (angl. – qualitative research techniques), bendriausia sociologine prasme, reiškia tokį kokybinės analizės tyrimo ir jo rezultatų išraiškos pobūdį, kuriame pagrindinis akcentas daromas remiantis teorinės sociologijos, tradicinės filosofijos, logikos priemonėmis.

Kiekybiniai tyrimai dažnai sutapatunami su įvairiomis apklausomis, kurios grindžiamos struktūrizuotais uždaro tipo klausimais ir į kuriuos atsako didelis skaičius respondentų. Kokybiniai tyrimai fokusuojasi ne į statistinius matavimus, bet remiasi empirinių duomenų supratimu, paaiškinimais ir interpretacija. Šie tyrimai tai hipotezių ir produktyvių idėjų formavimo šaltinis, jie atsako ne į klausimą „kiek?“, bet į klausimus „kas?“, „kaip?“ ir „kodėl?“ Kiekybinis ir kokybinis požiūris papildo vienas kitą. Tradicinių metodų šalininkai mano, kad kokybiniai metodai taikytini atradimams, o kiekybiniai- atrastiems dėsningumams patvirtinti. Pasak K. Kardelio (2002), galima reziumuoti, jog:

- ✓ Dauguma socialinių tyrimų metodologų palaiko sisteminį požiūrį į mokslinį tyrimą, t.y. pasisako už kokybinių ir kiekybinių tyrimų integraciją.
- ✓ Kokybinių ir kiekybinių tyrimo metodų santykį moksliniame tyrime apsprendžia tyrimo tikslas ir tyrimo objektas.
- ✓ Siekiant kokybinių ir kiekybinių tyrimo metodų integracijos, svarbu atsižvelgti į jos prielaidas bei į šių metodų skirtumus, būdingus vienam ar kitam mokslinio tyrimo proceso etapui.

Šiame darbe pasirinkta mišri tyrimo strategija: 1) *Kiekybinė*. Siekiant nustatyti ir įvertinti kempingo įrengimo Vakarų Lietuvos regione galimybę, atlikta kempingų paslaugų vartotojų atsiliepimų internetinėse platformose www.booking.com, www.tripadvisor.com, www.google.lt analizė ir atliktas tyrimas KHCoder metodu, 2) *Kokybinė*: Ekspertinis vertinimas. Pusiau struktūruoto ekspertinio interviu būdu išanalizuota šių sričių – gerosios kempingų praktikos turizmo sektoriuje, geoterminio mineralinio vandens panaudojimo Šventojoje galimybių, Nemirsetos kempingo gerosios patirties, geoterminio mineralinio

vandens nuotekų valymo ypatumų, gerosios mineralinio vandens panaudojimo praktikos, turizmo inovacijų klausimais. Interviu metu gauti duomenys buvo apdorojami content analizės metodu.

Tyrimas buvo pradėtas atliekant kiekybinį tyrimą (kempingų paslaugų vartotojų analizė), po to buvo atliekama kokybinė ekspertų apklausa ir gautų duomenų ir informacijos apibendrinimui palyginti abiejų metodų būdu gauti duomenys.

Tyrimo tikslas – išanalizuoti Šventosios kempingo plėtros panaudojant mineralinį geoterminį vandenį galimybes ir pateikti geoterminio mineralinio vandens panaudojimo Šventosios kempingo plėtrai modelį.

Tyrimo objektas – Vakarų Lietuvos kempingai ir jų paslaugų vartotojai.

Tyrimo tikslinė grupė – Vakarų Lietuvos kempingų paslaugų vartotojai ir gerosios kempingų praktikos turizmo sektoriuje, geoterminio mineralinio vandens panaudojimo Šventojoje galimybių, Nemirsetos kempingo gerosios patirties, geoterminio mineralinio vandens nuotekų valymo ypatumų, gerosios mineralinio vandens panaudojimo praktikos, turizmo inovacijų klausimais ekspertai.

Tyrimo uždaviniai:

1. Išsiaiškinti kempingų paslaugų vartotojų nuomonę apie esamas paslaugas Vakarų Lietuvos kempinguose, jų poreikį.
2. Apklausti (interviu) 10 ekspertų, siekiant iširti jų požiūrį į kempingo Šventojoje atsiradimo galimybę, mineralinio giluminio vandens jo plėtrai panaudojimo galimybę.
3. Pagal gautus tyrimo rezultatus pateikti Šventosios kempingo plėtros, panaudojant mineralinį geoterminį vandenį, modelį.

Tyrimo etika – atliekant šį kokybinį tyrimą, pirmiausia buvo stengiamasi pasirūpinti tyrimo dalyviais. Laikantis etinių principų, buvo užtikrinamas ekspertų ir tyrėjo saugumas.

Užtikrinami šie mokslinio tyrimo etikos principai: pagarbos asmens privatumui principas; konfidencialumo ir anonimiškumo principas; geranoriškumo ir nusiteikimo nekenkti asmeniui principas; teisingumo principas. Ekspertams buvo garantuotas konfidencialumas, t. y. jų asmeniniai duomenys yra žinomi tik tyrėjams, o atsakymai tyrimo rezultatų tekstuose buvo užkoduoti.

Tyrimo metodai:

1. Kempingų paslaugų vartotojų atsiliepimų internete turinio (angl. content) analizė;
2. Pusiau struktūruotas interviu.

Metodų taikymas tikslui pasiekti - turinio analizė. „Turinio analizė yra technika, leidžiant objektyviai ir sistemiškai išnagrinėjus turinio ypatybes, daryti patikimas išvadas. Šio metodo esmė – išskirti tam tikslus prasminius vienetus ir skaičiuoti vartojimo dažnį. Turinio analizė – tai formalizuotas duomenų tyrimo būdas, kuris numato jų turinio vertinimą remiantis požymių, kurie svarbūs tyrėjui ir kuriuos galima apibendrinti, skaičiavimu“. Tidikis R. (2003, 498 psl.).

Tyrimo imties charakteristikos. Iš viso turinio analizei buvo surinkti 1059 kempingų paslaugų vartotojų atsiliepimai iš internetinių svetainių **TripAdvisor, Booking, Google**. Viso surinkta Vakarų Lietuvos kempingų vartotojų atsiliepimų: Pajūrio kempingas (82), Drevernos kempingas (231), Olando kepurė (219), Nidos (96), Ventainė (125), Medaus slėnis (32), Palangos kempingas Compensa (149), Žemsodis (125). Nesant didelio kempingų paslaugų vartotojų atsiliepimų kiekio, imti visi atsiliepimai, kiek jų buvo tuo metu.

Ekspertai apklausai pasirinkti tikslinės atrankos metodu derinant šiuos pagrindinius kriterijus: praktinio darbo patirtis, tiesioginis santykis su nagrinėjamais objektais, dalyvavimas formuojant tyrimu siekiamo pažinti reiškinio turinį. Visi ekspertai turėjo aukštąjį išsilavinimą ir ne mažiau kaip vienu metų patirtį nagrinėjamo klausimo srityje. Išskirtos šešios ekspertų grupės:

- ✓ Gerosios kempingų praktikos turizmo sektoriuje.
- ✓ Geoterminio mineralinio vandens panaudojimo Šventojoje galimybės.
- ✓ Nemirsetos kempingo geroji patirtis.
- ✓ Geoterminio mineralinio vandens nuotekų valymo ypatumai.
- ✓ Geroji mineralinio vandens panaudojimo praktika.
- ✓ Inovacijos turizme.

Paimti interviu iš 10 ekspertų. (1 turizmo asociacijos prezidentas, 3 turizmo įmonių vadovai, 1 pardavimų vadovas, 1 savivaldybės administracijos atstovas, 1 tinklų priežiūros skyriaus vedėjo pavaduotojas, 1 hidrogeologas, 1 RV priemonių testuotojas, 1 universiteto profesorius). Informacija apie ekspertus ir jų atsakymai pateikti prieduose.

Tyrimo patikimumas: tyrimo duomenų tikrumą, teisingumą garantuoja svetainėse www.booking.com, www.tripadvisor.com, google.lt aptikti viešai prieinami vartotojų atsiliepimai.

Tyrimo laikotarpis – 2018 m. 11 mėn. – 2019 m. 03 mėn. imtinai. Tiriama šio laikotarpio kempingų paslaugų vartotojų atsiliepimai, kurie pateikti internetinėse atsiliepimų platformose TripAdvisor, Booking, Google.

Tyrimo eiga – iš interneto surenkami atsiliepimai apie Vakarų Lietuvos kempingus ir sugeneruojami KHCoder programa. Rezultatai suvedami voratinklio diagramos principu. Išsamesniam tyrimui atlikti sudarytas pusiau struktūruotas interviu klausimynas ir apklausti ekspertai rezultatams palyginti. Suformuluojamos išvados.

Tyrimo instrumentai :

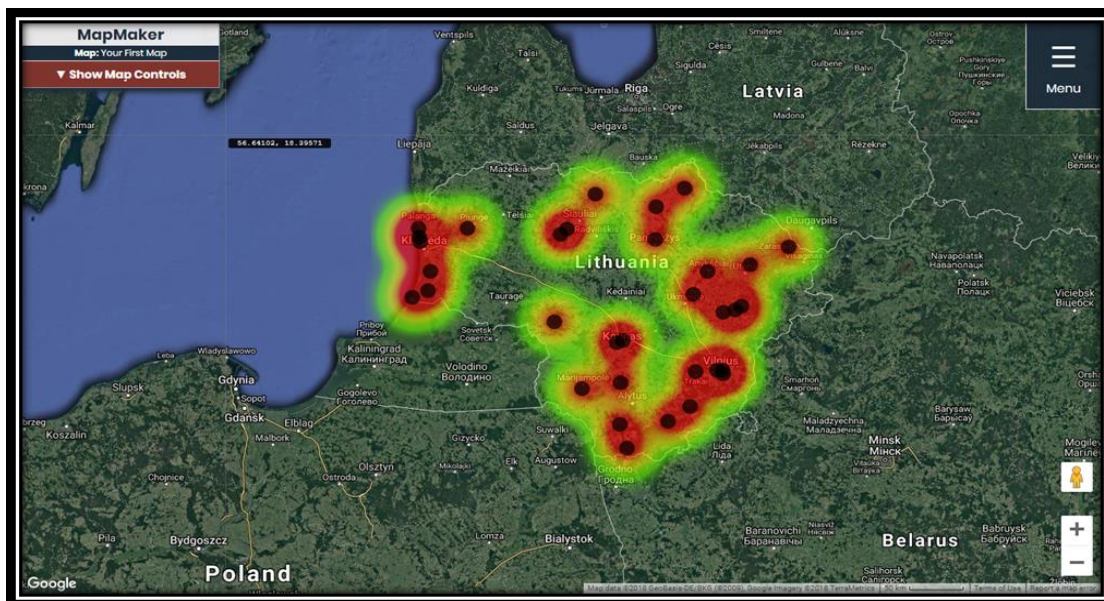
Objektų koordinatės, žymėjimas, koncentracijų formavimas:

- MapMakerApp programėlė, <https://mapmakerapp.com/>
 - GoogleMaps programa, <https://www.google.com/maps>
- Atsiliepimų turinio sisteminimas:
- KH Coder programa, 3.0 versija, <http://kncoder.net/en/>
 - Atsiliepimų rinkimo šaltinis: vienos didžiausių turistų atsiliepimų platformų: TripAdvisor www.tripadvisor.com , Booking, www.booking.com, Google, www.google.lt
- Interviu įrašymas programėle „Call Recorder“

2.2. Šventosios kempingo plėtros panaudojant mineralinį giluminį vandenį vertinimas pagal kempingų paslaugų vartotojų atsiliepimus pateiktus internetinėse svetainėse

Lietuvoje 2019 metais veikė 34 kempingai. Siekiant išsiaiškinti kempingų pasiskirstymo ribas Lietuvoje, pagal surinktas koordinatas buvo nubraižytas Lietuvos kempingų geografinės sklaidos žemėlapis, kuriame aiškiai matosi, jog kempingai pasiskirstę Pietų ir Rytų Lietuvoje, taip pat pajūryje ir pamyryje.

Lietuvos kempingų geografinė sklaida



13 pav. Šaltinis: sudaryta darbo autorės.

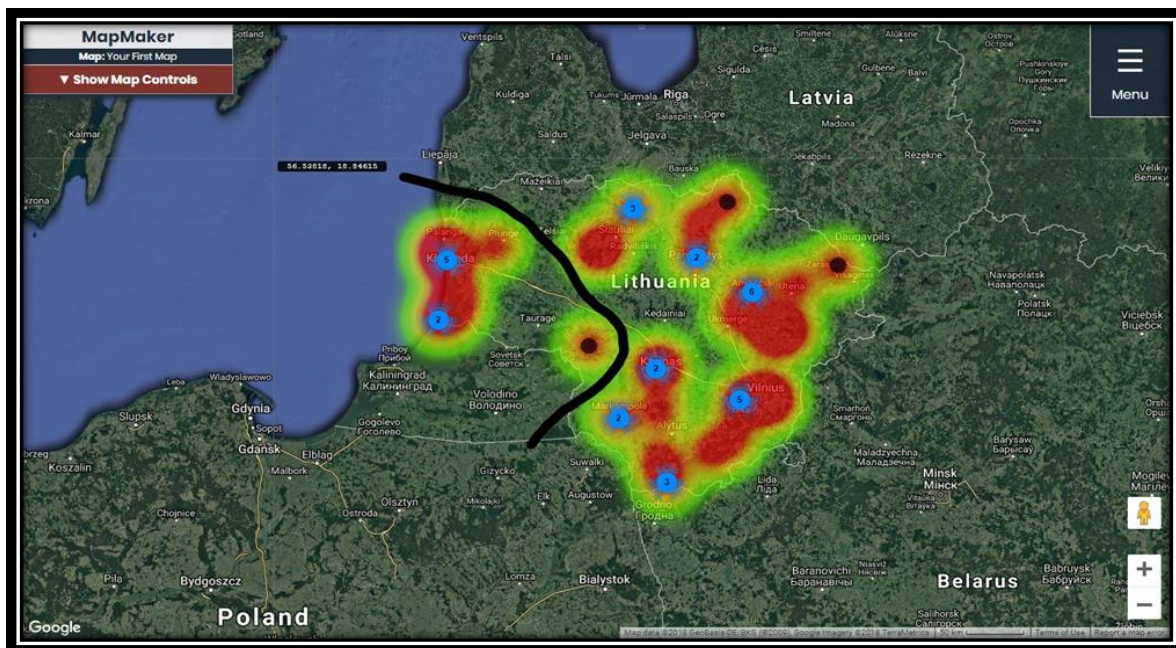
Šis žemėlapis akivaizdžiai iliustruoja teorinį teiginį apie kempingų koncentraciją šiose Lietuvos vietose.

Toliau detaliai analizuosime būtent Vakarų Lietuvos regiono klasifikuotus kempingus. Jų yra 8 – Jūros kempingas**** (Klaipėda), Drevernos kempingas**** (Klaipėdos raj.), Olando kepurė** (Klaipėdos raj.), Nidos kempingas*** (Neringa), Palangos kempingas Compensa****(Palanga), Ventainė*** (Šilutės raj.), Medaus slėnis**(Jurbarkas), Žemsodis** (Plungės raj.).

Tiriamų kempingų geografinės koordinatės jų žemėlapis:

- | | |
|--|--|
| 1. 55.092015 ; 22.963931 - Medaus slėnis | 6. 55.875282 ; 21.067072 - Palangos kempingas Compensa |
| 2. 55.766314; 21.092453 - Jūros kempingas | 7. 55.354229 ; 21.202715 - Ventainė |
| 3. 55.516432 ; 21.233677 - Drevernos kempingas | 8. 55.874151; 21.748703 - Žemsodis |
| 4. 55.798966 ; 21.079 - Olando kepurė | |
| 5. 55. 299715 ; 20. 984418 - Nidos kempingas | |

Vakarų Lietuvos kempingų geografinė sklaida



14 pav. Vakarų Lietuvos kempingų geografinė sklaida. Sudaryta autorės

Galima reziumuoti, jog Vakarų Lietuvos regione 6 kempingai (Jūros kempingas, Drevernos kempingas, Nidos kempingas, Olando kepurė, Palangos kempingas Compensa, Ventainė) išsikūrę pajūryje ir pamaryje ir 2 kempingai - Medaus slėnis (Jurbarkas) ir Žemsodis (Plungės raj.) nutolę į rytus, tačiau abu išsidėstę netoli upių – Medaus slėnis prie Nemuno, Žemsodis - prie Minijos.

Apibrėžus nagrinėjamų Vakarų Lietuvos kempingų ribas, buvo surinkti jų paslaugų vartotojų atsiliepimai internetinėse platformose Tripadvisor, Booking, Google, jie užkoduoti ir analizuojami programa KHCoder. „KH Coder yra atvirojo kodo programinė įranga, skirta kompiuterinei kokybinei duomenų analizei, ypač kiekybinei turinio ir teksto analizei. Pagrindiniai KHCoder 3.0 įrankiai: žodiniame lygyje [žodžiai]: paieška ir skaičiavimas, dažnių sąrašas, KWIC atitikimas, bendrojo apibūdinimo tinklas, korespondencijos analizė; kategorijų lygiu: kategorijos, kodavimas, crosstab, korespondencijos analizė; žodžių ir kategorijų lygiu: dažnių sąrašas, daugiamatis mastelio keitimas, žodžių sąsajų tinklas, hierarchinė klasterizacija; dokumentų lygiu: paieška ir skaičiai“ (KHCoder žinynas, 2016:3).

KHCoder vertinama kaip patogi priemonė identifikuoti temas dideliuose nestruktūrizuotuose duomenų rinkiniuose, tokiuose kaip internetinės apžvalgos, atviri klientų atsiliepimai, dokumentų masyvai. Išvestis: sąsajų (co-occurrence) grafiniai tinklai ir hierarchinės (hierarchical) dendrogramos.

Sąsajų tinklai paprastai naudojami norint grafiškai vizualizuoti galimus ryšius tarp organizacijų, koncepcijų, žmonių ar kitų subjektų, atstovaujамų rašytinėje medžiagoje.

Grafinis sąsajų tinklų vaizdavimas leidžia vizualizuoti tekstą ir padaryti išvadas apie ryšius tarp subjektų domene. Sąsajų tinklas leidžia įvertinti kiekybinius bendro įvykių tinklo struktūros aspektus, tokius kaip bendras ryšių tarp subjektų skaičius, subjektų grupavimas, reprezentuojantis subdomenas, aptinkami sinonimai.

Duomenų gavyboje ir statistikoje hierarchinė klasterizacija (dar vadinama hierarchine klasterių analize) yra klasterių analizės metodas, kuriuo siekiama sukurti klasterių hierarchiją. Hierarchinio grupavimo strategijos paprastai skirstomos į dvi rūšis: 1) Aglomeratyvi: tai požiūris „iš apačios į viršų“: kiekvienas stebėjimas pradedamas savo grupėje, o klasterių poras sujungiamos, kai judama hierarchija aukštyn, 2) Padalijimo: tai yra požiūris „iš viršaus į apačią“ : visi stebėjimai prasideda vienoje grupėje, o padalijimai atliekami rekursyviai, judant hierarchija. Aglomeracijos ir padalijimai nustatomi „in a greedy manner“ (gobšia maniera). Hierarchinio grupavimo rezultatai pateikiami dendrogramoje.

Kokybinio tyrimo analizei buvo pasirinkti Vakarų Lietuvos kempingų paslaugų vartotojų bei Šventosios lankytojų atsiliepimai internete. Visi šie dokumentai išversti į anglų kalbą naudojant Google Translate (<https://translate.google.com/>) ir konvertuoti į.txt formatą. Dokumentai įvesti į <http://kncoder.net/en/> „KH Coder“ programa iš pasirinktų Vakarų Lietuvos kempingų vartotojų atsiliepimų svetainėse www.booking.com, www.tipadvisore.com, www.google.lt gauti sąsajų tinklai ir hierarchinės dendrogramos išskirstyti žodžiais bei sugrupuoti pagal kriterijus. Svarbiausias kriterijus: sudaryta statistiškai pakankama daiktavardžių, veiksmažodžių, būdvardžių irrieveiksmių duomenų bazė, iš jos gaunamų žodžių ir kategorijų lygmenyje sukuriamas žodžių sąsajų tinklas ir nustatoma jų hierarchinė klasterizacija.

Pagal gautus klasterius aiškiai išsiskiria 4 vietovės/regionai: Pamarys, Pajūrys, Medaus slėnis ir Žemsodis. Išskirti 5 kriterijai: 1) *Ypatinga vieta*, 2) *Gamtiniai ištekliai*, 3) *Personalas*, 4) *Paslaugos*, 5) *Ypatingi objektai*.

Visi kempingai iš surinktų vartotojų atsiliepimų pagal šiuos kriterijus įvertinami 5 balų sistema.

Pagal Ypatingą vietą daugiausia balų – 4 - teko Pamario (Dreverna, Ventainė) kempingai, 3 balus surinko Pajūrio (Jūros, Neringos, Palangos Compensos, Olando kepurės) kempingai, 2 balus Žemsodis ir 1 balą Medaus slėnis.

Pagal Gamtinius išteklius daugiausia – 4 balais- įvertinti Pajūrio kempingai (Jūros, Neringos, Palangos Compensos, Olando kepurės), likusieji – Pamario (Dreverna, Ventainė), Medaus slėnis ir Žemsodis vertinami vienodai, 2 balais.

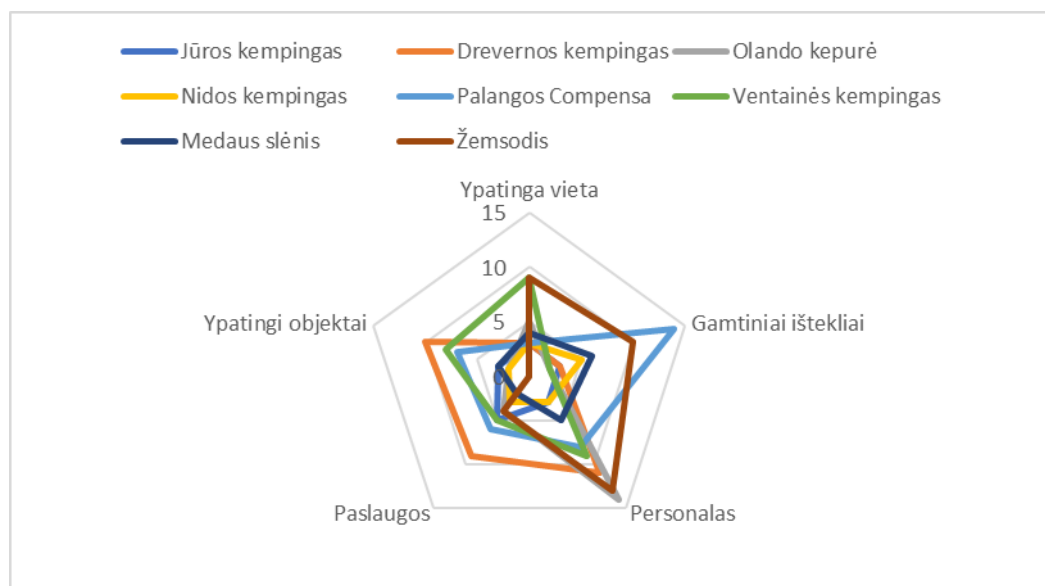
Pagal Personalą po lygiai - 5 balais įvertinti Pajūrio (Jūros, Neringos, Palangos Compensos, Olando kepurės) ir Pamario (Drevernos, Ventainės) kempingai. Žemsodžiui skiriami 3 balai, Medaus slėnio personalas įvertinamas prasčiausiai- 1 balu.

Pagal Paslaugas 4 balus surenka Pamario (Drevernos, Ventainės) kempingai, 3 balus- Pajūrio (Jūros, Neringos, Palangos Compensos, Olando kepurės), Žemsodžio kempingai. Medaus slėnio paslaugos įvertinamos tik 1 balu.

Pagal Ypatingus objektus 4 balais įvertinti Pamario (Drevernos, Ventainės) kempingai, Pajūrio (Jūros, Neringos, Palangos Compensa, Olando kepurė) - 3 balais, Medaus slėnis 1 balu, Žemsodžiui balų išvis neskiriama- 0.

Atlikus lyginamąją analizę pagal visus kriterijus (žiūrėti x priedą), daugiausia balų surenka Pamario (Drevernos ir Ventainės) kempingai – 19, Pajūrio kempingai (Jūros, Neringos, Palangos Compensos, Olando kepurės) –18 balų, Žemsodis 10 balų ir Medaus slėnis- 6 balus.

Surinkus šiuos duomenis buvo grafiškai, arba taip vadinamu voratinklio metodu, atvaizduotas kiekvieno kempingo konkurencingumas pagal lyginamus kriterijus. Analizuojant išryškėja aiškūs Pamario ir Pajūrio kempingų patrauklumas.



15 pav. Vakarų Lietuvos kempingų vartotojų atsiliepimų diagrama. Sudaryta autorės.

Pagal gautus duomenis buvo atlikta lyginamoji daugiausia balų (19) surinkusių Pamario (Drevernos, Ventainės) ir 18 balų surinkusio Pajūrio (Jūros, Neringos, Palangos Compensos, Olando kepurės) kempingų ir mažiausiai balų (6) surinkusio Medaus slėnio lyginamoji konkurencingumo analizė.

Lyginamoji konkurencingumo analizė

1 lentelė.

Lyginamas aspektas: Ypatinga vieta

Lyginimo objektas		Lyginimo partneris	
Tšk.	Pagrindimas	Tšk.	Pagrindimas
1/4	Medaus slėnis atsiliepimuose nėra dažnai minimas kaip patogioje vietoje įsikūręs kempingas, keblus ir nėra aiškiai nurodytas privažiavimas iki jo.	4/4	Pamarys atsiliepimuose išsiskiria tuo, kad yra įsikūręs prie Kuršių Nerijos. Dominuoja Drevernos uostas.

Lyginamas aspektas: Gamtiniai ištekliai

Lyginimo objektas		Lyginimo partneris	
Tšk.	Pagrindimas	Tšk.	Pagrindimas
2/4	Medaus slėnis šiek tiek toliau teka upė Nemunas. Šalia vietovės nėra vandens telkinių.	4/4	Pajūris atsiliepimuose išsiskiria itin gražiu pušynu, vos keli metrai iki jūros, platūs ir švarūs paplūdimiai.

Lyginamas aspektas: Personalias

Lyginimo objektas		Lyginimo partneris	
Tšk.	Pagrindimas	Tšk.	Pagrindimas
1/4	Medaus slėnis atsiliepimuose dirbančio personalo kiekis yra labai mažas.	5/5	Pajūris personalas išsiskiria personalo gausa, paslaugumu, aptarnavimo lygiu.

Lyginamas aspektas: Paslaugos

Lyginimo objektas		Lyginimo partneris	
Tšk.	Pagrindimas	Tšk.	Pagrindimas
1/4	Medaus slėnis turi tik vieną namelį, pagrinde apgyvendinimas palapinėse.	4/4	Pamarys atsiliepimuose išsiskiria itin geru informacijos pateikimu. Turistai patenkinti tiekiamo maisto kokybe bei gausa. Pritaikyta šeimoms, nes įrengtos vaikų žaidimo aikštelės. Veikia žiemos sodas ir muziejai, kultūrinė veikla.

Lyginamas aspektas: Ypatingi objektai

Lyginimo objektas		Lyginimo partneris	
Tšk.	Pagrindimas	Tšk.	Pagrindimas
1/4	Medaus slėnis Panemunės pilis, Raudonės pilis- toli nuo buvimo vietos pėščiomis.	4/4	Pamarys Drevernos uostas, apžvalgos bokštas, keltai į Juodkrantę, Nidą, Parnidžio kopa Nidoje, Raganų kalnas Juodkrantėje.

Šaltinis: Sudarytas autorės.

Lyginant daugiausiai ir mažiausiai balų surinkusius kempingus matosi, jog vartotojams labai svarbi kempingo vieta - jūros, marių, žymių lankytinų vietų artumas, aiškios nuorodos į kempingą ir jo pasiekiamumas. Gamtiniai išteklių taip pat labai svarbūs - nors Medaus slėnis įsikūręs netoli Nemuno upės, Pajūrio kempingų patrauklumas didesnis - minimi jūra, pušynai, platūs paplūdimiai.

Vertinant personalą minimas labai mažas Medaus slėnyje dirbančio personalo kiekis, Pajūris išsiskiria personalo gausa, paslaugumu, aptarnavimo lygiu. Pagal paslaugas - Medaus slėnyje jos labai minimalios, pagrinde gyvenama palapinėse, yra tik vienas namelis. Tuo tarpu Pamarys atsiliepiamuose išsiskiria itin geru informacijos pateikimu, maisto kokybe bei gausa, vaikų žaidimo aikštelėmis, pramogomis.

Pagal Ypatingus objektus - Medaus slėnis įsikūręs netoli Panemunės ir Raudonės pilių, tačiau Pamario kempingai išsiskiria lankytinų objektų gausa, be abejo, lyginti sudėtinga, nes šioje teritorijoje yra 6 kempingai, o Medaus slėnis – tik vienas.

Reziumuojant galima teigti, jog populiariausios kempingų vietos Vakarų Lietuvos regione yra Pajūryje ir Pamaryje. Vartotojams labai svarbūs išskirtiniai gamtos objektai - jūra, marios, pušynai, pliažai, galimybė gauti daug paslaugų, kad objektai būtų netoli lankytinų vietų. Daugelis tikisi rasti išskirtinių objektų ir pramogų, kempingas nebėra vien tik vieta permiegoti.

2.3. Šventosios kempingo plėtros panaudojant mineralinį giluminį vandenį vertinimas ekspertų interviu duomenimis

Kaip teigia Gaižauskaitė I., Valavičienė N., (2063), “individualūs interviu parankūs tada, kai mus domina giluminis individualių atvejų supratimas. Kai norime rinkti informaciją iš kiekvieno tyrimo dalyvio asmeniškai, įsigilindami būtent į jo patirtį ir perspektyvas, o vėliau sugretinti gautus duomenis. Norima į klausimus atsakyti iš esmės, apie tą patį reiškinį surinkti

skirtingas perspektyvas su visomis detalėmis ir kontekstais”. Interviu naudojamas siekiant apsibrėžti problemą ir patiukslinti tyrimo problematiką.

Šiame darbe ekspertų interviu, kaip metodas, pasirinktas todėl, kad tirama tema yra mažai žinoma, atlikti tyrimai šia tema yra ganėtinai seni (galimybių studija parašyta 2011 metais), nėra pakankamai šaltinių. Baltijos šalyse kempingo su geoterminiu vandeniu nėra, todėl interviu metu siekiama išsiaiškinti esminius tam tikrų specifinių sričių akcentus.

Ekspertams apklausti buvo sudarytas klausimynas Priedas Nr. X, Klausimynas). Keli ekspertai, galintys tikslingai atsakyti į pateiktus klausimus, sutiko duoti interviu dviem būdais : Skype ir telefonu atsakydami į šiuos klausimus, o kiti atsakė el. paštu į pateiktą klausimyną. Interviu metodas pasirinktas todėl, kad apklausama maža, tikslinė žmonių grupė. Interviu padeda išanalizuoti požiūrį tam tikrais klausimais. Naudojamas pusiau struktūruotas interviu, kuris remiasi interviu planu, jame numatyti konkretūs klausimai ir iš anksto apgalvota jų pateikimo seka, tačiau numatyta, jog tyrimo eigoje tyrėjas gali užduoti papildomų klausimų, jeigu jam atrodys, jog taip būtų galima praturtinti tyrimą. Interviu darytas siekiant sužinoti asmeninę kiekvieno respondento nuomonę pateiktuoju klausimu.

Interviu tyrimo atlikimo laikas: prisistatymas ir klausimai buvo išsiųsti 15 ekspertų ne

vienu metu – 2020m. vasario – balandžio mėnesiais. Atsisakius keletui ekspertų duoti interviu, teko ieškoti kitų. Interviu telefonu ir „Skype“ programoje buvo atlikti respondentams paskyrus laiką.

Tiriamųjų imties formavimas: ekspertai (tiek Lietuvos, tiek užsienio) buvo pasirinkti pagal tiriamas sritis kaip savo darbo ar srities profesionalai, turintys atitinkamą išsilavinimą arba patirtį.

Apklaustieji ekspertai: 1 turizmo asociacijos prezidentas, 3 turizmo įmonių vadovai, 1 pardavimų vadovas, 1 savivaldybės administracijos atstovas, 1 tinklų priežiūros skyriaus vedėjo pavaduotojas, 1 hidrogeologas, 1 RV priemonių testuotojas, 1 universiteto profesorius.

Respondentų atsakomumas: iš viso klausimai buvo išsiųsti 15 ekspertų, bet sutikimas atsakyti į pateiktus klausimus telefonu, elektroniniu paštu arba „Skype“ gautas iš 10 ekspertų. Atsisakymą duoti interviu respondentai įvardijo kompetencijos, laiko stoka ir kt.

Tyrimo patikimumas: kadangi buvo pasirinkti savo sričių ekspertai, tai galima teigti, kad duomenys yra tinkami.

Tyrimo privalumas: „grindžiamosios teorijos metodologija pagrįsta konceptualių atvirumu, t. y. pradama dirbti su interviu duomenimis neturint jokie išankstinio teorinio konstrukto, visa argumentacija išplaukia iš duomenų, atmintinių (memos), atviro kodavimo proceso, kodo plėtojimo iki teorijos lygio teiginių visumos. Pasirinkus grindžiamosios teorijos priegą, kartais net rekomenduojama laikytis literatūrinio asketizmo – neanalizuoti mokslinės literatūros tiriamąja tema siekiant išvengti išankstinio teorinių nuostatų formavimo, kad visa argumentacijos logika kiltų tik iš empirinių duomenų. Iš esmės grindžiamoji metodologija yra skirta naujai teorijai kurti ir plėtoti – toks idealusis šios metodologijos“ (Gaižauskaitė, Valavičienė, 2016:317).

Respondentams buvo pasiūlyti trys būdai atsakyti į klausimus, vienas iš jų - pokalbis telefonu, kitas - programa „Skype“, trečias - atsakyti į klausimus elektroniniu paštu. Gaunama kitos tiriamosios pusės nuomonė apie Šventosios kempingo plėtrą panaudojant mineralinį giluminį vandenį. Tyrime dalyvauja keleto sričių – gerosios kempingų, geologijos, nuotekų, šalinimo, turizmo inovacijų ir geoterminio vandens panaudojimo bei Nemirsetos kempingo gerosios praktikos atstovai. Klausimynuose pateikiami klausimai apie kempingų plėtrą, jų poreikį, inovacijas kempinguose ir aplamai turizme, geoterminio vandens Šventojoje panaudojimo galimybes, nuotekų šalinimo ypatumus, gerąsias geoterminių vandenų panaudojimo ir Nemirsetos kempingo praktikas. Tokiu būdu siekiama išsiaiškinti esamą situaciją ir požiūrį apie Šventosios kempingo, panaudojant geoterminį mineralinį vandenį, plėtros galimybes. Anketas sudaro nuo 7 iki 10 klausimų.

Interviu tyrimo etapai:

- Interviu klausimyno sudarymas.

Susisiekiama su ekspertais elektroniniu paštu, išsiųsti užklausimai dėl interviu, nurodytas tyrimo tikslas bei uždaviniai, pabrėžiama anonimiškumo ir konfidencialumo galimybė. Buvo pasiūlyti trys būdai atsakyti į interviu klausimus: telefonu, programa „Skype“ arba bet kuria kita pašnekovams patogia programa arba el.paštu. Gautas sutikimas iš 4 asmenų dėl interviu telefonu, 3 ekspertai sutiko kalbėtis „Skype“ ir 3 atsakė į klausimus el.paštu. Gavus teigiamą atsakymą iš 10 asmenų, buvo išsiunčiami klausimai.

Interviu telefonu buvo įrašomi programėle „Call Recorder“, prieš tai perspėjus apklausiamuosius dėl įrašinėjimo (buvo gautas sutikimas).

✓ Respondentai dar kartą buvo informuoti apie tyrimo tikslą ir uždavinius.

✓ Pasibaigus interviu – padėkota už suteiktą laiką ir atsakymus bei palikti kontaktiniai duomenys, kuriais bus galima paprašyti gauti visą norimą informaciją apie tyrimo rezultatus.

- Interviu gautų atsakymų apdorojimas, jų analizė.
- Gautų duomenų apibendrinimas.

Atliktas pusiau struktūrizuotas interviu, panaudotas baigiamojo projekto tyrimui praplėsti patikrinti tyrimo probleminius klausimus ir kriterijus. Pusiau struktūrizuoto interviu sudaro 6 klausimų grupės, kurių mums reikia, kad galėtume patvirtinti arba paneigti skirtingus tyrimo aspektus. Klausimų grupės:

- ✓ Gerosios kempingų praktikos turizmo sektoriuje.
- ✓ Mineralinio geoterminio vandens panaudojimo Šventojoje galimybės.
- ✓ Nemirsetos kempingo geroji patirtis.
- ✓ Geoterminio mineralinio vandens nuotekų valymo ypatumai.
- ✓ Geroji geoterminio mineralinio vandens panaudojimo praktika.
- ✓ Inovacijos turizme

Siekiant neatskleisti tyrimo informantų asmenybių, dalyviai įvardijami kodais – E1, E2, E3..E10. Viso apklausta 10 ekspertų.

Tyrimo sritis – gerosios kempingų praktikos turizmo sektoriuje

Kadangi klasifikuoto kempingo Šventojoje nėra, jis būtų statomas, pasitelkti 3 ekspertai, kurie savo įžvalgomis padėtų patvirtinti arba paneigti kempingo Šventojoje būtinybę, išsakytų nuomonę apie inovatyvų pasiūlymą kurti kempingą su geoterminio mineralinio vandens galimybe. Siekiama išsiaiškinti sėkmingai veikiančių kempingų privalumus, kad būtų galima pasiremti gerosiomis kitų tokio pobūdžio apgyvendinimo įstaigų pavyzdžiu ir išvengti galimų klaidų dėl nepopuliarių sprendimų.

Tikslas - identifikuoti sėkmingai dirbančių Lietuvos kempingų išskirtinumą, išsiaiškinti ekspertų nuomonę apie kempingo Šventojoje, panaudojant geoterminį mineralinį vandenį, atsiradimo galimybes.

Probleminis klausimas – ar reikalingas kempingas su geoterminiu mineraliniu vandeniu Šventojoje.

Buvo apklausti 3 šios srities ekspertai – koduotė **E1**, Šventosios turizmo asociacijos prezidentas, žurnalistas, buriotojas, aktyviai dalyvaujantis Šventosios visuomeniniame gyvenime, Šventosios gyventojas, su asociacija dalyvaujantis tokiuose tarptautiniuose projektuose kaip „Pietų Baltijos krantas“. Koduotė **E2**- MB “Turizmo rinkodaros sprendimai“ vadovė, VU Ekonomikos ir verslo administravimo fakulteto dėstytoja, tyrimų sritis - turistų motyvacija keliauti, anksčiau dirbo

Valstybiniame turizmo departamente Turizmo plėtros skyriaus vedėja, parašiusi ne vieną mokslinį straipsnį turizmo klausimais, viena iš studijos, kuria remiamasi ir šiame darbe, kūrėjų („Lietuvos turizmo potencialo įvertinimo, nustatant didžiausias turistinės traukos vietas ir jų panaudojimo prioritetus, studija. Vilnius, 2011).

Koduotė **E3** – RV (pramoginių transporto priemonių) testuotojas, internetinio puslapio www.husbilentest.se redaktorius, fotografas, rašytojas iš Švedijos, ne kartą lankęsis Palangoje ir Šventojoje, gyvenęs Nemirsetos kempinge. Puslapyje rekomenduojamos ne tik transporto priemonės, bet ir aprašomi maršrutai, kempingai, kuriuos siūlo išbandyti ekspertai (Nemirsetos kempingas taip pat siūlomas kaip puikiai įvertinta vieta). Visi trys ekspertai yra daug keliaujantys, gyvenę kempinguose, turintys didelę patirtį turizme.

Tyrimo sritis	Interviu klausimų, atitinkančių tyrimo klausimą, formuluotės	Ilustruojantys teiginiai
Gerosios kempingų praktikos turizmo sektoriuje	1. Pastarąjį dešimtmetį kempingų skaičius Lietuvoje auga, išskyrus 2018 metus, kada nuo 29 kempingų skaičius sumažėjo iki 27. Tačiau 2019 metais jau skaičiuojame 34 kempingus. Kokia Jūsų nuomonė, kas lemia šių apgyvendinimo įstaigų skaičiaus svyravimus?	<i>E1<...> „tai, kad 2018 metais sumažėjo 2 kempingais, didelės reikšmės tikrai neturi“, „tranzitinių kemperių, važiuojančių šiaurės kryptimi, daugėja“</i> <i>E2<...> “ gali būti paaiškintas laikinu kempingų uždarymu “</i> <i>E3<...> “ tai priklauso nuo lankytojų skaičiaus“, “ priešasčių tikriausiai yra ne viena “</i>
Gerosios kempingų praktikos turizmo sektoriuje	2. Ar galėtumėte identifikuoti kurie Lietuvos kempingai dirba sėkmingiausiai, kuo jie išsiskiria iš kitų	<i>E1<...> “ tie kempingai, kurie išlaiko aukštus standartus, tikrai dirba, o ne vegetuoja”; “ svarbiausia yra vieta, netoli jūra, visi patogumai”; “ galima patogiai ilsėtis ir gyventi netgi ilgą laiką”; “ visos papildomos paslaugos ir organizacija duoda savo rezultatus”</i> <i>E2 <...> “parodo veiklos trukmė ir kempingų užimtumo rodikliai “ , „ kempingas (paslaugos ir infrastruktūra) atitinka vartotojų lūkesčius “; „geografinė vieta (kurortas ar kurortinė teritorija, šalia jūros ar kito vandens telkinio) ir teikiamų paslaugų kokybė/įvairovė “; „objekto idėjos / koncepcijos išskirtinumas “</i> <i>E3<...> “Lietuvos kempingai tikrai turi ką pasiūlyti “; “patinka maži, šeimyniniai agrokultūriniai kempingai “; “patiko kemperių stovyklavietė „Pajiešmeniai “šeimos kuriamoje eko sodyboje “; “puikus Nemirsetos kempingas, turintis visas reikalingas sąlygas, taip pat įsikūręs nuostabioje vietoje, netoli jūros “</i>
Gerosios kempingų praktikos turizmo	Kaip manote, ar Šventojoje, kurioje yra nemažai įvairaus lygio	<i>E1 <...> “ kempingas Šventojoje tikrai reikalingas, kad pakeltų turistavimą joje į</i>

sektoriuje	stovyklaviečių, reikalingas atitinkantis oficialius reikalavimus kempingas?	<p><i>aukštesnį lygį”;</i>” keliautojams keliavimas su kemperiu reiškia laisvę, tai yra gyvenimo būdas”</p> <p>E2 <...>” reikia atlikti vartotojų tyrimą “; “kempingai yra labai populiarūs nakvynės vieta “; “turistai ieško tylos, ramybės ir privačių / butikinių nakvynės vietų “; „didelę dalį keliaujančių ir kempinguose apsistojančių turistų sudaro tos šalies gyventojai “</p> <p>E3<...> „manau, kad taip, nors tikriausiai kalbame apie labai dideles investicijas “; “žinoma, daug priklauso nuo kainų, įrangos, paslaugų”; “būtų stiprus konkurentas visiems likusiems”</p> <p><...> laikyti ją tikra lietuviška, atspindinčia Lietuvos kultūrą, tradicijas ir paveldą “; “siūlykite autentiškus ir tikrus lietuviškus maistą bei gėrimus“</p>
Gerosios kempingų praktikos turizmo sektoriuje	Jūsų nuomone, kodėl būtent Šventojoje galėtų atsirasti naujas turistinis objektas	<p>E1 <...> „Šventoji turi puikias sąlygas - čia yra atstatinėjamas uostas “; “kempingui galėtų būti panaudota teritorija šalia uost “; “ Šventojoje, palyginti su Palanga, yra daugiau erdvės, yra didelių plotų “</p> <p>E2 <...> “įvertinti konkurencinę aplinką “; “ sudaryti Šventosios vartotojo portretą “; „įvertinti investicijų atsiperkamumą “</p> <p>E3 „ Šventoji su savo erdve, infrastruktūra, uostu tikriausiai tam tinka“</p>
Gerosios kempingų praktikos turizmo sektoriuje	Kokį turistų segmentą galėtų pritraukti naujasis kempingas?	<p>E1<...> „Pritrauktų vidutinių ir žemesnių pajamų klientą, šeimas, keliaujančius kemperiais “</p> <p>E2<...> “vidutinės ir mažesnes pajamas uždirbantys asmenys, nekeliantys itin aukštų kokybės reikalavimų “; “ nereikalaujantys ramybės ir tylos “; “ trokštantys pramogų “</p> <p>E3 <...> “Pajūrio turizmo, taip pat - aktyvaus turizmo mėgėjus, o jei nuspręsite nuomoti kanojas ir valtis – turbūt ir žvejybos turizmo mėgėjus “</p>
Gerosios kempingų praktikos turizmo sektoriuje	Kokius inovatyvius sprendimus galima pritaikyti, kad šis kempingas būtų išskirtinis? Kokia Jūsų nuomonė apie geoterminio vandens panaudojimo galimybes?	<p>E1 <...>” mineralinio giluminio vandens panaudojimas kempingo plėtrai būtų neabejotinai patrauklus”</p> <p>E2<...> “skamba patraukliai “</p> <p>E3 <...> “terminio vandens galimybės su mineralinio vandens SPA gali būti labai sėkmingos “;” reklamuojama sutelkiant dėmesį į sveikatą “;” atkurkite senovinę SPA kultūrą “; „pabandykite derinti ją su nuostabių gintarų “.</p>
Gerosios kempingų praktikos turizmo	Kaip numatyta Šventosios plėtra (uosto atstatymas, miesto	E1 <...>“ Uostas taptų pagrindu kempingo atsiradimui “; „traukos centras, veikiantis

sektoriuje	infrastruktūros atnaujimas) galėtų pasitarnauti kempingo atsiradimui?	<i>visus metus“</i> E2 <...> <i>“Baltijos pajūriui trūksta vandens pramogų parko, kuris „išjudintų“ turizmą Baltijos pajūryje. Tada reikia ir kempingų, ir kitų susijusių paslaugų“; „Būtina ne tik keisti infrastruktūrą ir gerinti paslaugų kokybę, bet ir sukurti skirtingas erdves / zonas, kurios tenkintų skirtingų turistų poreikius ir atitiktų jų lūkesčius“</i> E3 <...> <i>“turistams visada smalsu“; “labai svarbu išlaikyti nuolatinį lankytojų susidomėjimą ir norą sugrįžti“; “patrauklios kainos“.</i>
------------	---	--

Sudarė A. Slaboševičienė, remdamasi metodiniais nurodymais bei respondentų atsakymais

Išanalizavus ekspertų atsakymus į klausimą, kurio tikslas buvo atsakyti į klausimą ar reikalingas kempingas su geoterminiu mineraliniu vandeniu Šventojoje, teigtina, jog Šventosios kempingo su geoterminiu mineraliniu vandeniu atsiradimui visi 3 respondentai pritaria. Į klausimą ar reikalingas Šventojoje oficialus, klasifikuotas kempingas, Informantas **E1** patvirtina, jog kempingas Šventojoje <...> *“reikalingas, kad pakeltų turistavimą joje į aukštesnį lygį”;* *“keliautojams keliavimas su kemperiu reiškia laisvę, tai yra gyvenimo būdas”.* Antrasis informantas **E2** siūlo atlikti *“vartotojų tyrimą”*, teigdamas, jog *“kempingai yra labai populiari nakvynės vieta”;* *“turistai ieško tylos, ramybės ir privačių / butikinių nakvynės vietų”;* *“didelę dalį keliaujančių ir kempinguose apsistojančių turistų sudaro tos šalies gyventojai”.* Informantas **E3** sutinka su kempingo būtinybe, *„manau, kad taip, nors tikriausiai kalbame apie labai dideles investicijas“;* *“žinoma, daug priklauso nuo kainų, įrangos, paslaugų”;* *“būtų stiprus konkurentas visiems likusiems”* ir siūlo išlaikyti *lietuviškas tradicijas* *“<...> laikyti ją tikra lietuviška, atspindinčia Lietuvos kultūrą, tradicijas ir paveldą“;* *“siūlykite autentiškus ir tikrus lietuviškus maistą bei gėrimus“.* Dėl vietos kempingui Šventojoje pasirinkimo Informantas **E1** teigia, jog *„Šventoji turi puikias sąlygas - čia yra atstatinėjamas uostas“;* *“kempingui galėtų būti panaudota teritorija šalia uosto“;* *“Šventojoje, palyginti su Palanga, yra daugiau erdvės, yra didelių plotų”.* Informantas **E2** siūlo <...> *“įvertinti konkurencinę aplinką“;* *“sudaryti Šventosios vartotojo portretą“;* *„įvertinti investicijų atsiperkamumą“.* Informantas **E3** mano, jog *„Šventoji su savo erdve, infrastruktūra, uostu tikriausiai tam tinka“.*

Įvertinus gautus apklausos duomenis, darytina išvada, kad išnaudojant Šventosios infrastruktūros privalumus (laisvos žemės plotai, atkuriamas uostas, jūros artumas), kempingas su geoterminiu mineraliniu vandeniu Šventojoje reikalingas. Kempingai yra labai populiari nakvynės vieta., jis padėtų pakelti turistavimo lygį šioje vietovėje. Ekspertai siūlo įvertinti

konkurencinę aplinką, investicijų atsiperkamumą, atlikti savo vartotojo tyrimą. Mineralinio geoterminio vandens panaudojimas neabejotinai padidintų konkurencingumą. Ekspertai siūlo pagalbėti apie papildomas pramogas ir kvalifikuotus darbuotojus, kurie garantuotų aukšto lygio aptarnavimo kultūrą. Kempingas turi turėti savo identitetą, siūlyti lietuviškus produktus, procedūras su gintaru. Kaip geri pavyzdžiai įvardijami Palangos Compensa kempingas, Neringos, Ventainės, Drevernos, Zarasų kempingai.

Tyrimo sritis - geoterminio mineralinio vandens panaudojimo Šventojoje galimybės.

Tikslas – išsiaiškinti geoterminio mineralinio vandens Šventojoje panaudojimo galimybes.

Probleminis klausimas - ar yra galimybė rasti tinkamo rekreacijai geoterminio mineralinio vandens.

Kadangi apie Vakarų Lietuvos geoterminio vandens anomaliją žinoma ne tiek ir daug, studija šia tema buvo parašyta 2011 m., pasitelkiamas ekspertas, kuris savo įžvalgomis padėtų patvirtinti arba paneigti faktą apie Šventojoje slūgsantį geoterminį vandenį, galimybę gręžti gręžinį ir naudoti išgaunamą vandenį Šventosios kempingo plėtrai.

Buvo apklaustas 1 šios srities ekspertas, UAB „Vilniaus hidrogeologija“ dirbantis direktoriaus pavaduotoju, VU Chemijos ir geomokslų fakulteto dėstytojas. 1986 m. už darbą „Paviršinio ir požeminio vandens sąryšio tyrimo metodika Pabaltijo pajūryje“ jam suteiktas geologijos-mineralogijos mokslų kandidato (dabar daktaro) laipsnis. Yra paskelbęs daugiau kaip 30 mokslinių straipsnių. Ekspertui suteikta koduotė **E4**.

Tyrimo sritis	Interviu klausimų, atitinkančių tyrimo klausimą, formuluočių	Iliustruojantys teiginiai
Mineralinio vandens panaudojimo Šventojoje galimybės	Ar esate tyrinėjęs Vakarų Lietuvos geoterminio vandens anomaliją?	E4 <...> „Taip, teko nemažai dirbti su Klaipėdos UAB „Geoterma“ hidrogeologinėmis problemomis bei Vakarų Lietuvos naftos bendrovių kartu su nafta išgaunamų sūrinių požeminio laidojimo klausimais“
Mineralinio vandens panaudojimo Šventojoje galimybės	Gal Šventojoje yra senų, nenaudojamų gręžinių, kuriuos būtų galima atgaivinti?	E4 <...>“ Mano žiniomis, tokių gręžinių (jei turima omenyje mineralinio ar gilius geoterminio vandens gręžinius), kuriuos galima atgaivinti, čia nėra“
Mineralinio vandens panaudojimo Šventojoje galimybės	Ką manote apie giluminio mineralinio vandens Šventojoje (Palangoje) panaudojimą rekreacijai?	E4 <...> “Manau, kad tokio panaudojimo galimybės yra didelės. Šiame rajone, priklausomai nuo gręžinio gylio, galima rasti įvairios mineralizacijos (nuo maždaug 20-25 g/l iki 100 ir daugiau g/l) ir temperatūros (maždaug nuo 20-25 °C iki

	Galbūt turite dar minčių apie giluminio vandens išgavimo ir panaudojimo galimybes?	65-70 ⁰ C ir daugiau) požeminio vandens“ E4 <...>” galėtumėte panaudoti rajono požeminio vandens geotermines savybes Šventosios kempingo ne tik SPA, bet ir geoterminiam šildymui”
Mineralinio vandens panaudojimo Šventojoje galimybės	Jūsų nuomone, su kokias sunkumais galima susidurti ieškant tinkamiausios gręžiniui vietos?	E4<...>“ gali tekti susidurti su dviem sunkumais: sklypo išigijimu norimoje vietoje;leidimo gręžiniui gavimu (gali trukdyti “povandeninės srovės”).
Mineralinio vandens panaudojimo Šventojoje galimybės	Kokia Jūsų nuomonė apie gręžinio galimybę ant jūros kranto?	E4 <...>“Gręžinių įrengimo tvarką ir galimybes reglamentuoja LAND 4-99 naujausia redakcija (2019-11-01)“
Mineralinio vandens panaudojimo Šventojoje galimybės	Ar yra galimybė, kad panaudoto giluminio vandens nuotekas būtų galima išleisti į jūrą?	E4 <...> „galimybę nusako Nuotekų tvarkymo reglamentas“;” „nuotekų išleidimo į aplinką vietos turi būti parenkamos taip, kad jų neigiamas poveikis aplinkai būtų kiek įmanoma mažesnis“;“;“ kiek įmanoma toliau nuo kitų vandens išteklių naudotojų, rekreacijai skirtų bei kitų žmonių buvimo vietų“
Mineralinio vandens panaudojimo Šventojoje galimybės	Gal teko girdėti apie kokias nors naujas technologijas, supaprastinančias ir sumažinančias gręžinio savikainą?	E4 <..> “taip, teko, bet nesu giliųjų gręžinių technologijų specialistas”

Sudarė A. Slaboševičienė, remdamasi metodiniais nurodymais bei respondentų atsakymais

Išanalizavus eksperto atsakymus teigtina, jog Šventojoje turėti geoterminio mineralinio vandens gręžinį yra realu. Deja, užduoties nepalengvina atsakymas į klausimą ar Šventojoje yra senų gręžinių, kuriuos būtų galima atgaivinti ir tai finansiškai būtų naudingiau. Informantas E4 atsakė,“ mano žiniomis, tokių gręžinių (jei turima omenyje mineralinio ar gilius geoterminio vandens gręžinius), kuriuos galima atgaivinti, čia nėra “. Tačiau apie gręžinį ant jūros kranto yra teigiamos nuomonės <...> “manau, kad tokio panaudojimo galimybės yra didelės. Šiame rajone, priklausomai nuo gręžinio gylio, galima rasti įvairios mineralizacijos (nuo maždaug 20-25 g/l iki 100 ir daugiau g/l) ir temperatūros (maždaug nuo 20-25 ⁰C iki 65-70⁰C ir daugiau) požeminio vandens.” Optimistiškai skamba Informanto E4 patvirtinimas apie naujas technologijas, galbūt palengvinsiančias ir atpiginančias gręžinio kainą <..> “taip, teko girdėti apie tokias, bet nesu giliųjų gręžinių technologijų specialistas”. Informantas **E4** siūlo kaip dar būtų galima panaudoti išgaunamą vandenį <...>” galėtumėte panaudoti rajono požeminio vandens geotermines savybes Šventosios kempingo ne tik SPA, bet ir geoterminiam šildymui”.

Įvertinus gautus apklausos duomenis, darytina išvada, kad galimybė Šventojoje gręžti geoterminio mineralinio vandens gręžinį yra, šiame rajone yra tinkamo rekreacijai požeminio vandens. Nors nėra senų gręžinių, kuriuos būtų galima atgavinti, tikėtina, jog tobulėjant technologijos, gręžinio kaina atpigs. Galima susidurti su sunkumais dėl tinkamo sklypo vietos ir leidimo gręžiniui. Išgautą vandenį būtų galima būtų panaudoti ne tik rekreaciniamis kempingo tikslams, bet ir geoterminiam šildymui.

Tyrimo sritis – Nemirsetos kempingo geroji patirtis

Tikslas – išanalizuoti tik prieš keletą metų atidaryto, panaudojant Europos Sąjungos fondų lėšas, Nemirsetos kempingo stiprybes ir grėsmes.

Probleminis klausimas - iš kokių klaidų statant Nemirsetos kempingą būtų galima pasimokinti būsimojo kempingo statytojams.

Nemirsetos kempingas veikia tik keletas metų, tai kol kas vienintelis klasifikuotas kempingas Palangoje. Pasitelkiamas ekspertas, kad įvertinus Nemirsetos kempingo stiprybes ir silpnybes, būtų galima planuoti Šventosios kempingo plėtrą. Buvo apklausta 1 šios srities ekspertė, Palangos miesto savivaldybės Ekonominės plėtros skyriaus vedėjo pavaduotoja, dirbanti šiame skyriuje 12 metų. Ekspertė atsakinga už paraiškų finansavimui iš ES ir kitų nacionalinių ir tarptautinių fondų rengimą, projektų organizavimą, taip pat rengusi ir Nemirsetos kempingo finansavimui reikalingą paraišką. Jai suteikta koduotė **E4**.

Tyrimo sritis	Interviu klausimų, atitinkančių tyrimo klausimą, formuluotės	Iliustruojantys teiginiai
Nemirsetos kempingo geroji patirtis	Kokie faktoriai nulėmė kempingo vietos pasirinkimą?	<i>E5<...> “ Savivaldybei priklausantis žemės sklypas “</i>
Nemirsetos kempingo geroji patirtis	Su kokiais sunkumais – teisiniais, techniniais susidūrėte?	<i>E5<...> “Didžiausias sunkumas ir iššūkis buvo operatoriaus atrinkimas koncesijos būdu. Tai buvo naujovė ir mažai taikoma procedūra Lietuvoje “</i>
Nemirsetos kempingo geroji patirtis	Kokie apribojimai susiję su tuo, jog kempingas statytas ir Europos Sąjungos lėšomis?	<i>E5<...> “ Pagrindinis ribojimas - dėl operatoriaus atrinkimo koncesijos būdu, nebuvo galimybės perduoti kempingo valdymo savivaldybės įmonei. Taip pat taikomi reikalavimai dėl darbo vietų sukūrimo (14) ir konkretaus skaičiaus turistų pritraukimo per trejus metus “</i>
Nemirsetos kempingo geroji patirtis	Kokiu principu kempingas valdomas šiuo metu?	<i>E5<...> “kempingas perduota koncesijos būdu atrinktam operatoriui “</i>
Nemirsetos kempingo geroji patirtis	Kaip manote, ar kempingo vieta ir techninės galimybės pasiteisino? Ar	<i>E5<...> “manau, kad ir vieta, ir techninės galimybės pasiteisino, kempingo valdytojas</i>

geroji patirtis	reikėtų dar papildomų paslaugų ar pramogų?	<i>užtikrina platų spektrą paslaugų bei pramogų“</i>
Nemirsetos kempingo geroji patirtis	Jūsų nuomone, ar reikia Palangai (Šventajai) dar vieno kempingo?	<i>E5<...> “ Šventojoje kempingas tikrai būtų reikalingas, bet kita vertus ten yra susiformavusios namukų ir pigios nakvynės tradicijos, tad gali būti sunku pritraukti turistų“</i>
Nemirsetos kempingo geroji patirtis	Gal turite minčių kuo naujasis kempingas galėtų išsiskirti?	<i>E5<...> “siūlyčiau pasižvalgyti po pasaulį ir pasisemti gerosios patirties“; “kempingas medžiuose, išskirtinio dizaino namukai (pvz. raganos trobelės) ar kupolo formos palapinės“</i>
Nemirsetos kempingo geroji patirtis	Kokia Jūsų nuomonė apie kempingo su geoterminio vandens baseinėliais nameliuose atsiradimą?	<i>E5<...> “Įdomi idėja, bet, mano manymu, ekonomiškai naudingiau būtų įrengti kempingo teritorijoje vieną (ar kelis) geoterminio vandens baseiną (technologiskai lengviau ir paprastesnė bei pigesnė priežiūra)“</i>
Nemirsetos kempingo geroji patirtis	Galbūt yra techninių ar teisinių dalykų, kuriuos, projektuodami naują kempingą, darytumėte kitaip?	<i>E5 „Ne“</i>
Nemirsetos kempingo geroji patirtis	Jūsų nuomone, ar atsiradęs naujas kempingas padėtų pritraukti klientų į regioną ?	<i>E5 <...> “vienareikšmiškai TAIP“; “ daug priklauso nuo viešinimo“</i>

Sudarė A. Slaboševičienė, remdamasi metodiniais nurodymais bei respondentų atsakymais

Išanalizavus ekspertės atsakymus į klausimą, kurio tikslas buvo pasidalinti gerąja Nemirsetos kempingo patirtimi teigtina, jog Šventosios kempingo su geoterminiu mineraliniu vandeniu plėtrai ekspertė pritaria. Informantė **E5** patvirtina Nemirsetos kempingo vietos pasirinkimą vertinanti teigiamai <...> *“manau, kad ir vieta, ir techninės galimybės pasiteisino, kempingo valdytojas užtikrina platų spektrą paslaugų bei pramogų.”* Į klausimą ar reikia Šventajai kempingo, Informantė, **E5** atsako jog <...> *“Šventojoje kempingas tikrai būtų reikalingas, bet kita vertus ten yra susiformavusios namukų ir pigios nakvynės tradicijos, tad gali būti sunku pritraukti turistų “ Informantė pasiūlo pasisemti gerosios patirties: “siūlyčiau pasižvalgyti po pasaulį ir pasisemti gerosios patirties“; “kempingas medžiuose, išskirtinio dizaino namukai (pvz. raganos trobelės) ar kupolo formos palapinės “. Pasiūlymui statyti kempingą su geoterminio mineralinio vandens pritaria, tik pasiūlo rinktis ekonomišką variantą: <...> *“Įdomi idėja, bet, mano manymu, ekonomiškai naudingiau būtų įrengti**

kempingo teritorijoje vieną (ar kelis) geoterminio vandens baseiną (technologiskai lengviau ir paprastesnė bei pigesnė priežiūra)”.

Įvertinus gautus apklausos duomenis, darytina išvada, jog ekspertė Šventosios kempingo su geoterminiu mineraliniu vandeniu plėtrai pritaria, nors mano kad gali būti sunku pritraukti turistus dėl susiformavusio Šventosios, kaip pigios nakvynės nameliuose, įvaizdžio. Informantė **E5** teigia, jog Nemirsetos kempingui vieta buvo parinkta ideali. Kadangi statytas ir ES lėšomis, kempingui iškilęs sunkumas dėl operatoriaus atrinkimo koncesijos būdu ir reikalavimai dėl 14 darbo vietų išlaikymo. Informantė pabrėžia, jog Nemirsetos kempingui parinkta vieta, jūros, miško artumas, valdytojo siūlomos įvairios paslaugos ir pramogos, patvirtina sėkmingą pasirinkimą. Atsiradęs naujas kempingas prisidėtų prie naujų turistų pritraukimo į Klaipėdos regioną..

Tyrimo sritis – geoterminio mineralinio vandens nuotekų valymo ypatumai

Tikslas – išsiaiškinti geoterminio mineralinio vandens nuotekų valymo ypatumus. Probleminis klausimas - kur dėti mineralinio geoterminio vandens nuotekas.

Kadangi kempingo reikmėms panaudotas giluminis vanduo turi būti kažkur išleistas- į jūrą išleisti galimybė ir tikimybė nedidelė, ekspertui užduodami klausimai siekiant išsiaiškinti kaip būtų sprendžiamas nuotekų paėmimo/valymo klausimas. Siekiama išsiaiškinti kuo skirtingi paprasto ir mineralinio vandens nuotekų valymas ir kaina.

Buvo apklaustas 1 šios srities ekspertas, UAB “Palangos vandenys“ tinklų priežiūros ir statybos skyriaus vedėjo pavaduotojas, anksčiau dirbęs bendrovėje „Kretingos vandenys“ techniniu valymo įrenginių vadovu. Jam suteikta koduotė **E6**.

Tyrimo sritis	Interviu klausimų, atitinkančių tyrimo klausimą, formuluotės	Iliustruojantys teiginiai
Giluminio mineralinio vandens nuotekų valymo ypatumai	Ar UAB Palangos vandenys priima valyti giluminio mineralinio vandens nuotekas?	E6 <...>“ nuotekos tvarkomos vadovaujantis įvairiais teisės aktais, tačiau vienas iš pagrindinių yra - LR aplinkos ministro įsakymas “Dėl nuotekų tvarkymo reglamento patvirtinimo”; “Palangos miesto nuotekų valymo įrenginiai skirti tvarkyti komunalines nuotekas”; “yra keletas įmonių, kurios savo paslaugoms tiekti naudoja mineralinius vandenius”; “nuotekas iš planuojamo objekto galėtų būti priimamos į bendrą nuotekų sistemą, bet mineralizacija išleidžiamose nuotekose neturi viršyti 2 g/l.”
Giluminio mineralinio vandens nuotekų	Kuo skiriasi giluminio mineralinio ir paprasto vandens nuotekų valymas?	E6 <...>“ įprastinis nuotekų valymo įrenginių darbas paremtas mechaniniu ir biologiniu nuotekų valymo principu”; “

valymo ypatumai		<i>daugiau druskingas arba mineralizuotas vanduo kenkia biologiniai nuotekų valymo grandžiai, kadangi trikdoma mikroorganizmų (bakterijų) gyvybinė veikla“</i>
Giluminio mineralinio vandens nuotekų valymo ypatumai	Kaip manote, ar Šventojoje išgręžus mineralinio vandens gręžinį, būtų galimybės nuotekas valyti Palangos vandenims?	E6 <i><...>” manau, kad taip, jeigu nuotekų išleidimas į tinklus vykdomas atsižvelgiant į nuotekų tvarkymo reglamento reikalavimus“; „išleidžiamų nuotekų mineralizacija (druskingumas) neturėtų viršyti 2“</i>
Giluminio mineralinio vandens nuotekų valymo ypatumai	Jūsų nuomone, ar užtektų pajėgumų priimti papildomai valyti didelį kiekį nuotekų?	E6 <i><...>“ Jeigu nuotekų kiekis būtų 35 m³/h (druskingumas 140 g/l arba 14%) ir žinant, kad šiuo metu valandinis nuotekų kiekis atitektantis į Palangos miesto nuotekų valymo įrenginius yra 350 m³/h, nuotekų priėmimas su esama nuotekų valymo technologija būtų negalimas. Reikėtų mažinti druskingumo koncentraciją“</i>
Giluminio mineralinio vandens nuotekų valymo ypatumai	Palangos vandenys išvalytas nuotekas išleidžia į Baltijos jūrą. Galbūt atsiranda technologijų, kurios planuojamam objektui (kempingui) leistų pačiam išvalyti nuotekas?	E6 <i><...>“ nuotekų valymo technologijos pasaulyje tobulėja ir nuotekos su padidintu druskingumu nėra naujiena“; „naudojamos fizikinės-cheminės ir biologinės nuotekų valymo priemonės atsižvelgiant į padidėjusį druskingumą“; „galimybė tvarkyti nuotekas pačiam objektui turėtų būti pirmenybė ir pareiga“</i>
Giluminio mineralinio vandens nuotekų valymo ypatumai	Kaip išaugtų valymo kaštai dėl giluminio vandens druskingumo?	E6 <i><...>“ pats paprasčiausias druskingumo mažinimo būdas praskiedimas gėlu vandeniu“; „jeigu būtų naudojama 35 m³/h 14% druskingumo vanduo ir prieš išleidžiant jis turėtų būti 0,2 % tuomet reikėtų 2415 m³ vandens“; „kaštai per valandą padidėtų 2500 Eur“</i>
Giluminio mineralinio vandens nuotekų valymo ypatumai	Kokie tikėtini sunkumai priimant giluminio vandens nuotekas iš didelio objekto?	E6 <i><...>“priimant nuotekas iš „didelio objekto“galimi hidrauliniai sunkumai“; „valant didelio druskingumo nuotekas reikalingos didesnės biologinio valymo grandies talpos, nes esant 5% druskingumui biologinis nuotekų valymo procesas teoriškai pailgėja iki 2 savaičių“</i>

Sudarė A. Slaboševičienė, remdamasi metodiniais nurodymais bei respondentų atsakymais

Išanalizavus ekspertų atsakymus į klausimynus teigtina, jog Informantas **E6** patvirtina, kad problemų su panaudoto geoterminio mineralinio vandens nuotekomis neturėtų būti, nes nuotekas gali priimti miesto valymo sistema.<...>“yra keletas įmonių, kurios savo paslaugoms tiekti naudoja mineralinius vandenį“; „nuotekos iš planuojamo objekto galėtų

būti priimamos į bendrą nuotekų sistemą, bet mineralizacija išleidžiamose nuotekose neturi viršyti 2 g/l.”, nors tikimybė, kad bus apsinkinta miesto nuotekų valymo sistema, yra. Tačiau pabrėžia, kokie gali kilti sunkumai “priimant nuotekas iš didelio objekto galimi hidrauliniai sunkumai “; „valant didelio druskingumo nuotekas reikalingos didesnės biologinio valymo grandies talpos, nes esant 5% druskingumui biologinis nuotekų valymo procesas teoriškai pailgėja iki 2 savaičių.

Įvertinus gautus apklausos duomenis, darytina išvada, jog kempinge panaudoto geoterminio mineralinio vandens nuotekos galėtų būti priimtos į bendrą nuotekų sistemą, jei atitiktų reikalavimus- išleidžiamų nuotekų mineralizacija neturėtų viršyti 2%. Tikėtina, kad priimant papildomą nuotekų kiekį iš didelio objekto galimi hidrauliniai sunkumai. Tačiau nuotekų valymo technologijos pasaulyje tobulėja ir nuotekos su padidintu druskingumu nėra naujiena tvarkant pramonės įmonėse susidarančias nuotekas. Siūloma apsvarstyti galimybę nuotekas tvarkyti pačiam objektui, nes tai būtų įmanoma.

Tyrimo sritis – Geroji geoterminio mineralinio vandens panaudojimo praktika.

Tikslas – išanalizuoti gerąją geoterminio mineralinio vandens panaudojimo praktiką.

Probleminis klausimas - geoterminio mineralinio vandens panaudojimo galimybės.

Kadangi ketinama gręžti gręžinį Šventojoje, o patirties turima nedaug, pasitelkiami 2 ekspertai, kurių įmonėse jau naudojamas mineralinis vanduo. Siekiama išsiaiškinti kokie sunkumai tikėtini gręžiant gręžinį, į ką reiktų atkreipti dėmesį, kokios giluminio vandens panaudojimo galimybės.

Buvo apklausti 2 šios srities ekspertai - UAB „Gradiali“, 2019 m. išgręžusio pirmąjį mineralinio vandens gręžinį Palangoje, vadovė, jai suteikta koduotė **E7**. Ekspertė dirba įmonėje 10 metų. Ji buvo viena iš iniciatorių turėti savo mineralinio vandens gręžinį, visą jo planavimą ir įrengimo laikotarpį vadovavo įstaigai.

Kitas ekspertas - poilsio ir sveikatinimo komplekso „Atostogų parkas“ pardavimų vadovas. Jam suteikta koduotės **E8**. Ekspertas dirba komplekse jau 10 metų, beveik nuo komplekso įrengimo pradžios.

Tyrimo sritis	Interviu klausimų, atitinkančių tyrimo klausimą, formuluotės	Iliustruojantys teiginiai
Geroji mineralinio vandens panaudojimo praktika	Kiek laiko užtruko idėją turėti mineralinio vandens gręžinį paversti realybe?	E7 <...>“ apie 2 - 2, 5 metų” E8 <...>“ apie 7- 8 metai“;“gręžinio idėja buvo gvildinama paraleliai kartu su parko idėjomis“

Geroji mineralinio vandens panaudojimo praktika	Kokiomis gerosiomis praktikomis rėmėtės, planuodami mineralinio vandens panaudojimo galimybes?	<i>E7<...> “pati tyriau rinką”; aplankiau ne vieną sanatoriją Baltarusijoje, Rusijoje, Vokietijoje“ E8<...> “ parko idėjos autoriai apkeliaavo labai daug šalių ir sėmėsi patirties iš panašių objektų“ E8<...> “ Pradžia buvo nelabai sklandi, nebuvo rimtos komandos, nebuvo aiškios strategijos, bet paskui viskas išsigrynino, susirinkome labai stiprią komandą, ir viskas šoko į viršų“</i>
Geroji mineralinio vandens panaudojimo praktika	Su kokiais sunkumais susidūrėte- teisiniais, techniniais?	<i>E7<...>” teisinių sunkumų nebuvo, įmonė, rengusi gręžinį, visus leidimus derino pati “; „apskaičiavome, jog mūsų poreikiams reikia 20g/l vandens druskingumo“; “įmonė apskaičiavo, jog reikės gręžti apie 500 m.“; “pradėjus gręžti gręžinį, pasiekus apie 400 m. gylį, buvo pasiektas sluoksniš, kurio nebuvo galima gręžti“; “ toks gylis mums buvo netinkamas“; “po svarstymų buvo priimtas sprendimas maždaug už 6 m. gręžti antrą gręžinį, o pirmasis buvo visiškai užverstas“ E8<...>” didelių sunkumų nebuvo”</i>
Geroji mineralinio vandens panaudojimo praktika	Ar eksploatuojant gręžinį iškilo nenumatytų sunkumų? Galbūt dabar darytumėte kitokius sprendimus	<i>E7<...> “kitų sunkumų kol kas nebuvo“ E8<...> “ ne, jokių sunkumų neiškilo“</i>
Geroji mineralinio vandens panaudojimo praktika	Jūsų apskaičiavimais, kada atsipirks investicijos į gręžinį?	<i>E7<...> “ tačiau mes jo nepardavinėjame“; “ mineralinis vanduo teikia pridėtinę vertę, bet ne pelną“; “visos mūsų investicijos sudarė apie 8 mln. eurų, pats gręžinys - apie 160 tūkst. Eurų“ E8<...> “komercinė paslaptis“</i>
Geroji mineralinio vandens panaudojimo praktika	Kokią matote mineralinio vandens naudą Jūsų įmonei?	<i>E7<...> “ gydymas pritrauks daugiau klientų“ E8<...> “ nauda didžiulė“; “ žmonės žino apie mineralinio vandens naudą“</i>
Geroji mineralinio vandens panaudojimo praktika	Galbūt turite plėtos planų, susijusių su mineralinio vandens panaudojimu?	<i>E7 “šiuo metu neturime“ E8<...> “visada turime, tačiau jie susiję ne vien su mineralinio vandens panaudojimu“; “ketiname statyti dar vieną viešbučio korpusą su 300 kambarių“; “„automatiškai bus išplėstas SPA paslaugų spektras“</i>
Geroji mineralinio vandens panaudojimo praktika	Kaip sprendžiate panaudoto vandens nuotekų šalinimo klausimą?	<i>E7<...> “pasirašyta sutartis dėl nuotekų priėmimo su UAB”Palangos vandenys“ E8<...> “patikslinsiu“</i>
Geroji mineralinio vandens panaudojimo praktika	Kaip manote, ar naujų objektų, naudojančių mineralinį vandenį,	<i>E7<...> “naujų objektų atsiradimas padės pritraukti klientų. Ir ne tik į Palangą, į</i>

praktika	atsiradimas paskatintų konkurenciją ar bendradarbiavimą?	<i>Gradiali, bet ir į visą regioną; "idėja statyti kempingą su geoterminiu vandeniu yra labai įdomi ir sveikintina"; "apsilankyti šalyse, kurios turi tokios patirties Vengrijoje, Islandijoje, Čekijoje - ir mokytis iš geriausių"</i> E8 <...> "neįsivaizduoju, reiktų matyti patį projektą"; "pas mus yra medicininė paslauga"; "manau, kad tokio paslaugų spektro kempingas tikrai niekada nepasiūlys"; "bet esame atviri pasiūlymams"
Geroji mineralinio vandens panaudojimo praktika	Gal turite pasiūlymų, kaip dar būtų galima panaudoti mineralinį giluminį vandenį?	E7 <...>... E8 <...> "akivaizdu, kad reikės plėsti paslaugas - vien vandens neužteks. Tai galėtų būti SPA procedūros ar gydomosios procedūros su vandeniu"; „bet kurio objekto sėkmė labai didelė dalim priklauso nuo komandos“; „pardavimai, rinkodara, komunikacija“

Sudarė A. Slaboševičienė remdamasi metodiniais nurodymais bei respondentų atsakymais

Išanalizavus ekspertų atsakymus į klausimą, kurio tikslas buvo išanalizuoti gerąją geoterminio mineralinio vandens panaudojimo praktiką teigtina, jog abu ekspertai patvirtina, jog giluminio vandens panaudojimas padidina konkurencingumą ir pritraukia lankytojų srautus. Informantai pabrėžia gerosios patirties svarbą: **E7**<...> "pati tyriau rinką"; "aplinkiau ne vieną sanatoriją Baltarusijoje, Rusijoje, Vokietijoje". Informantas Nr. **E8**<...> "parko idėjos autoriai apkeliavo labai daug šalių ir sėmėsi patirties iš panašių objektų". Informantas **E8** teigia, kad <...> "Pradžia buvo nelabai sklandi, nebuvo rimtos komandos, nebuvo aiškios strategijos, bet paskui viskas išsigrynino, susirinkome labai stiprią komandą, ir viskas šoko į viršų". Abu Informantai mato didelę geoterminio vandens naudą **E7**<...> "gydymas pritrauks daugiau klientų"; **E8**<...> "nauda didžiulė"; "žmonės žino apie mineralinio vandens naudą". Į klausimą ar naujai atidarytas kempingas būtų jiems konkurentas, Informantas **E7** atsakė, jog priešingai, nauji objektai tik pritrauks daugiau lankytojų: <...> "naujų objektų atsiradimas padės pritraukti klientų. Ir ne tik į Palangą, į Gradiali, bet ir į visą regioną; "idėja statyti kempingą su geoterminiu vandeniu yra labai įdomi ir sveikintina"; "apsilankyti šalyse, kurios turi tokios patirties Vengrijoje, Islandijoje, Nehgalima tei Čekijoje - ir mokytis iš geriausių" **E8**<...> "neįsivaizduoju, reiktų matyti patį projektą"; "pas mus yra medicininė paslauga"; "manau, kad tokio paslaugų spektro kempingas tikrai niekada nepasiūlys"; "bet esame atviri pasiūlymams".

Įvertinus gautus apklausos duomenis, darytina išvada, jog geoterminio mineralinio vandens panaudojimas skatina įmonės konkurencingumą. Nuo idėjos iki išpildymo giluminio gręžinio darbai užtruko apie 3 metus, todėl reikia pasiruošti, kad gręžinys nebus išgręžtas labai greitai. Informantai siūlo pirmiausia pavažinėti po pasaulį ir pasisemti naujų idėjų kaip panaudoti giluminį vandenį. Ekspertai neabejoja, jog geoterminio mineralinio vandens panaudojimas kempingo plėtrai padidintų jo konkurencingumą, į visą regioną pritrauktų daugiau turistų. Su teisiniais sunkumais įstaigos nesusidūrė, tačiau vienai iš jų buvo kilę techninių problemų. Tinkamai pasirinktas paslaugos teikėjas problemą išsprendė. Prieš gręžiant gręžinį reikia žinoti kokios mineralizacijos vandens reikia, kam jis bus naudojamas

Tyrimo sritis - inovacijos turizme

Tikslas – išsiaiškinti inovacijų svarbą turizme, ypač kempingų versle.

Probleminis klausimas - inovatyvaus kempingo atsiradimo galimybės.

Pastačius tiesiog kempingą Šventojoje tikėtina nedidelė sėkmė. Tačiau pritaikius inovatyvius sprendimus - praplečiant kempingą geoterminio mineralinio vandens panaudojimo galimybe, Šventosios kempingas gali tapti labai populiariu. Buvo apklausti 2 šios srities ekspertai.

1 ekspertas dirba verslo konsultacijų įmonėje GO GET Consulting generaliniu direktoriumi (CEO), Luxemburge. Ekspertas studijavęs Regioninės ekonomikos vadybą, parašęs ne vieną mokslinį darbą, gilinasi į inovacijas turizme ir konkrečiai kempinguose, jam suteikta koduotė **E9**.

Antrasis informantas - Pietų Danijos universiteto dėstytoja, profesorė. Pagrindinė tyrimų sritis- turizmo inovacijos. Ekspertė yra pagrindinė visų rastų straipsnių apie turizmo inovacijas autorė, šiame darbe taip pat nagrinėjama keletas jos straipsnių, tame tarpe pagrindinis koncepto straipsnis“ Inovacijos asmens gerovės turizmo srityje Šiaurės šalyse “(“Innovations in well-being tourism in the Nordic Countries “, 2012)

Tyrimo sritis	Interviu klausimų, atitinkančių tyrimo klausimą, formuluotės	Iliustruojantys teiginiai
Inovacijos turizme	Esate turizmo naujovių specialistas, ką galėtumėte pasiūlyti verslininkui, kuris artimiausiu metu planuoja atidaryti kempingą? Kaip jis galėtų pritraukti klientų, būti išskirtinis, ypač esant dabartinei	E9 <...> “mano nuomone, šiuo metu yra 4 pagrindiniai pokyčių veiksniai / iššūkiai, į kuriuos turizmo verslas (ir kempingai) turi rasti atsakymus, kuriuose gali rasti savo naujovių galią ir USP’s (unikalus pardavimo pasiūlymas): 1) Klimato pokyčiai 2) Skaitmeninimas ir dabar 3) COVID-19 pandemijos reikalavimai,

	turizmo situacijai?	<p><i>netikėtai ir priverstinai pritaikius turizmo įmonių verslo modelius. 4) Kvalifikuotų darbuotojų trūkumas“;”kempingai galėtų labiau pabrėžti savo gastronomijos ir laisvalaikio pasiūlos galimybes vietinėms rinkoms ir sukurti naujas apgyvendinimo, poilsio namų ir ilgalaikio apgyvendinimo pasiūlymų formas atvykstamajam turizmui“</i></p> <p>E10<...> “ <i>kempingų verslas, mano nuomone, yra „subrendęs“ verslo tipas, einantis į sąstingį. Turėtumėte labai gerai apsvarstyti koncepciją“</i></p>
Inovacijos turizme	Savo darbe nagrinėju galimybę pastatyti kempingą su mineralinio geoterminio vandens baseiniais nameliuose. Ar turite minčių, kaip galėtume išplėsti paslaugas šioje stovyklavietėje?	<p>E9<...>“ <i>iš esmės jūs norite pateikti sveikatingumo pasiūlymą, taigi - ir sveikatą, atsipalaidavimą ir poilsį“;”šis pasiūlymas yra labiau linkęs pritraukti porų ir senjorų klientų ratą, nei šeimos, ypač jei norite jį pasiūlyti privačiai ir individualiai kotedžų viduje“;” šį pasiūlymą galėtumėte patvirtinti pateikdami tvirtą į sveikatą ir poilsį orientuotą pasiūlymą: odos procedūras, jogą, mitybos patarimus, mažai angliavandenių turinčių patiekalų ar veganų restoraną, masažą ir kt.“;”turint vietos geotermine energiją, jums gali pasisekti patenkinti jūsų stovyklavietės energijos poreikius tvariu ir anglies dvideginio atžvilgiu neutraliu būdu. Tai bus labai naudinga išlaidų ir įvaizdžio atžvilgiu”</i></p> <p>E10<...>“<i>žinau, kad daugelyje šalių yra geoterminio vandens galimybių, tačiau, kiek suprantu, nėra kitų ypatingų vandens ypatybių, išskyrus tai, kad jis yra šiltas. Geotermiņ vandenį yra tausiai naudoti, nei kokį kitą. Jeigu šis vanduo yra turtingas mineralų ir pan., tada galima kalbėti apie sveikatinimo procedūras“; “pati idėja įdomi“</i></p>
Inovacijos turizme	Kurios svetingumo sektoriaus klientų grupės atkreipia jūsų kaip specialisto dėmesį?	<p>E9<...>” <i>nėra tikrai konkrečių klientų grupių, kurioms aš skiriu daugiausia dėmesio“;” daugiau galvoju apie tendencijas ar gyvenimo būdo nuostatas ir pasirinkimus“; “ ką aš stebiu, yra individualizuotas poreikis patirti tiek lankytinas vietas, tiek viešnagės vietas“;” „COVID-19 tikrai turės įtakos klientų atėities pasirinkimams: atostogos arčiau namų, kelionės automobiliu (ar kemperiu ar dviračiu), buvimas savitarnos nuomos namuose ir t.t., kadangi šiuo metu yra didžiulis saugumo ir jaukumo, mažiau prabangos, išskirtinumo ar savirealizacijos</i></p>

		poreikis“ E10 <...>” manau, kad kempingų klientas yra vidutinio amžiaus ir šeimos”
Inovacijos turizme	Jūsų nuomonė apie būsimas kempingų turizmo tendencijas – ko reikės įmonėms, kad jos taptų išskirtinės?	E9 <...> “aiški tapatybė, tikslas patirtis! Kas tu toks, dėl ko esi, koks jūsų požiūris, koks tavo stilius?;“turite pasiūlyti neprilygstamą patirtį“;“ Jūsų pasiūlymas turi atspindėti savo klientų gyvenimo būdą, dar geriau, kai galite jį pagerinti arba patobulinti“; „žiūrėti į savo klientų poreikius: ko jie tikrai nori? Kaip aptarnauti šį konkretų klientą geriausiai?“ E10 <...> “teikės labai pasistengti. Pasaulio lygiu šis planas nėra niekuo ypatingas, nors įmanomas. Tačiau Jūsų šalyje, jei nėra tokio objekto, manau būtų populiarus“.

Sudarė A. Slaboševičienė remdamasi metodiniais nurodymais bei respondentų atsakymais

Išanalizavus inovacijų specialistų interviu teigtina, jog kempingo su geoterminio mineralinio vandens panaudojimo galimybe ekspertai vertina teigiamai. Informantas **E9** teigia, jog “;”kempingai galėtų labiau pabrėžti savo gastronomijos ir laisvalaikio pasiūlos galimybes vietinėms rinkoms ir sukurti naujas apgyvendinimo, poilsio namų ir ilgalaikio apgyvendinimo pasiūlymų formas atvykstamajam turizmui“. Informantas **E10** pritaria galimybei, tačiau duoda patarimą išgryninti idėją <...>“ kempingų verslas, mano nuomone, yra „subrendęs“ verslo tipas, einantis į sąstingį. Turėtumėte labai gerai apsvarstyti koncepciją“. Informantas **E9** siūlo būsimajame kempinge papildomai teikti paslaugas <...> odos procedūras, jogą, mitybos patarimus, mažai angliavandenių turinčių patiekalų ar veganų restoraną, masažą ir kt.”;” turint vietos geoterminę energiją, jums gali pasisekti patenkinti jūsų stovyklavietės energijos poreikius tvariu ir anglies dvideginio atžvilgiu neutraliu būdu. Tai bus labai naudinga išlaidų ir įvaizdžio atžvilgiu” Informantas **E10** siūlo pagalvoti apie sveikatinimo paslaugas<...> tada galima kalbėti apie sveikatinimo procedūras “; “pati idėja įdomi“. Būsimiems kempingams siūlo būti originaliems <...> “aiški tapatybė, tikslas patirtis! Kas tu toks, dėl ko esi, koks jūsų požiūris, koks tavo stilius?;“turite pasiūlyti neprilygstamą patirtį“;“ Jūsų pasiūlymas turi atspindėti savo klientų gyvenimo būdą, dar geriau, kai galite jį pagerinti arba patobulinti“; „žiūrėti į savo klientų poreikius: ko jie tikrai nori? Kaip aptarnauti šį konkretų klientą geriausiai?“Informantas **E10** mano, jog mūsų šaliai toks objektas būtų inovatyvus<...> “reikės

labai pasistengti. Pasaulio lygiu šis planas nėra niekuo ypatingas, nors įmanomas. Tačiau Jūsų šalyje, jei nėra tokio objekto, manau būtų populiarus “.

Įvertinus gautus apklausos duomenis, darytina išvada, jog statyti kempingą su galimybe naudoti geoterminį mineralinį vandenį, ekspertų nuomone yra teisingas sprendimas. Ypač paskutiniu metu visiems svarbu būti ekologiškiems, o kempingai kaip niekas kitas yra tvarūs. Tačiau reikėtų labai gerai apsvarstyti konceptą. Ekspertai siūlo teikti sveikatinimo paslaugas, orientuotis į paslaugas, kurios aktualios klientams.

III. ŠVENTOSIOS KEMPINGO PLĖTROS TYRIMO REZULTATAI IR ANALIZĖ

3.1. Šventosios kempingo plėtros panaudojant geoterminį mineralinį vandenį modelis

STIPRYBĖS	SILPNYBĖS
<ul style="list-style-type: none"> • Patraukli kurorto gamtinė aplinka; • Arti jūros; • Atkuriamas Šventosios uostas; • Patogi geografinė padėtis; • Dideli laisvos žemės plotai; • Kempingų įrengimui keliami reikalavimai yra aiškiai apibrėžti; • Kempingų plėtra numatyta nacionaliniuose ir vietiniuose turizmo plėtros dokumentuose; • Oficialus, klasifikuotas kempingas; • Yra giluminių gręžinių gerosios praktikos; • Didelis poilsiautojų srautas vasaros metu; • Naujų darbo vietų sukūrimas 	<ul style="list-style-type: none"> • Šventosios galimybės mažai išnaudojamos turizmo plėtrai; • Nepakankamai išvystyta kurorto infrastruktūra; • Ribota gamtinė erdvė; • Aukšti pradiniai geoterminio gręžinio įrengimo kaštai; • Didelis kurorto sezoniškumas; • Apribojimai giluminio gręžinio vietai; • Nėra senų giluminių gręžinių, kuriuos galima būtų panaudoti;
GALIMYBĖS	GRĖSMĖS
<ul style="list-style-type: none"> • Geoterminio mineralinio vandens panaudojimas; • Giluminio vandens panaudojimo galimybių plėtra užfiksuota nacionaliniuose planavimo dokumentuose; • Nuotakas priims išvalyti UAB „Palangos vandenys“ • Perteklinis geoterminis vanduo panaudojamas kempingo šildymui; • Tvaraus turizmo idėjos leis pritraukti daugiau klientų; • Papildomų paslaugų teikimas; • Procesų skaitmeninimas; • Vietinio turizmo skatinimas 	<ul style="list-style-type: none"> • Valstybinės žemės leidimas statybai; • Geologijos tarnyba neišduos leidimo žvalgybiniam gręžiniui; • Gręžinio kaina gali išaugti; • Dėl didelio druskingumas išsaugys nuotekų paėmimo kainą; • Kvalifikuoto personalo trūkumas; • Konkurencingumas su vietos neoficialiais kempingais; • Dėl Šventojoje susiformavusios namukų ir pigios nakvynės tradicijos gali būti sunku pritraukti turistų; • Dideli nuotekų kiekiai išaugins valymo kaštus

2 lentelė Šventosios kempingo plėtros panaudojant geoterminį mineralinį vandenį SSGG analizė

Šaltinis: sudaryta autorės

Remiantis atlikta mokslinės literatūros, dokumentų, statistine analize, Šiaurės Europos kempingų rinkos analize bei pusiau struktūrizuoto interviu interpretacija ir turinio analize (angl. k. Content), sudarytas Šventosios kempingo plėtros panaudojant geoterminį mineralinį vandenį modelis.

Kadangi planuojamas visiškai naujas, neturintis analogo Lietuvoje ir net Baltijos šalyse objektas, darbe išnagrinėta teorinė tokio objekto galimybė ir būtinybė. Apžvelgus kempingų pasiūlos ir paklausos šiuolaikinius ypatumus, teigtina, jog Lietuvoje kempingų populiarumas auga. Daugiausia kempingai išsidėstę Rytų ir Pietų Lietuvos regione bei pamyryje ir pajūryje. Palanga (Šventoji) priklauso Vakarų Lietuvos regionui. Teoriškai apibrėžus Vakarų Lietuvos regiono sampratą, Vakarų Lietuvos regionui priskirtos trys apskritys: Klaipėdos su Klaipėdos miesto ir Klaipėdos rajono, Kretingos, Neringos, Palangos, Skuodo, Šilutės rajono savivaldybėmis, Telšių apskritis su Mažeikių, Plungės, Rietavo, Telšių savivaldybėmis ir kaip trečia apskritis, kuri save identifikuoja kaip šiuolaikinį Baltijos erdvinės struktūros upinį ir sausumos tiltą turizmo, ekonominiams bei kultūriniais mainams tarp Rytų-Vakarų ir Šiaurės-Pietų, - Tauragės apskritis su Tauragės, Jurbarko, Pagėgių, Šilalės savivaldybėmis.

Svarbus aspektas, jog Lietuvoje kempingai yra privalomai klasifikuojami, nes yra priskiriami klasifikuojamosioms apgyvendinimo paslaugoms. Lietuvos Respublikos turizmo įstatymo naujausioje redakcijoje (2019) apgyvendinimo paslaugos skirstomos į **klasifikuojamasias apgyvendinimo paslaugas**, kurias sudaro viešbučio, svečių namų, motelio, kempingo paslaugos ir **neklasifikuojamasias apgyvendinimo paslaugas**, kurias sudaro apartamentų komplekso, kaimo turizmo, nakvynės ir pusryčių, nakvynės namų (angl. *hostel*), poilsio namų, turistinio laivo apgyvendinimo, turistinės stovyklos paslaugos. Kempingo paslaugos apibrėžiamos kaip „klasifikuojamosios apgyvendinimo paslaugos, teikiamos suplanuotoje aikštelėmis ir įrengtoje teritorijoje, kurioje turistai apgyvendinami palapinėse, priekabiniuose nameliuose (karavanuose), mobiliuosiuose ar stacionariuosiuose nameliuose ir (ar) kurioje yra vieta automobiliniam nameliui (kemperiui) statyti, yra sudarytos sąlygos higienos poreikiams tenkinti, transporto priemonėms statyti“. Kempingo apibrėžimas ir reikalavimai įvairiose šalyse yra skirtingi – labai panašiai apibūdinamas **kempingas** (camping) ir **turistinė stovyklavietė** (campsite).

Pažymėtina, jog Palangoje ir Šventojoje yra 4 įregistruotos turistinės stovyklavietės, tačiau jos neatitinka kempingams keliamų reikalavimų, negali suteikti visų reikiamų paslaugų, nėra konkurencingos. Lietuvoje neklasifikuojamų turistinių stovyklaviečių iš viso yra 129.

Norint pagrįsti kempingų populiarumą Lietuvoje, buvo išanalizuoti statistiniai 2015-2019 metų kempingų duomenys. Remiantis analize galima daryti išvadą, jog kempingai tampa vis populiarene svetingumo forma. Nakvynių skaičius juose bei apsistojančių vietinių turistų skaičius išaugo. Jei anksčiau kempinguose tradiciškai panašiai apsistodavo tiek lietuvių, tiek užsieniečių, tai pastaraisiais metais vis daugiau Lietuvos gyventojų atranda kempingą kaip

nebrangų apsisistojimo būdą. Tuo pačiu atlikta trijų pasirinktų Šiaurės Europos šalių – Latvijos, Estijos ir Islandijos kempingų paslaugų ir statistinė analizė taip pat parodo augantį kempingų populiarumą.

Lietuvoje šiuo metu yra 34 atitinkantys kokybės reikalavimus klasifikuoti kempingai, iš jų: 1 žvaigždutės kategorijos - 6, 2 žvaigždučių - 11, 3 žvaigždučių kategorijos - 11, 4 žvaigždučių - 6 kempingai, 5 žvaigždučių kategorijos kempingų nėra. Pusė (50 proc.) visų Lietuvoje esančių kempingų priklauso aukštesnės – 4 ir 3 žvaigždučių - klasės kategorijai, pusė yra žemesnės klasės kempingai, kurie priklauso 1 ir 2 žvaigždučių kategorijai. Remiantis Valstybinės vartotojų teisių tarnybos (toliau - VVTAT) duomenimis, 2019 metų pabaigoje bendras numerių skaičius Lietuvos kempinguose buvo 999, iš viso įrengtos 3163 vietos. Kaip skelbia Lietuvos kempingų asociacijos internetinis puslapis, 29 kempingai priklauso asociacijai.

Aukštus kempingų paslaugų kokybės standartus apibrėžia ir palaiko nacionaliniai kokybės standartų reikalavimai. Standartai paprastai apibrėžia 5 pagrindinius reikalavimus: 1) higiena, švara, estetika, saugumas (komfortas), 2) aktyvus laisvalaikis lauke (fizinė veikla, sportas, fitnesas, joga), 3) aukšta aptarnavimo kokybė (servisas), 4) turistinės atrakcijos ir objektai (pažinimas), 5) įvairių renginių programa (socialumas). Šiuolaikinius kempingus būtų galima suskirstyti į 4 pagrindinius tipus:

- ✓ Turistiniai parkai, siūlantys apgyvendinimo paslaugų įvairovę (palapinės, karavanai, mobilūs nameliai, šale/bungalo, kempingai-kajutės ir kt.). Dažnai turistiniai parkai išsidėstę poilsio parkuose ir be apgyvendinimo paslaugų, siūlo plačias aktyvaus poilsio ir pramogų galimybes.
- ✓ Kempingai - kurortai, kurie teikia aukštesnio lygio paslaugas, paprastai yra išsidėstę rekreacinėse zonose, turinčiose gydomąjį poveikį (gydomasis purvas, mineraliniai vandenys ir t.t.), pritraukiančius ženklus turistų srautus.
- ✓ Keliavimo parkai, teikiantys pakelės serviso paslaugas, išsidėstę netoli automobilių trąsų, ir siūlo trumpalaikio poilsio ir pilno buitinio aptarnavimo paslaugas. Iš esmės tai eko- moteliai.
- ✓ Įvykių kempingai, siūlantys palapinių miestelio paslaugas švenčių, įvykių metu.

Tačiau vien pastačius kempingą nėra garantijos, jog kempingas bus populiarus ir konkurencingas, todėl siūloma pasinaudoti Palangoje (Šventojoje) slypinčiais žemės gelmių turtais - geoterminiu mineraliniu vandeniu. Lietuvoje natūraliai trykstančių mineralinio

geoterminio vandens telkinių nėra. Šiuos unikalius žemės gelmių išteklius galima pasiekti bei išskelti tik pasinaudojus techninėmis priemonėmis.

R. Olšauskaitė-Urbonienė, E. Jurkus, P. Grecevičius (2013) teigia, jog Vakarų Lietuvos regione, kuriam priklauso Palanga (Šventoji) glūdi unikali gamtos vertybė – Vakarų Lietuvos geoterminio vandens anomalija. Autoriai, atlikę geoterminio vandens naudojimo rekreacijos ir turizmo paslaugoms vystyti privalumų ir trūkumų analizę priėjo išvados, kad Palangoje tinkamiausias sprendimas yra naudoti geoterminio vandens išteklius iš apatinio devono (Pernu-Kemerių) sluoksnio, kur vandens temperatūra (31°C) tinkama daugumai sveikatinimo paslaugų, druskingumas (43 g/l) optimalus sveikatinimo paslaugoms bei papildomoms paslaugoms teikti, o iš vieno gręžinio galimas išgauti vandens kiekis (240 m³ /val). Palangos miesto teritorija patenka į šio sluoksnio perspektyvų plotą.

Teorinė dokumentų, mokslinės literatūros ir statistikos analizė išryškino augantį kempingų populiarumą tiek Lietuvoje, tiek kitose Europos šalyse. Toliau pagrindžiant kempingo Šventojoje plėtrą, atliktas Vakarų Lietuvos kempingų paslaugų vartotojų vertinimo pagal atsiliepimus, pateiktus internetinėse svetainėse, empirinis tyrimas. Nubraižytas Lietuvos kempingų geografinės sklaidos žemėlapis patvirtino teorinį teiginį, jog kempingai Lietuvoje daugiausiai išsidėstę Pietų ir Rytų ir Vakarų Lietuvos regionuose.

Šiame dabe nagrinėjama galimybė kurti kempingą Šventojoje, kuri priklauso Vakarų Lietuvos regionui, todėl buvo nagrinėti 8 čia esantys klasifikuoti kempingai – keturių žvaigždučių kategorijai priklausantys Jūros kempingas (Klaipėda), Drevernos kempingas (Klaipėdos raj.), Palangos kempingas Compensa (Palanga), trijų žvaigždučių kategorijai priskirti Nidos kempingas*** (Neringa), Ventainė*** (Šilutės raj.) ir dviejų žvaigždučių kategorijos kempingai Medaus slėnis (Jurbarkas) bei Žemsodis** (Plungės raj.).

Surinkti Vakarų Lietuvos kempingų vartotojų atsiliepimai iš internetinių svetainių Tripadvisor, Booking, Google ir apdoroti KH CODER parodė, jog pagal gautus klasterius aiškiai išsiskiria 4 kempingų pasiskirstymo Vakarų Lietuvoje vietovės/regionai: Pamarys, Pajūrys, Medaus slėnis ir Žemsodis. Išskirti 5 kriterijai, kurie minimi vartotojų atsiliepimuose kaip svarbiausi, apibūdinant ir pasirenkant kempingą: 1) *Ypatinga vieta*, 2) *Gamtiniai ištekliai*, 3) *Personalas*, 4) *Paslaugos*, 5) *Ypatingi objektai*.

Atsižvelgiant į tyrimo rezultatus, išryškėja vartotojų požiūriu „idealaus“ kempingo bruožai. Vartotojams labai svarbi vieta - daugiausia vartotojų atsiliepimų surinko Pamarys, kuriam priskiriami Drevernos ir Ventainės kempingai. Jis atsiliepimuose išsiskiria tuo, kad yra įsikūręs prie Kuršių Nerijos, dominuoja Drevernos uostas. Ne mažiau svarbus kriterijus-

gamtiniai ištekliai, čia išskiriamas Pajūris, kuriam priklauso Palangos, Klaipėdos, Neringos, Klaipėdos rajono kempingai. Vartotojai mini itin gražius pušynus, jūros artumą, plačius ir švarius paplūdimius. Kaip labai svarbų kriterijų vartotojai mini personalą – čia išsiskiria pajūris, kuriame pabrėžiama personalo gausa, paslaugumas, aptarnavimo lygis. Vartotojų atsiliepimuose už labai gerą informacijos pateikimą išskiriamas pamarys, turistai patenkinti tiekiamo maisto kokybe bei gausa, pritaikymu šeimoms, veikiančiais muziejais, siūloma kultūrinė veikla. Pagal ypatingų objektų kriterijų daugiausia palankių vertinimų sulaukė pamarys, kuriame minimi Drevernos uostas, apžvalgos bokštas, keltai į Juodkrantę, Nidą, Parnidžio kopa Nidoje, Raganų kalnas Juodkrantėje.

Išanalizavus Vakarų Lietuvos kempingų paslaugų vartotojų atsiliepimus teigtina, jog vartotojai kaip labai patrauklius išskiria kempingus, kurie įsikūrę pajūryje arba pamaryje, netoli įdomių lankytinų objektų, turtingų gamtiniais ištekliais, galinčiais pasiūlyti aukštą aptarnavimo lygį, bei siūlančiais papildomų paslaugų.

Tačiau planuojant visiškai naujo objekto steigimą bei sėkmingą paslaugų plėtrą, neturint pakankamai patirties, vien vartotojų nuomonės neužtenka, reikalinga išorinė nuomonė, todėl kreiptasi į ekspertus, kurie patvirtintų arba paneigtų Šventosios kempingo panaudojant geoterminį mineralinį vandenį plėtrą. Planuojams naujas, daugialypis objektas, todėl išskiriamos sritys, kurių ekspertų nuomonės reiktų: **1) gerosios kempingų praktikos**- tikslas- ištirti svarbiausius kriterijus, lemiančius sėkmingą kempingų veiklą. Ekspertai patvirtina, jog kempingų turizmas pasaulyje populiarėja, o naujo objekto Šventojoje atsiradimas padėtų pakelti turistavimo šiame regione lygį. Įvertinus konkurencinę aplinką, investicijų atsiperkamumą, atlikus Šventosios vartotojo portreto tyrimą, patartina išgryninti kempingo konceptą. Mineralinio geoterminio vandens panaudojimas neabejotinai padidintų kempingo konkurencingumą, jį būtų galima reklamuoti sutelkiant dėmesį į sveikatą. Reikia pagalvoti apie papildomas paslaugas ir pramogas, kvalifikuotą personalą, suteikiančią vartotojams aukščiausio lygio aptarnavimo paslaugas. Pabrėžiama kempingo identiteto svarba, nacionalinio paveldo, tradicijų svarba. **2) geoterminio mineralinio vandens Šventojoje panaudojimo galimybės**. Eksperto nuomone, Vakarų Lietuvos regiono žemės gelmėse glūdintis giluminis vanduo yra tinkamas naudoti rekreaciniams tikslams, o Šventoji turi puikias galimybes panaudoti geoterminį mineralinį vandenį tiek rekreacijai, tiek geoterminiam šildymui. Nors Šventojoje nėra senų gręžinių, kuriuos būtų galima atgavinti ir sumažinti įrengimo kaštus, tikėtina, jog tobulėjant technologijoms, gręžinio kaina atpigs. **3) Nemirsetos kempingo geroji patirtis**- naujasis objektas galėtų pasiremti tik prieš keletą metų atidaryto sėkmingai veikiančio kempingo patirtimi. Ekspertė patvirtina, jog teisingai parinkta vieta kempingui gali nulemti jo sėkmę. Patraukliausia

vieta būtų netoli jūros, būtų galima siūlyti apsigyventi išskirtinio dizaino nameliuose. Taip pat praplėsti pagrindines paslaugas.4) **giluminio mineralinio vandens nuotekų valymo ypatumų**-kadangi naudojant geoterminį mineralinį vandenį reikės pasirūpinti nuotekomis, ekspertas patvirtina, jog nuotekas priimti valyti galėtų UAB“Palangos vandenys“, nes jau turi praktikos priimant mineralinio vandens nuotekas iš kitų Palangoje esančių objektų. Taip pat pasiūlyta apsvarstyti galimybę nuotekas tvarkyti pačiam objektui, nes tai būtų įmanoma.5) **gerosios mineralinio vandens panaudojimo praktikos** - kadangi Palangoje jau yra 2 įmonės, turinčios savo mineralinio vandens gręžinius, kreiptasi į ekspertus dėl jų patirties eksploatuojant mineralinius vandenius. Ekspertų tvirtinimu, prieš gręžiant gręžinį, reikia atlikti tyrimus, nustatyti kokio gylio ir kokio druskingumo vandens reikės, kam jis bus naudojamas. Pasirinkti patikimą paslaugos teikėją, žinoti kokios papildomos paslaugos bus siūlomos klientams, siūlyti SPA procedūras ir gydomąsias procedūras su vandeniu. Surinkti stiprią komandą, pagalvoti apie pardavimus, rinkodarą ir komunikaciją.6) **Inovacijos turizme**-ekspertų nuomonė svarbi, nes kuriamss naujas, inovatyvus produktas, norint įsitikinti ar jis tikrai gali būti populiarus. Ekspertai pabrėžia ekologiško, tvaraus kempingo koncepto pranašumą, skaitmeninių sprendimų būtinybę. Siūloma pabrėžti savo gastronomijos ir laisvalaikio pasiūlos galimybes vietinėms rinkoms ir sukurti naujas apgyvendinimo, poilsio namų ir ilgalaikio apgyvendinimo pasiūlymo formas atvykstamajam turizmui, teikti į sveikatą ir poilsį orientuotus pasiūlymus: jogą, mitybos patarimus, mažai angliavandenių turinčių patiekalų ar veganų restoranus, masažus ir kt. Turėti savo tapatybę, atspindėti savo klientų gyvenimo būdą, jį pagerinti arba patobulinti.

Apibendrinus ekspertines nuomones galima daryti išvadą, jog ekspertai patvirtina Šventosios kempingo plėtros panaudojant geoterminį mineralinį vandenį galimybę. Remiantis teorine analize ir empiriniais tyrimais, pasiūlytas Šventosios kempingo plėtros panaudojant geoterminį mineralinį vandenį modelis.

IŠVADOS IR REKOMENDACIJOS

Šiame magistriniame darbe buvo siekiama atskleisti Šventosios kempingo plėtros panaudojant geoterminį mineralinį vandenį galimybes. Atlikus mokslinės literatūros, teisės aktų ir statistinę kempingų analizę nustatyta:

1. Kempingai tampa vis populiarese svetingumo forma. Per pastaruosius penkerius metus Lietuvoje kempingų skaičius išaugo 2, lankytojų taip pat beveik 2 kartus. Šiuo metu Lietuvoje yra 34 kempingai, Vakarų Lietuvos regione - 8, Lietuvos vartotojų teisių apsaugos tarnybos vertinami penkių žvaigždučių vertinimo skale nuo žemiausios iki aukščiausios. Didelis rekreacinis šalies potencialas, kempingų, kaip apgyvendinimo įstaigų populiarumas turistų atžvilgiu, pagrindžia kempingų infrastruktūros plėtros aktualumą. Lietuvoje apgyvendinimo paslaugų veikla yra licencijuojama. Visos vartotojams teikiamos apgyvendinimo paslaugos privalo būti klasifikuojamos arba registruojamos. Siekiant informuoti turistus (paslaugų vartotojus) apie apgyvendinimo paslaugų kokybę bei sudaryti galimybę pasirinkti ir gauti pageidaujamo lygio paslaugas, nuo 2018 m. vasaros kempingai pradėti klasifikuoti pagal skandinavišką modelį 5 žvaigždučių klasifikavimo sistema. Žemiausiai klasei suteikiama viena žvaigždutė, aukščiausiai – penkios. Kempingai atvykstančius poilsiautojus priima su palapinėmis, kemperiais ar turistinėmis priekabomis, taip pat dažnai siūlo ir savo namelius apsistojimui. Išskiriami trys pagrindiniai kempingų tipai: atostogų parkai, turistiniai parkai, kempingų parkai. Pagal pobūdį - galimas „laukinis“ arba organizuotas kempingas, pagal paskirtį - pritaikytas įvairioms socialinėms keliautojų grupėms, jų skirtingiems poreikiams. Lietuviai dažnai renkasi kempingus įvairiems renginiams. Kempingams populiarėjant, atsiranda naujų formų, tokių kaip glampingai (prabangūs glamūriniai kempingai). Jei anksčiau kempinguose tradiciškai panašiai apsistodavo tiek lietuvių, tiek užsieniečių, tai pastaraisiais metais vis daugiau Lietuvos gyventojų atranda kempingą kaip nebrangų apsistojimo būdą. Latvijos ir Estijos kempingai yra klasifikuojami, Islandijoje tik diegiama kokybės sistema. Visose šalyse kempingai yra populiarūs, o Islandijoje - tai jau tikras gyvenimo būdas. Savo klientą visi stengiasi privilioti išskirtinėmis paslaugomis ir pramogomis. Be abejo, niekas negali prilygti Islandijos kempingams su geoterminio vandens galimybėmis.

2. Norint išsiaiškinti turistų poreikius, reikia žinoti, kas verčia keliautojus

rinktis vieną ar kitą vietovę, vieną ar kitą apgyvendinimo tipą. Kempingų pasirinkimo motyvai tiek užsienyje, tiek Lietuvoje yra panašūs: patraukli apgyvendinimo kaina noras pabūti gamtoje, atsipūsti nuo įprastos rutinos, fiziškai ir psichologiškai atsiriboti nuo miestietiško gyvenimo būdo, laisvės ir atsipalaidavimo pojūtis, bendravimo ir socializacijos poreikis.

3. Terminiai vandenys sveikatinimui buvo naudojami jau Romos imperijos laikais. Vienas iš pagrindinių turizmo šaltinių, padedančių sudaryti įspūdingą aplinką, pripažintų naudingais sveikatai ir sveikatingumui, yra geoterminės srovės. Sveikatos ir sveikatingumo turizmas sudaro didelę viso pasaulio turizmo suvartojimo dalį, pradedant nuo karštų šaltinių naudojimo maudymuisi, laisvalaikiui ir poilsiui, mineralinio vandens naudojimo gydymo procedūrose, baigiant vandens procedūromis sveikatingumo ir grožio terapijos sektoriuje bei mineralinio vandens naudojimu gėrimo tikslais. Mineralinio, giluminio vandens išgavimui naudojami ir natūralūs atviri šaltiniai ir žmogaus rasti gręžiniai. Lietuvoje natūraliai trykštančių mineralinio geoterminio vandens telkinių nėra. Šiuos unikalius žemės gelmių išteklius galima pasiekti bei iškelti tik pasinaudojus techninėmis priemonėmis. Vakarų Lietuvos regione, kuriam priklauso Palanga (Šventoji) glūdi unikali gamtos vertybė – Vakarų Lietuvos geoterminio vandens anomalija.

4. Norint pritraukti daugiau turistų, vystyti infrastruktūrą, atgaivinti rekreacines zonas reikia naujų idėjų. Turizmo įmonės pačios gali ir nebūti išradėjomis, tačiau jos gali labai greitai pasinaudoti naujų idėjų ir žinių rezultatais. Pirminės inovacijos turizmo sektoriuje sietinos su įvairių techninių išteklių pritaikymu teikti turizmo paslaugas. Kempingų valdymas Europoje susiduria su iššūkiais pasirenkant stabilios ateities plėtros strategijas. Nauji novatoriški kempingų produktai ir paslaugos galėtų sukurti naują kempingų paklausą. Tokiu būdu šalys, neturinčios išteklių bazės plėtoti vadinamąjį „masinį turizmą“, siūlo alternatyvius turizmo produktus, tokius kaip terminių vonių arba karštųjų versmių turizmas.

5. Atliktas Vakarų Lietuvos kempingų paslaugų vartotojų atsiliepimų empirinis tyrimas leido nustatyti, jog populiausi kempingai yra įsikūrę pajūryje ir pamaryje. Vartotojams labai svarbūs tokie kempingų pasirinkimo kriterijai kaip ypatinga vieta, gamtiniai ištekliai, personalas, paslaugos, ypatingi objektai. Interviu su ekspertais patvirtino Šventosios kempingo plėtros galimybes panaudojant geoterminį mineralinį vandenį. Ekspertų nuomone, inovatyvus, ne tik Lietuvoje, bet ir Baltijos šalyse neturintis analogo kempingas padėtų spręsti Palangos kurorto sezoniškumo, naujų turizmo infrastruktūros objektų trūkumo problemas. Palanga (Šventoji), panaudodama savo žemės gelmių turtus, galėtų sukurti konkurencingą produktą.

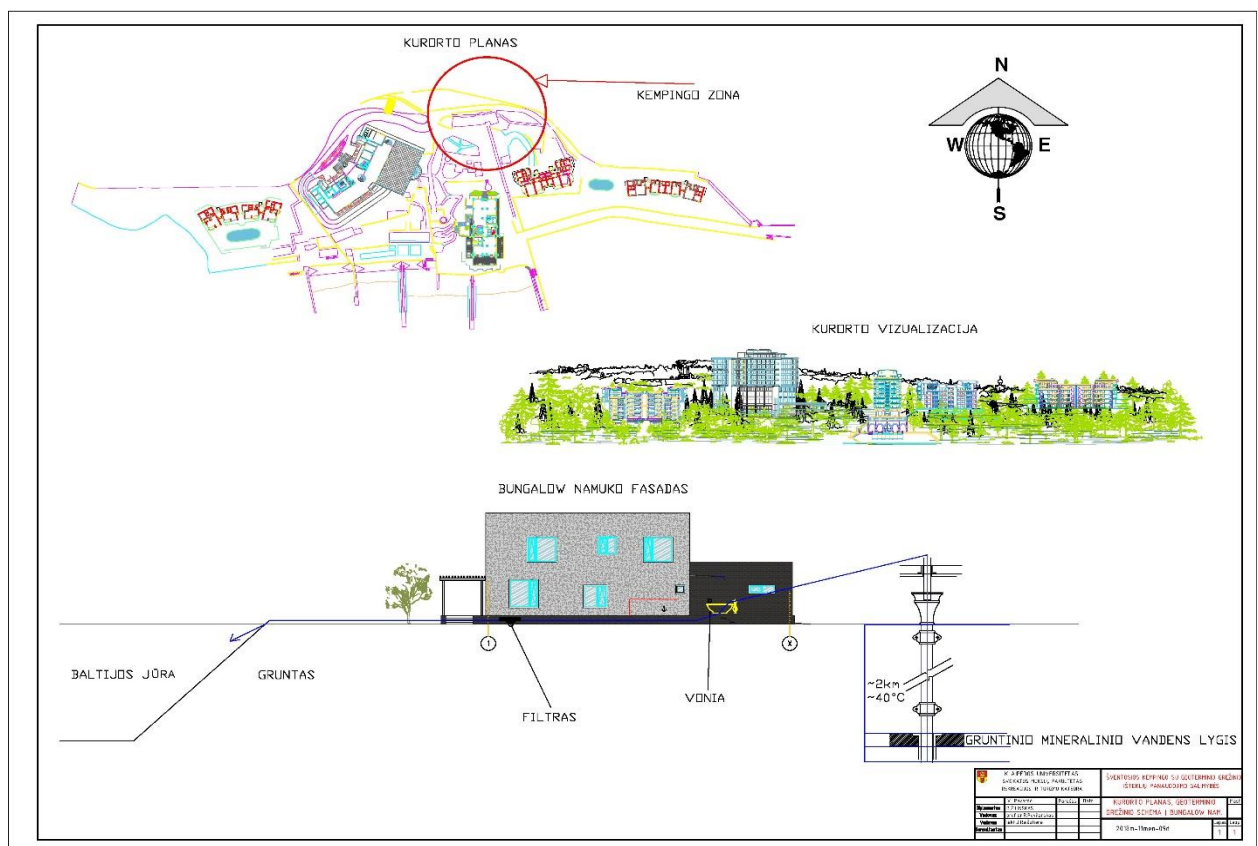
6. Pateikti pasiūlymai Šventojoje kurti kempingą su geoterminiu mineraliniu

vandeniui, orientuojantis į aukštesnės klasės, atitinkantį Europos standartus klasifikuojamą svetingumo objektą. Siūloma orientotis į vietinius ir užsienio vartotojus - vidutinių pajamų, jaunas šeimas ir vidutinio amžiaus poras. Palangos miesto savivaldybę kviesti suvienyti jėgas su privačiu verslu, statant šį objektą, taip padedant Palangos kurortui mažinti sezoniskumo įtaką bei pakelti turistavimą į aukštesnį lygį. Geoterminio mineralinio vandens panaudojimo galimybės gali būti praplėstos geoterminiam šildymui. Naujo, konkurencingo objekto atsiradimas suteiktų kurorto bendruomenę, skatintų bendradarbiauti bei kurti naujas darbo vietas.

Siekiant sėkmingai plėsti kempingų paslaugas Palangos kurorte, galima pateikti šias **rekomendacijas:**

1. Pasinaudojant Palangos kurorte esamais gamtos turtais sukurti naują, inovatyvų produktą. Kempingo unikalumas - nuosavas geoterminio vandens gręžinys. Galima akcentuoti geoterminio vandens naudą žmogaus organizmui.
2. Kempingo konkurencinis pranašumas - vienintelis oficialus ir klasifikuotas. Teorinėje dalyje atlikta analizė leidžia teigti, jog populiariausi yra aukštesnės klasės kempingai, todėl siūloma įrengti 4 žvaigždučių kempingą, kuriame būtų galima apsistoti tiek palapinėse, tiek kemperiuose, tiek nameliuose.
3. Vietinė bendruomenė bus suinteresuota šio objekto atsiradimu, nes jis panaikins sezoniskumo problemą ir sukurs naujų darbo vietų. Pritraukti klientai naudosis ir vietinių gyventojų paslaugomis.
4. Reklamuojant ir pritraukiant klientus siūloma naudoti tiek tradicines priemones- reklamą spaudoje, TV, radijuje, internetinėje erdvėje, socialiniuose tinkluose, tiek naujoviškesnius reklamos būdus tokius kaip influenceriai, nuomonės formuotojai ir pan.
5. Finasavimo šaltiniai- ieškoti verslo ir savivaldybės bendradarbiavimo galimybių, rašyti projektus.
6. Numatomi pajamų šaltiniai - apgyvendinimo mokestis, ne gyventojams tektų mokėti už naudojimąsi karštomis voniomis. Siūloma teikti maitinimo paslaugas, dviračių, šiaurietiško ėjimo lazdų, vandens pramogų inventorių, plažo reikmenų nuomos paslaugas, rengti ekskursijas.
7. Ankstyvieji numatomi kempingo paslaugų vartotojai – vietiniai ir aplinkinių miestų gyventojai, vėliau planuojami vartotojai - jaunos šeimos, vidutinio amžiaus poros, vietiniai ir užsienio turistai.

8. Siekti aukšto lygio klientų aptarnavimo – tiek vietoje, tiek internetu, konsultuojant, rezervuojant, užsakant paslaugas. Siūlyti platų ir aukšto lygio teikiamų paslaugų spektrą. Lojaliems klientams taikyti nuolaidų
9. Glaudžiai bendradarbiauti su verslo partneriais - turizmo informavijos centru, kurorto bendruomene.
10. Siūloma kurti kempingą ant jūros kranto, netoli uosto, mineralinio vandens nuotekas išleidžiant į jūrą. Tobulėjant technologijoms, ateityje tai gali būti įmanoma. Statyti bungalow tipo namelius, juose formuojant geoterminio mineralinio vandens baseinėlius.



16 pav. Šventosios kempingo su geoterminiu mineraliniu vandeniu modelis. Autoriai: B. Žilinskas, A.Slaboševičiė

LITERATŪRA

1. Armaitienė A. (2009) *Aiškinamasis turizmo terminų žodynas*. Vilnius: Mokslo ir enciklopedijų leidybos institutas. 167 p. ISBN 978-5-420-01644-2.
2. Autorių kolektyvas. 2016. *Turizmas. Plėtra, iššūkiai, perspektyvos*. Vadovėlis. Vilnius: VĮ Registrų centras.p.11 ISBN 978-9955-30-223-0 (spausdinta).
3. Ballantyne R., Moutinho L. and Rate S. *Consumer Behaviour in Tourism*. CAB *International*. 2018. Strategic Management in Tourism, 3rd edition (eds. L. Moutinho and A. Vargas Sanchez).
4. Brooker Ed. and Marion Joppe. *Developing a Tourism Innovation Typology: Leveraging Liminal Insights*. Journal of Travel Research.2014, Vol. 53(4) 500-508.
5. Brooker E. and Joppe.M (2013b). *Trends in camping and outdoor hospitality - man international review*. Journal of Outdoor Recreation and Tourism.
6. Burneika D. *Regioninė politika Lietuvoje*. Mokomoji knyga. Vlniaus Universitetas. 2013 ISBN 978-609-459-258-4
7. Kempingų ir karavanų klubas.[interaktyvus]. [žiūrėta 2019-11-29]. Prieiga per internetą: <https://www.campingandcaravanningclub.co.uk/>
8. Carlos Costa, Emese Panyik and Dimitrios Buhalis. 2014. *European Tourism Planning and Organisation Systems: The EU Member States*. Channel view publications. 131-146. ISBN-13:978-1-84541-433-7 (hbk).
9. Cheng-Fei-Lee.2020.*Understanding the Factors Determining the Attractiveness of Camping Tourism: A Hierarchical Approach*, Tourism Planning & Development, DOI: 10.1080/21568316.2020.1758761. <https://doi.org/10.1080/21568316.2020.1758761>
10. Cerović Z. *Innovative management of camping accommodation*. International scientific journal series social and humanitarian sciences. 338.48-52:796.54(4)
11. Cooper C., Fletcher J., Fyall A., Gilbert D., and Wanhill S. (2008) *Tourism principles and practice* (4 ed.) Harlow: Pearson Education Limited, p. 707.
12. Cooper E., Cooper M. *Health and Wellness Tourism: Spas and Hot Springs*, 2009. E-ISBN: 9781845411138.
13. Counts, D. A., & Counts, D. R. (2004). *Over the next hill: An ethnography of RVing seniors in North America* ((2nd ed.). Peterborough: Broadview Press.

14. Cvelic-Bonifacic J., Licul.I. *Transformation of camping into glamping- trends and perspectives*. Conference Paper · September 2019 DOI: 10.20867/.
<https://www.researchgate.net/publication/>
15. Eilzer Ch., Eisenstein B., Reif J., Schmudde R. (Ed.) *Tourismusatlas Deutschland*, page 56 – 58E. Edition 2017, ISBN: 978-3-86764-661-1
16. Europos glampingai. [interaktyvus].[žiūrėta 03 02] Prieiga per internetą:
<https://coolcamping.com/>
17. Europos kempingų asociacijos istorija. [žiūrėta 2019-01-24].
ef3a4a60bf3a.filesusr.com/ugd/1712a7_341e977dc7c64ff0b507850b805b4a99.pdf
18. Europos kempingų asociacijų federacijos ir poilsio parkų asociacija [žiūrėta 2019-08-23].
Prieiga per internetą: <https://www.efcoha.eu/reports>
19. Estijos statistikos departamentas. [interaktyvus]. [žiūrėta 2019-12-23]. Prieiga per internetą: <https://www.stat.ee/en>
20. Estijos ekonomikos ir ryšių ministerija. *Turizmo įstatymas*. Žiūrėta [2019-08-23]. Prieiga per internetą: <https://www.riigiteataja.ee/en/eli/527032014002/consolide>
21. Estijos kempingų asociacija. Žiūrėta [2019-08-23]. Prieiga per internetą: <https://camping-estonia.ee/et/kontakt/?lang=en>
22. Encyclopedia Britannica. [žiūrėta 2019-10-07]. Prieiga per internetą:
<https://www.britannica.com/topic/camping>
23. Gaižauskaitė I., Valavičienė N. *Socialinių tyrimų metodai: kokybinis interviu* (2016).
Vadovėlis, VĮ Registrų centras. ISBN 978-9955-30-205-6.
24. Gamping.[interaktyvus].[žiūrėta 2020-02-10]. Prieiga per internetą:
https://www.homecamper.fr/?utm_source=gmpg-fr
25. Gaubaitė V. 2014 m. *Lietuvos kempingų paslaugų vartotojų profilis*. Magistrinis darbas.
26. Genç R. & Genç E. A. (2017). *Market-oriented innovations in tourism, Research in Hospitality Management*, 7:1, 51-57, DOI: 10.1080/22243534.2017.1355606.
27. Gražulis V., Zuromskaite B. *Systematic Approach to Personal Travel Motives - Possibilities in Lithuania*.ISSN 1392-3110 Socialiniai tyrimai /Social Research. 2013. Nr. 4 (33). 5-1.
28. Grecevičius P., Armaitienė A., *Turizmas*. Kauno kolegijos leidybos centras, 2002
29. Hall C. M. and Williams A.M. *Tourism and Innovation*. Routledge. Taylor&Francis Group.London and Newyork.2008 psl. 21. ISBN 0-203-93843-7 Master book ISBN

30. Hardy, A., Hanson, D., & Gretzel, U. (2012). *Online representations of RVing neo-tribes in the USA and Australia*. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 10(3), 219–232.
31. Hjalager A.M. *Strategic Innovation in Tourism Business*. 23 (2002) 465–474.
32. Hjalager A.M. & Flagestad A. *Innovations in well-being tourism in the Nordic Countries, Current Issues in Tourism*, 15:8, 725-740, DOI: 10.1080/13683500.2011.629720. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13683500.2011.629720>.
33. Hjalager A.M. *100 Innovations That Transformed Tourism*. *Journal of Travel Research* 2015, Vol. 54(1) 3–21
34. Hjalager A.M. & Nordin, S. (2011) *User-driven Innovation in Tourism—A Review of Methodologies*, *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 12:4, 289-315, DOI: 10.1080/1528008X.2011.541837
35. Islandijos turizmo strategija 2011- 2020. [interaktyvus], [žiūrėta 2020-03-10]. Prieiga per internetą: <https://www.ferdamalastofa.is/en/about-us/tourism-strategy-2011-2020>
36. Islandijos statistikos departamentas. interaktyvus], [žiūrėta 2020-03-10]. Prieiga per internetą: https://px.hagstofa.is/pxen/pxweb/en/Atvinnuvegir/Atvinnuvegir_ferdathjonust_a_ferdaidnadur_ferdaidnadur/SAM08003.px
37. Islandijos turizmo, pramonės ir inovacijų ministerija. [interaktyvus]. [žiūrėta 2019-12-17]. Prieiga per internetą: <https://www.government.is/default.aspx?PageID=c530ca6c-c53a-11e7-9420-005056bc530c>
38. Islandijos turizmo kokybės ir aplinkos apsaugos sertifikavimo sistema. [interaktyvus] [žiūrėta 2019-11-15]. Prieiga per internetą: <https://www.vakinn.is/en>
39. Yong Zhong; Shih-Yen Lin; Mei-Hua Huang; Chao-Chien Chen; Ching-Hua Chien. *Exploring the relationships among campers' leisure motive, satisfaction and campsite service innovation*. *The International Journal of Organizational Innovation* Vol 10 Num 2 October 2017
40. Kardelis K. *Mokslinių tyrimų metodologija ir metodai*. 2-asis leidimas, 2002 metai.
41. Keliavik Lietuvoje. *Užsienio turistų tyrimo apžvalga*. 2019. [žiūrėta 2019-09-25]. Prieiga per internetą: <https://www.lithuania.travel/lt/news/uzsienio-turistu-tyrimo-ataskaita>).
42. *Kempingo paslaugų klasifikavimo reikalavimai*. Lietuvos Respublikos ekonomikos ir inovacijų ministro 2019 m. rugpjūčio 8 d. įsakymas Nr. 4- 462. [interaktyvus] [žiūrėta 2019-10-01]. Prieiga per internetą: <https://eseimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/bc916160ba1311e982dae1db4290b1a9?jfwid=-td2hez03t>

43. *Kempingų įrengimo pajūrio ir pamario zonose galimybių studija*. UAB “Ekonominės konsultacijos ir tyrimai” (EKT grupė). 2011 04 21 44.
44. Klasifikuojamųjų apgyvendinimo paslaugų teikėjų sąrašas [interaktyvus][žiūrėta 2020-03-11]. Prieiga per internetą: http://www.vvtat.lt/data/public/uploads/2020/02/d1_klasifikuojami_ap_sarasas.pdf
45. Kozak M.W.. Innovation, Tourism and Destination Development: Dolnosl[^]skie Case Study. *European Planning Studies*, 2014 Vol. 22, No. 8, 1604-1624, <http://dx.doi.org/10.1080/09654313.2013.784597>
46. Latvijos kempingų asociacija [žiūrėta 2020-01-23]. Prieiga per internetą <http://www.camping.lv/index.php/en/kempingu-karte-3>
47. Latvijos statistikos centrinis biuras. [žiūrėta 2020-03-10]. Prieiga per internetą:
48. <https://www.csb.gov.lv/en/statistics/statistics-by-theme/transport-tourism/tourism>
49. Latvijos ekonomikos ministerija/[interaktyvus][žiūrėta2019005]. Prieiga per internetą: [.https://www.em.gov.lv/en/sectoral_policy/tourism/legislation/](https://www.em.gov.lv/en/sectoral_policy/tourism/legislation/)
50. Lietuvos Respublikos turizmo įstatymas [žiūrėta 2019-10-17]. Prieiga per internetą: <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/TAIS.52605/NpFSdDzcLv>
51. Lietuvos Respublikos Ekonomikos ir Inovacijų ministro įsakymas „Dėl apgyvendinimo paslaugų rūšių sąrašo patvirtinimo“ [žiūrėta 2019-10-02]. Prieiga per internetą: <https://www.etar.lt/portal/lt/legalAct/d4d66830303211e9b66f85227a03f7a3/ZLINLIXuJR>
52. Lietuvos turizmo rinkodaros 2016-2020 metų strategija. [žiūrėta 2019-04-12]. Prieiga per internetą: <https://www.google.com/search?q=lietuvos+turizmo+startegija+2016-2020+metua&ie=utf-8&oe=utf-8&client=firefox-b-ab>
53. Lietuvos TSRS aukštųjų mokyklų mokslo darbai. Vadovėlis. *Geografija* 26: 83-91
54. Lietuvos statistikos departamentas.[žiūrėta 2020-03-15]. Prieiga per internetą: <https://osp.stat.gov.lt/regionine-statistika-pagal-statistikos-sritis>
55. Lietuvos Respublikos Seimo nutarimas („Dėl Lietuvos Respublikos teritorijos bendrojo plano“, 2002 m. spalio 29 d. Nr. IX-1154)[interaktyvus].[žiūrėta 2019-01-14]. Prieiga per internetą: https://www.e-tar.lt/portal/lt/legalAct/TAR.737EFE13DAE0/TAIS_284951
56. Lietuvos Respublikos bendrasis planas 2030. [interaktyvus][žiūrėta 2019-12-04]. Prieiga per internetą: <http://www.bendrasisplanas.lt/>
57. Lietuvos Respublikos Vyriausybės nutarimas („Dėl Sostinės regiono ir Vidurio ir Vakarų Lietuvos regiono sudarymo, 2016 m. sausio 6 d. Nr. 5 Vilnius).[interaktyvus][žiūrėta 2019-04-04].Prieiga per internetą: <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/43e1c630b92011e5be9bf78e07ed6470?jfwid=-9dzqnuavt>

58. Lietuvos turizmo plėtros programa [žiūrėta 2019-04-12]. Prieiga per internetą: <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/098670e0af3511e39054dc0fb3cb01ae/asr>
59. Luobikienė I., 2009, *Sociologinių tyrimų metodika*. Kaunas: Kauno technologijos universitetas.
60. Moscardo G.. *Tourism and Hospitality Research* Vol. 8, 1, 4–13 © 2008 Palgrave Macmillan Ltd. 1467-3584
61. Nacionalinė darnaus vystymosi strategija. Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2003 m. rugsėjo 11 d. nutarimas Nr. 1160 Dėl Nacionalinės darnaus vystymosi strategijos patvirtinimo ir įgyvendinimo. 2003 m. rugsėjo 11 d. Nr. 116 Vilnius.[interaktyvus][žiūrėta 2019-06-22].Prieiga per internetą: <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/TAIS.217644/asr>
62. Narduzzo A. & Volo S. *Tourism innovation: when interdependencies matter*. Current Issues in Tourism, 2018 Vol. 21, 741<https://doi.org/10.1080/13683500.2016.1214111>
63. Oxfordo žodynas. [žiūrėta 2019-12-02]. Prieiga per internetą: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/hospitality?q=hospitality>
64. Palangos miesto savivaldybės 2017-2019 metų strateginis veiklos planas. Žiūrėta [2019-03-23]. Prieiga per internetą: <http://195.182.88.88/aktai/default.aspx?Id=3&DocId=31144>
65. Palangos miesto strateginis plėtros planas iki 2020 metų. Žiūrėta [2019-04-11]. Prieiga per internetą: <http://old.palanga.lt/index.php?3798810714>.
66. Palangos miesto savivaldybės 2019-2021 metų strateginis veiklos planas. Žiūrėta [2019-12-10]. Prieiga per internetą: <http://195.182.88.88/aktai/default.aspx?Id=3&DocId=38751>
67. 2016 - 2023 m. Palangos miesto savivaldybės strateginis plėtros planas. Palanga, 2016 m.pdf.
68. Pantelescu A.M. *The Perspective of Camping Tourism in Romania*. Academic Journal of Economic Studies. Vol. 1, No.4, December 2015, pp. 45–53. ISSN 2393-4913, ISSN On-line 2457-5836.
69. Pikkemaat B., Peters M., Weiermair K. (2006) *Innovationen im Tourismus*. Berlin: Erich Schmidt Verlag GmbH &. - 313 p.
70. Powell, R. B. (2010). Skautybė berniukams. Vilnius: Baltos lankos.
71. Pūtova, B. (2018). *Anthropology of Tourism: Researching Interactions between Hosts and Guests*. Czech Journal of Tourism,7(1), 71-92. DOI: 10.1515/cjot-2018–0004.
72. Rapolienė L. *Geoterminio vandens ir sapropelio procedūrų įtaka gyvenimo kokybei*. Sveikatos mokslai/Health sciences in Eastern Europe. ISSN 1392-6373 print / 2335-867X online 2015, 25 tomas, Nr. 5, p. 157-163 DOI: <http://doi.org/10.5200/sm-hs.2015.105>

73. Rinkevičius L. (2011) *Mokslas, technologija ir visuomenės kaita*. Kaunas: Kauno technologijos universitetas. – 174.
74. Rogers (2011). *The best campsites in Europe*. Goldhurst: Allan Rogers Guides.
75. Ruspini E. (2019) *The future of tourism: innovation and sustainability*, *Anatolia*, 30:1, 162-164, DOI: 10.1080/13032917.2018.1552055
76. Seabra C., Vicente M./ Silva C./ Luis Abrantes J. – *Motivation and Involvement in International Tourism*. *International Journal of Multidisciplinary in Business and Science*, (2011)Vol.2, No.2 / 33. UDK 159.9:338.48(100) / JEL L83, D12 / Original Scientific Paper.
77. Selwyn T. *Hospitality*. (The Routledge Handbook of Cultural Tourism, edited by Melanie Smith, and Greg Richards, Routledge, 2013. ProQuest Ebook Central, <http://ebookcentral.proquest.com/lib/klaipeida-ebooks/detail.action?docID=1114637>. Created from klaipeida-ebooks on 2020-03-15 07:08:46
78. Svetikienė I., 2002, *Turizmo marketingas*. Vilnius
79. Smith, M., & Richards, G. (Eds.). (2013). *The routledge handbook of cultural tourism*. Retrieved from <http://ebookcentral.proquest.com> Created from klaipeida-ebooks on 2020-03-15 07:11:50.
80. Šliaupa S., Urbonienė Olšauskaitė R., Ramanauskas K., Jurkus E. *Studija "Geoterminių vandenų naudojimo sveikatingumo (reabilitacijos), SPA ir poilsio paslaugoms plėtoti*.
81. Urbonienė Olšauskaitė R., Jurkus E. Grecevičius P. *Geoterminio vandnens naudojimas sveikatingumo, SPA ir poilsio paslaugoms vystyti Palangos kurorte*. *Vadyba Journal of Management* 2013, Nr. 1(22) ISSN 1648-7974
82. Švec R., Navratil J. *The influence of the perception oh the quality of accommodation establishments' product regarding the client's desire to make a visit a comparison of the product quality perception with the product value perception*. *Deturope – the central European journal of regional development and tourism*, Vol.4 Issue 2 2012.
83. Vainienė, I. (2001). *Kaimo turizmo organizavimas. Mokymo priemonė*. Vilnius: Eurigmas.
84. Valackienė A., Mikėnė S., *Sociologinis tyrimas: metodologija ir atlikimo metodika* (2008) Vadovėlis. ISBN 9789955254706. KTU leidykla Technologija
85. Valstybinis turizmo departamentas prie Ūkio ministerijos. *Vietinio turizmo II etapo tyrimo rezultatų ataskaita*. 2018 m. Spalis. Vilnius. [žiūrėta 2019-03-10]. Prieiga per internetą:[http://www.tourism.lt/uploads/documents/Vietinio%20turizmo%20tyrimo%20rezultatai WORD FINAL 20181023 2.pdf](http://www.tourism.lt/uploads/documents/Vietinio%20turizmo%20tyrimo%20rezultatai%20WORD%20FINAL%2020181023%202.pdf)

86. Valstybės ilgalaikės raidos strategija. [žiūrėta 2019-12-05]. Prieiga per internetą:
<http://eimin.lrv.lt/lt/administracine-informacija/strategijos/valstybes-ilgalaikes-raidos-strategija>
87. Van Heerden, C.H. *Motivation and Involvement in Camping – a Gender Perspective*. African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure, Volume 9(1) - (2020) ISSN: 2223-814 Copyright: © 2020 AJHTL /Author/s- Open Access- Online @ <http://www.ajhtl.com>
88. Vaitkevičiūtė V. (2001). *Tarptautinių žodžių žodynas*. Vilnius: Žodynas.
89. Vaskaitis E., Armaitienė A. *Turizmo inovacijų taikymo Lietuvos turizmo versle prielaidos*. Tiltai, 2013,4. ISSN 1392-3137.
90. Vuković P, Čavlin G., Čavlin M. *Complomentarity in thr development of rural tourism with development of thermal baths, SPA and wellness tourism*. Economics of Agriculture 1/2015 UDC: 338.48-44(1-22)+338.48-6:615.8
91. Tarptautinių žodžių žodynas, Vilnius, 2013, p. 406.
92. Tarptautinė kempingų ir karavanų asociacija [žiūrėta 2019-12-02]. Prieiga per internetą:
<https://ficc.org/en/members/>
93. Tidikis R., 2003, *Socialinių mokslų tyrimų metodologija*. Vadovėlis. Vilnius: Lietuvos teisės universiteto Leidybos centras.
94. The Camper's Handbook. *Thomas Hiram Holding*. žiūrėta [2019-05-14]. Prieiga per internetą;
<https://ia800908.us.archive.org/13/items/campershandbook00holdgoog/campershandbook00holdgoog.pdf>
95. Zagorskis, J. (1990). Lietuvos socialinis –ekonominis rajonavimas.
http://www.gkk.gf.vu.lt/images/leidiniai/ERP.11.11vadovelis.Fin_.pdf
96. Warren Ch, Becken S. & Coghlan A. (2018) *Sustainability-oriented Service Innovation: fourteen-year longitudinal case study of a tourist accommodation provider*, *Journal of Sustainable Tourism*, 26:10, 1784-1803, DOI: 10.1080/09669582.2018.1511721
97. Чахова Д.А., Кобяк. В. *Современные кемпинги – новые возможности развития рынка туристских услуг*. Интернет-журнал «Науковедение» ISSN 2223-51/

PRIEDŲ SĄRAŠAS

EIL.NR.	PRIEDAS	PUSLAPIS
1 priedas.	Lietuvos kempingų lentelė	93-95 psl.
2 priedas.	Vakarų Lietuvos kempingų lentelė	96 psl.
3 priedas.	Lietuvos kempingų 2012- 2019 m. statistika	97 psl.
4 priedas.	Vakarų Lietuvos kempingų vartotojų atsiliepimų pagal Ypatingą vietą vizualizacija	98 psl.
5 priedas.	Vakarų Lietuvos kempingų vartotojų atsiliepimų pagal Gamtinius išteklius vizualizacija	99 psl.
6 priedas.	Vakarų Lietuvos kempingų vartotojų atsiliepimų pagal Paslaugas vizualizacija	100 psl.
7 priedas.	Vakarų Lietuvos kempingų vartotojų atsiliepimų pagal Personalą vizualizacija	101 psl.
8 priedas.	Vakarų Lietuvos kempingų vartotojų atsiliepimų pagal Ypatingus objektus vizualizacija	102 psl.
9 priedas.	Lyginamoji Vakarų Lietuvos kempingų analizė pagal paslaugų vartotojų atsiliepimus	103 psl.
10 priedas.	Jūros kempingo atsiliepimų žodžių junginių diagrama	104 psl.
11 priedas.	Jūros kempingo atsiliepimų hierarchinė diagrama	105 psl
12 priedas.	Palangos kempingo Compensa kempingo atsiliepimų žodžių junginių diagrama	106 psl
13 priedas.	Palangos kempingo Compensa atsiliepimų hierarchinė diagrama	107 psl
14 priedas.	Drevernos kempingo atsiliepimų žodžių junginių diagrama	108 psl
15 priedas.	Drevernos kempingo atsiliepimų hierarchinė diagrama	109 psl
16 priedas.	Nidos kempingo atsiliepimų žodžių junginių diagrama	110 psl
17 priedas.	Nidos kempingo atsiliepimų hierarchinė diagrama	111 psl
18 priedas.	Žemsodžio kempingo atsiliepimų žodžių junginių diagrama	112 psl
19 priedas.	Žemsodžio kempingo atsiliepimų hierarchinė diagrama	113 psl

20 priedas.	Ventainės kempingo atsiliepimų žodžių junginių diagrama	114 psl
21 priedas.	Ventainės kempingo atsiliepimų hierarchinė diagrama	115 psl
22 priedas.	Medaus slėnio kempingo atsiliepimų žodžių junginių diagrama	116 psl
23 priedas.	Medaus slėnio kempingo atsiliepimų hierarchinė diagrama	117 psl
24 priedas.	Olando kepurės kempingo atsiliepimų žodžių junginių diagrama	118 psl
25 priedas.	Olando kepurės kempingo atsiliepimų hierarchinė diagrama	119
26 priedas.	Ekspertų duomenys	120-121 psl.
27 priedas.	ŠVENTOSIOS KEMPINGO PLĖTRA PANAUDOJANT GEOTERMINĮ MINERALINĮ VANDENĮ Pusiaus struktūruoto interviu KLAUSIMŲ GAIRĖS	122-124 psl.

1 PRIEDAS

Lietuvos kempingų lentelė (2019 metai)

Eil. nr.	Vietovė	Suteikta klasė	Apgyvandinimo paslaugų tipas	Apgyvandinimo objekto pavadinimas	Apgyvandinimo objekto adresas	Bendras Vietų skaičius	Bendra s kambarių skaičius	Telefonas El.paštas svetainė
1.	ANYKŠČIAI	3*	kempingas	PO ŽVAIGŽDĖM	Tako g.2, Anykščiai	100	9	(+370) 614 33826 pramogugrupe@gmail.com
2.	BIRŽAI	3*	kempingas	PRIE ĮGRIUVĖLĖS	Basanavičiaus g. 69A, Biržai	87	29	
3.	DRUSKININKAI	4*	kempingas	DRUSKININKŲ KEMPINGAS	Gardino g. 3, Druskininkai	200	43	(+370) 313 60800 information@druskininkai.lt
4.	JONIŠKIS	3*	kempingas	SAULĖTŪJŲ NAKTŲ KEMPINGAS	Rygos g. 12A, Gataučių k., Gataučių sen., Joniškio r.	18	48	(+370) 626 06735 sauliusnav@gmail.com
5.	JURBARKAS	2*	kempingas	MEDAUS SLĖNIS	Raseinių g. 19, Šilinė, Jurbarko r.	251	85	(+370) 640 32128 ovismedus@gmail.com
6.	KAUNAS	3*	kempingas	KAUNAS CAMPINN	Raudondvario pl. 161A, Kaunas	103	3	(+370) 602 33444 kaunas@campinn.lt
7.	KAUNAS	3*	kempingas	KAUNO MIESTO KEMPINGAS	Jonavos g. 51A, Kaunas	142	3	(+370) 618 09407 camp@kaunascamping.eu
8.	KLAIPĖDA	4*	kempingas	JŪROS KEMPINGAS	Šlaito g. 3, Klaipėda	73	12	(+370) 683 25055 campingklaipeda@gmail.com
9.	KLAIPĖDOS r.	4*	kempingas	DREVERNOS KEMPINGAS	Pamario g. 14, Drevernės	140	34	(+370) 604 71723 dreverna@hor

					k., Klaipėdos r.			lŃvita.lt
10.	KLAIPĖDOS r.	2*	kempingas	OLANDO KEPURĖ	Krištų 5, Karklės k, Klaipėdos r.	93	31	
11.	LAZDIJAI	2*	kempingas	ŠILAIČIAI	Raganiškės k., Lazdijų r.	144	48	(+370) 687 50549
12.	Marijampolė	3*	kempingas	MARIJAMPO LĖS KEMPINGAS	Kempingo g. 44, Marijampolė	40	20	(+370) 698 58111 info@logofix. eu
13.	MOLĖTAI	1*	kempingas	PAPARTIS	Pabebrusės k., Inturkės sen., Molėtų r.	96	52	(+370) 5 2340580
14.	MOLĖTAI	2*	kempingas	MINDŪNŲ KEMPINGAS	Muziejaus g. 14, Mindūnų k., Molėtų r.			(+370) 606 11317 info@ignatura s.lt
15.	MOLĖTŲ r.	2*	kempingas	OBUOLIŲ SALA	Žalvarių k., Molėtų r.	100	39	(+370) 383 50073 strenko@stren ko.lt
16.	NERINGA	3*	kempingas	NIDOS KEMPINGAS	Taikos g. 45, Neringa	300	100	(+370) 469 52045 info@kempin gas.lt
17.	PALANGA	4*	kempingas	PALANGOS KEMPINGAS COMPENSA	Klaipėdos pl. 33I, Nemirseta, Palanga	286	54	(+370) 618 85180 info@palanga camping.lt
18.	PANEVĖŽYS	1*	kempingas	PAS KATINĄ	Smėlynės g.222, Tičkūnų k., Panevėžio sen., Panevėžio r.	26	10	(+370) 698 02021 piniava@pask atina.lt
19.	PASVALYS	3*	kempingas	PASVALIO KEMPINGAS	Dvareliškių g. 1, Pasvalio m., Pasvalio r.	30	14	(+370) 451 34531 sporto.mokykl a@pasvalys.lt
20.	PLUNGĖ	2*	kempingas	ŽEMSODIS	Mardosų k., Plungės r.			
21.	PRIENAI	5*	kempingas	HARMONY PARK KEMPINGAS	Santarvės g., Vazgaikiemi o k., Prienų r.	66	34	(+370) 650 98012 info@harmon ypark.lt
22.	ŠIAULIAI	2*	kempingas	DVARKIEMI S	Meškiai, Šiaulių r.	48	16	
23.	ŠIAULIAI	3*	kempingas	KURTUVĖN AI	Parko g. 2, Kurtuvėnų mstl., Šiaulių r.	120	40	
24.	ŠILUTĖ	3*	kempingas	VENTAINĖ	Ventė, Šilutės r.	16	8	(+370) 441 68525 ventaine@taka s.lt
25.	TRAKAI	2*	kempingas	KEMPINGAS SLĖNYJE	Slėnio g. 1, Trakai	150	50	(+370) 5 2853880

								kempingasslen yje@one.lt
26.	UKMERGĖ	3*	kempingas	RIVER CAMP	Vienuolio g. 15, Šventupės k., Ukmergės r.	40	2	(+370) 644 04410 p.ramonas@g mail.com
27.	UTENA	2*	kempingas	SUDEIKIAI				
28.	VARĖNA	1*	kempingas	BONA CAMPING	Čižiūnių g. 36A, Čižiūnai, Varėnos r.	20	10	(+370) 612 09640 bonacamping @gmail.com
29.	VARĖNA	1*	kempingas	JUOSTANDI S	Ažuolų g. 5, Senoji Varėna	30	10	
30.	VILKAVIŠKI S	2*	kempingas	PUŠELĖ	Žirgėnų k., Vištyčio sen., Vilkaviškio r.	196	70	(+370) 342 47555 pusele@ktv.sa tela.lt
31.	VILNIUS	2*	kempingas	DOWNTOW N FOREST CAMPING	Paupio g. 31A, Vilnius	28	20	(+370) 686 84523 info@downto wnforest.lt
32.	VILNIUS	2*	kempingas	VILNIUS CAMPING				
33.	VILNIUS	2*	kempingas	VILNIUS CITY CAMPING	Parodų g. 11, Vilnius	200	100	(+370) 680 32452 versima.lt@g mail.com
34.	ZARASAI	1*	kempingas	ZARASAI	Kauno g. 67, Zarasai	20	5	(+370) 620 93432 lithuania@zar asai.lt

Šaltinis: sudaryta darbo autorės, remiantis Lietuvos statistikos departamento duomenimis.

2 PRIEDAS

Vakarų Lietuvos kempingai (2019 m.)

Eil. nr.	Vietovė	Suteikta klasė	Apgyvendinimo paslaugų tipas	Apgyvendinimo objekto pavadinimas	Apgyvendinimo objekto adresas	Bendras Vietų skaičius	Bendra s kambarių skaičius	Telefonas El.paštas svetainė
1.	KLAIPĖDA	4*	kempingas	JŪROS KEMPINGAS	Šlaito g. 3, Klaipėda	73	12	(+370) 683 25055 campingklaipėda@gmail.com
2.	PALANGA	4*	kempingas	PALANGOS KEMPINGAS COMPENSA	Klaipėdos pl. 33I, Nemirseta, Palanga	286	54	(+370) 618 85180 info@palanga-camping.lt
3.	KLAIPĖDOS r.	4*	kempingas	DREVERNOS KEMPINGAS	Pamario g. 14, Drevernos k., Klaipėdos r.	140	34	(+370) 604 71723 dreverna@hortivita.lt
4.	NERINGA	3*	kempingas	NIDOS KEMPINGAS	Taikos g. 45, Neringa	300	100	(+370) 469 52045 info@kempingas.lt
5.	PLUNGĖ	2*	kempingas	ŽEMSODIS	Mardosų k., Plungės r.	nepateikta	nepateikta	
6.	ŠILUTĖ	3*	kempingas	VENTAINĖ	Ventė, Šilutės r.	16	8	(+370) 441 68525 ventaine@takas.lt
7.	JURBARKAS	2*		MEDAUS SLĖNIS	Raseinių g. 19, Šilinė, Jurbarko r.	251	85	(+370) 640 32128 ovismedus@gmail.com
8.	KLAIPĖDOS r.	2*	kempingas	OLANDO KEPURĖ	Krištų 5, Karklės k, Klaipėdos r.	93	31	
						1159	324	

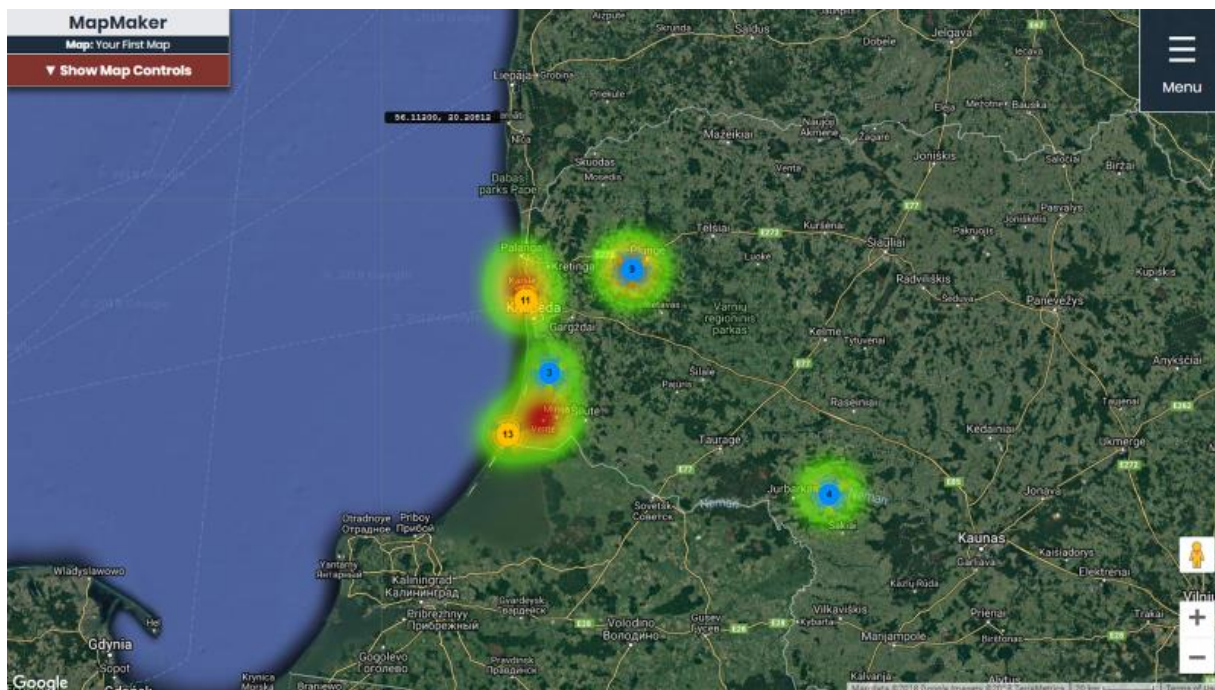
Šaltinis: sudaryta darbo autorės, remiantis Lietuvos statistikos departamento duomenimis.

Lietuvos kempingų 2012- 2019 m. statistika

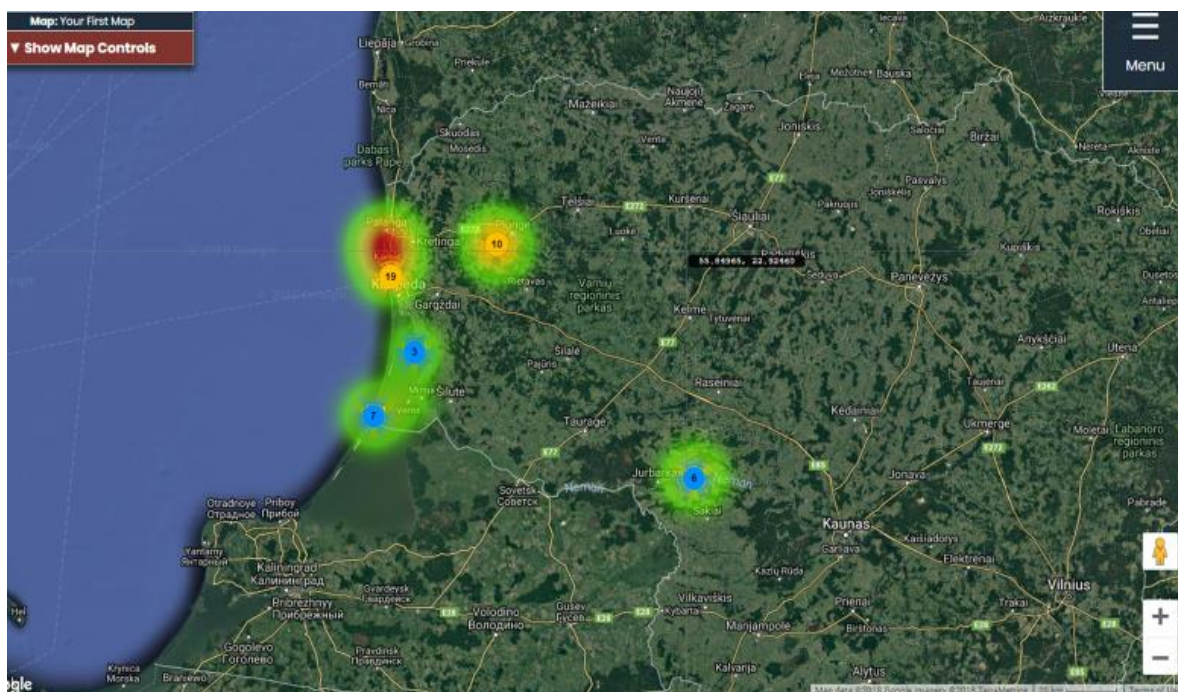
<i>LIETUVOS KEMPINGŲ STATISTIKA 2012-2019</i>								
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Kempingų skaičius	20	21	22	23	26	29	27	34
<i>Dirba visus metus</i>	8	8	9	10	10	10	10	12
<i>Sezoniniai</i>	12	13	13	13	16	19	17	22
Numerių skaičius	803	784	744	757	827	894	788	1383
<i>Dirba visus metus</i>	133	129	167	201	189	180	160	324
<i>Sezoniniai</i>	670	655	577	556	638	714	628	1059
Vietų skaičius	2496	2681	2549	2596	2879	3375	3362	6213
<i>Dirba visus metus</i>	362	354	462	632	622	629	840	1584
<i>Sezoniniai</i>	2134	2327	2087	1964	2257	2746	3278	4629
Apgyvendinta svečių	33882	37519	39228	40313	39121	39484	53792	65259
<i>Lietuvos</i>	17289	23600	21766	20337	16939	18914	29901	33829
<i>Užsieniečių</i>	16593	19014	17462	33376	22182	20570	23891	31430
Suteikta nakvynių	57800	69231	72247	75204	68048	66200	111760	138555
<i>Lietuvos</i>	30358	36754	41380	40826	32438	32375	69508	87389
<i>Užsieniečių</i>	27442	32477	30867	34378	35610	33825	42252	51166
Metinis numerių užimtumo koeficientas, proc.	12,71 %	13,94%	15,67%	13,86 %	14,29%	15,69%	14,69%	19,64%
II + III ketvirčio numerių užimtumo koeficientas, proc.	22,69%	24,18%	27,05%	25,47%	26,08%	28,30%	27,89%	37,91%
Metinis vietų užimtumo koeficientas, proc.	11,29 %	12,44%	13,16%	11,39 %	9,9%	8,73%	9,49%	9,92%

Šaltinis: sudaryta darbo autorės, remiantis Lietuvos statistikos departamento duomenimis

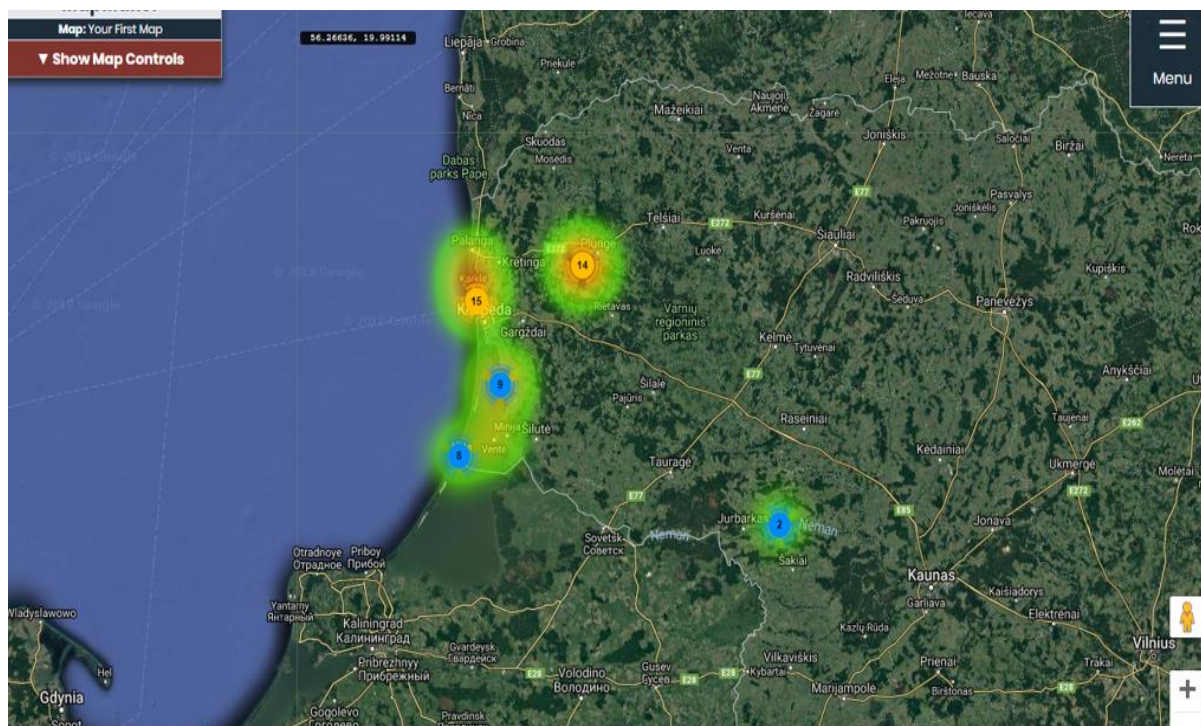
Vakarų Lietuvos kempingų vartotojų atsiliepimų pagal Ypatingą vietą vizualizacija (sudaryta A.Slaboševičienės)



Vakarų Lietuvos kempingų vartotojų atsiliepimų pagal Gamtinius išteklius vizualizacija (sudaryta A.Slaboševičienės)



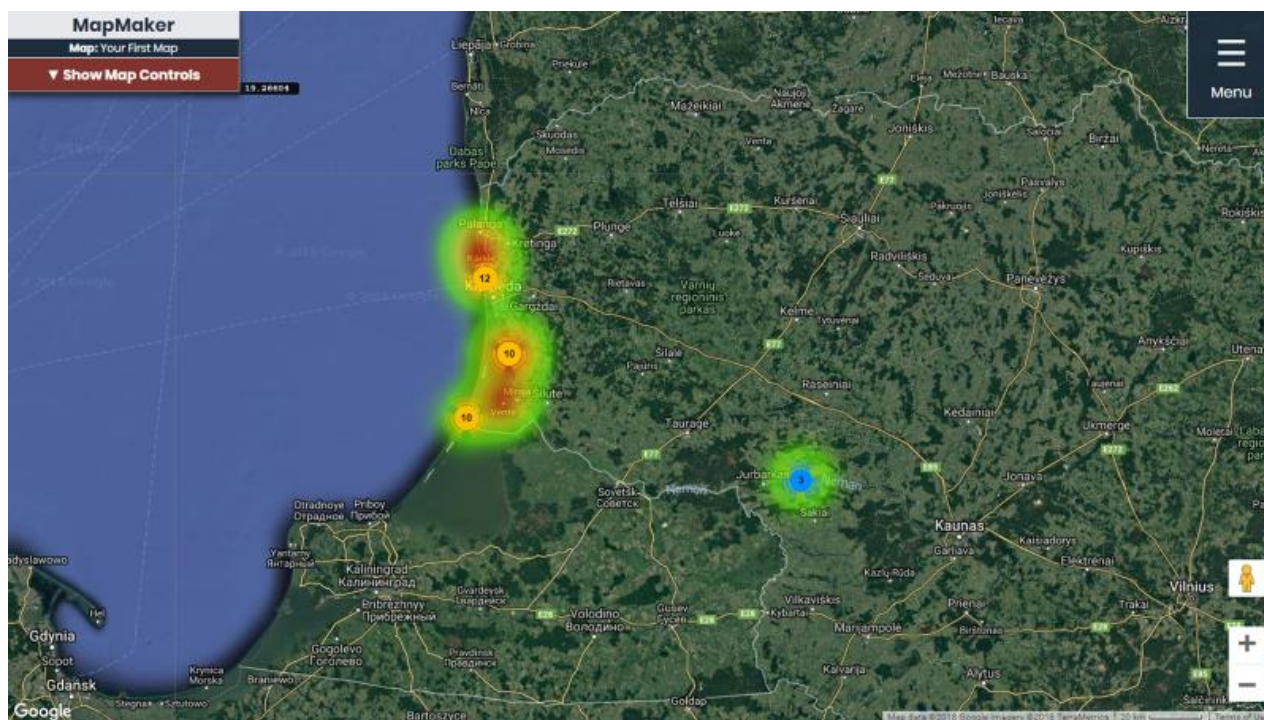
Vakarų Lietuvos kempingų vartotojų atsiliepimų pagal Paslaugas vizualizacija (sudaryta A.Slaboševičienės)



Vakarų Lietuvos kempingų vartotojų atsiliepimų pagal Personalą vizualizacija (sudaryta A.Slaboševičienės)



Vakarų Lietuvos kempingų vartotojų atsiliepimų pagal Ypatingus objektus vizualizacija (sudaryta A.Slaboševičienės)



**Lyginamoji Vakarų Lietuvos kempingų analizė pagal paslaugų vartotojų
atsiliepimus**

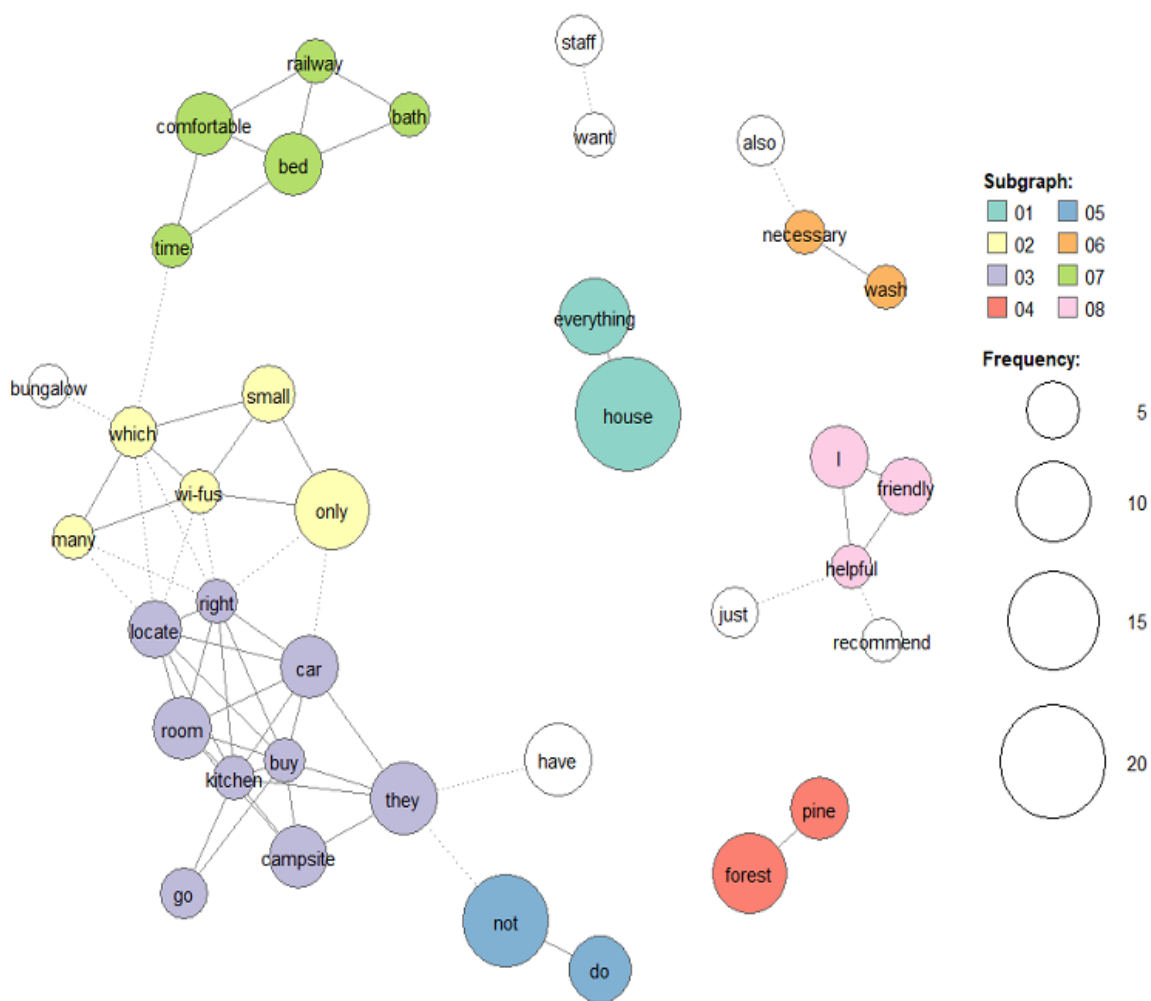
Eil. Nr.	Aspektai	LYGINAMOJI ANALIZĖ PAGAL ATSILIEPIMUS				Vertinimo balai	
		Pamarys	Pajūris	Medaus slėnis	Žemsodis	Koefic.	Balai
1	Ypatinga vieta	4	3	1	2	46+	10
2	Gamtiniai ištekliai	2	4	2	2	41-45	9
3	Personalas	5	5	1	3	36-40	8
4	Paslaugos	4	3	1	3	31-35	7
5	Ypatingi objektai	4	3	1	0	26-30	6
	Galutiniai balai	Σ 19	Σ 18	Σ 6	Σ 10	21-25	5
						16-20	4
						11-15	3
						6-10	2
						1-5	1
						0-0	0

Šaltinis: Sudaryta autorės

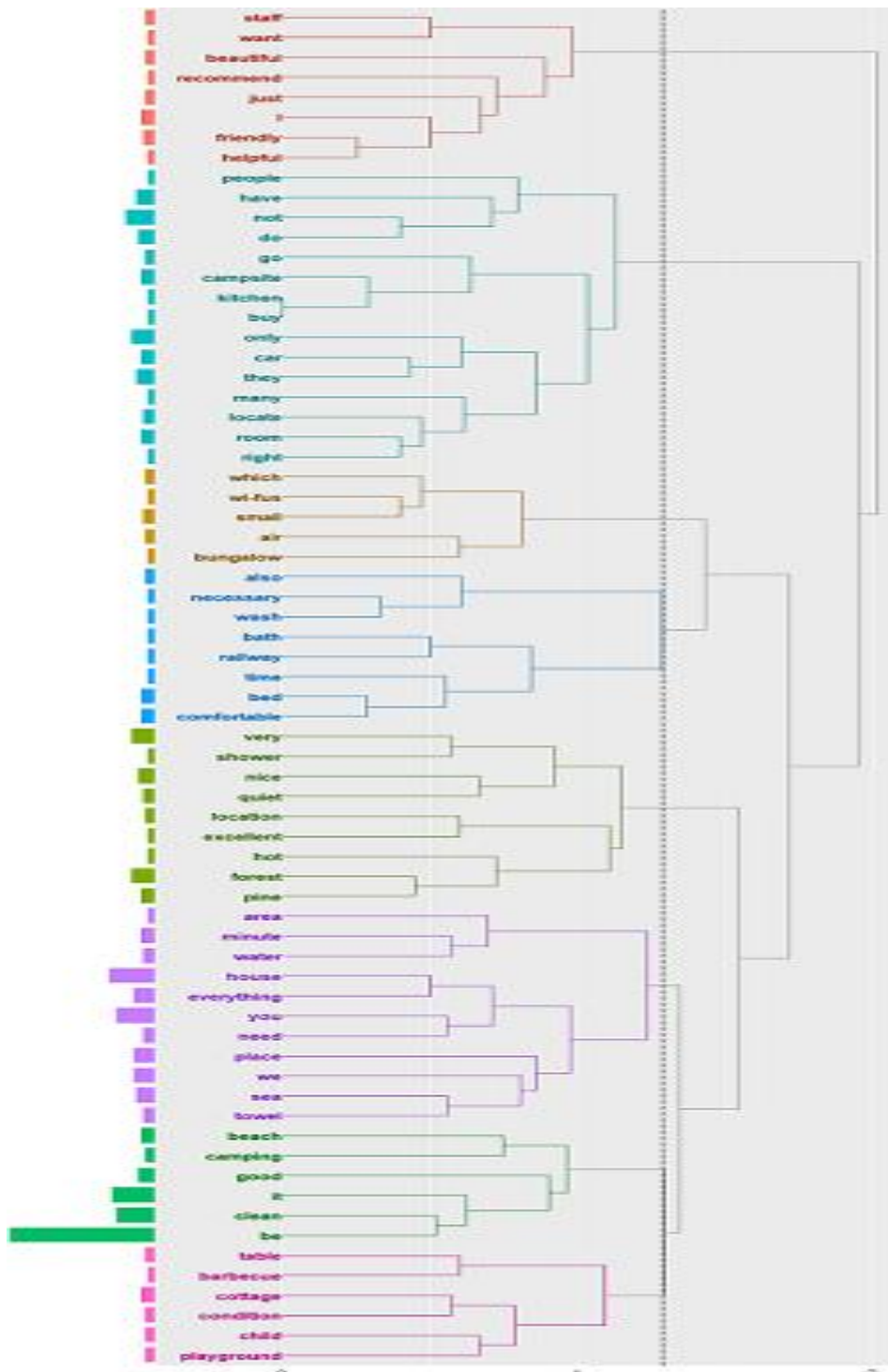
JŪROS KEMPINGO ATSLIEPIMŲ ŽODŽIŲ JUNGINIŲ DIAGRAMA

Atsiliepimai renkami iš nuorodų: www.booking.com, www.tripadvisor.com

(sudaryta A.Slaboševičienės)



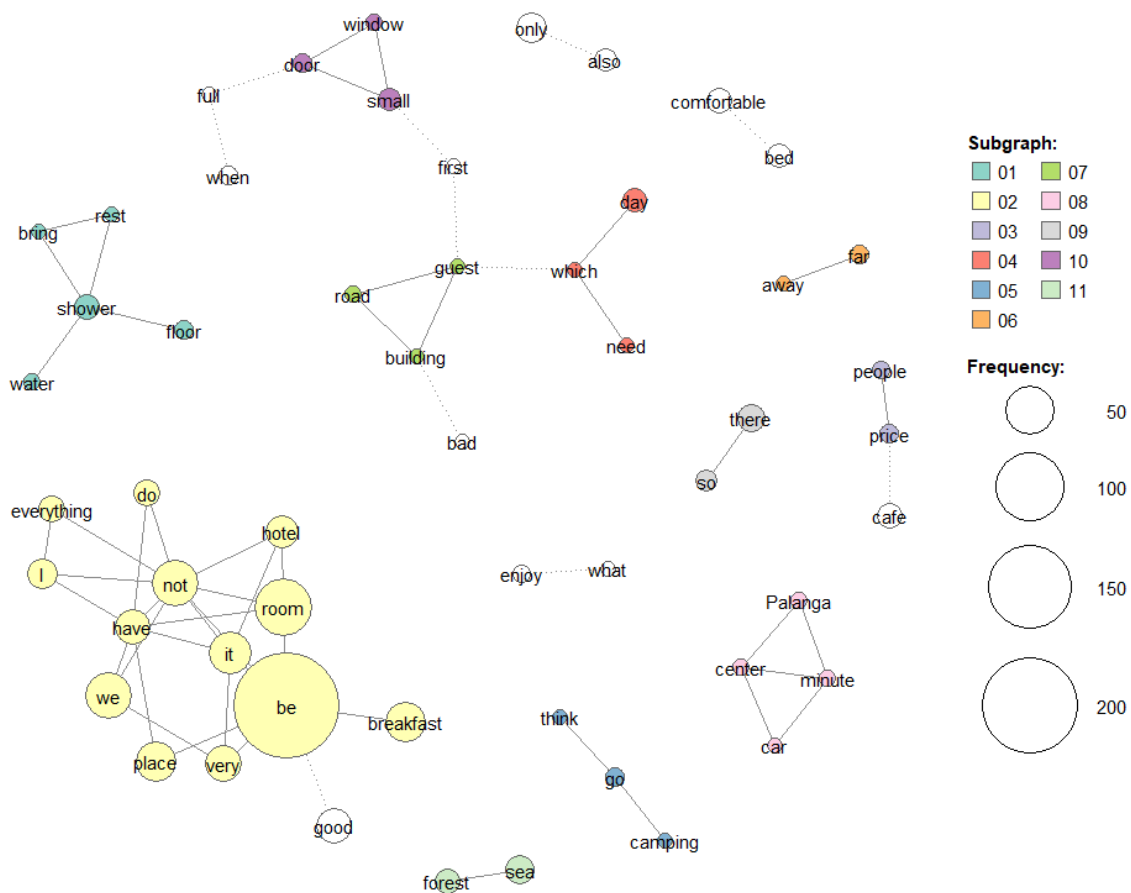
JŪROS KEMPINGO ATSLIEPIMŲ HIERARCHINĖ DIAGRAMA
(sudaryta A.Slaboševičienės)



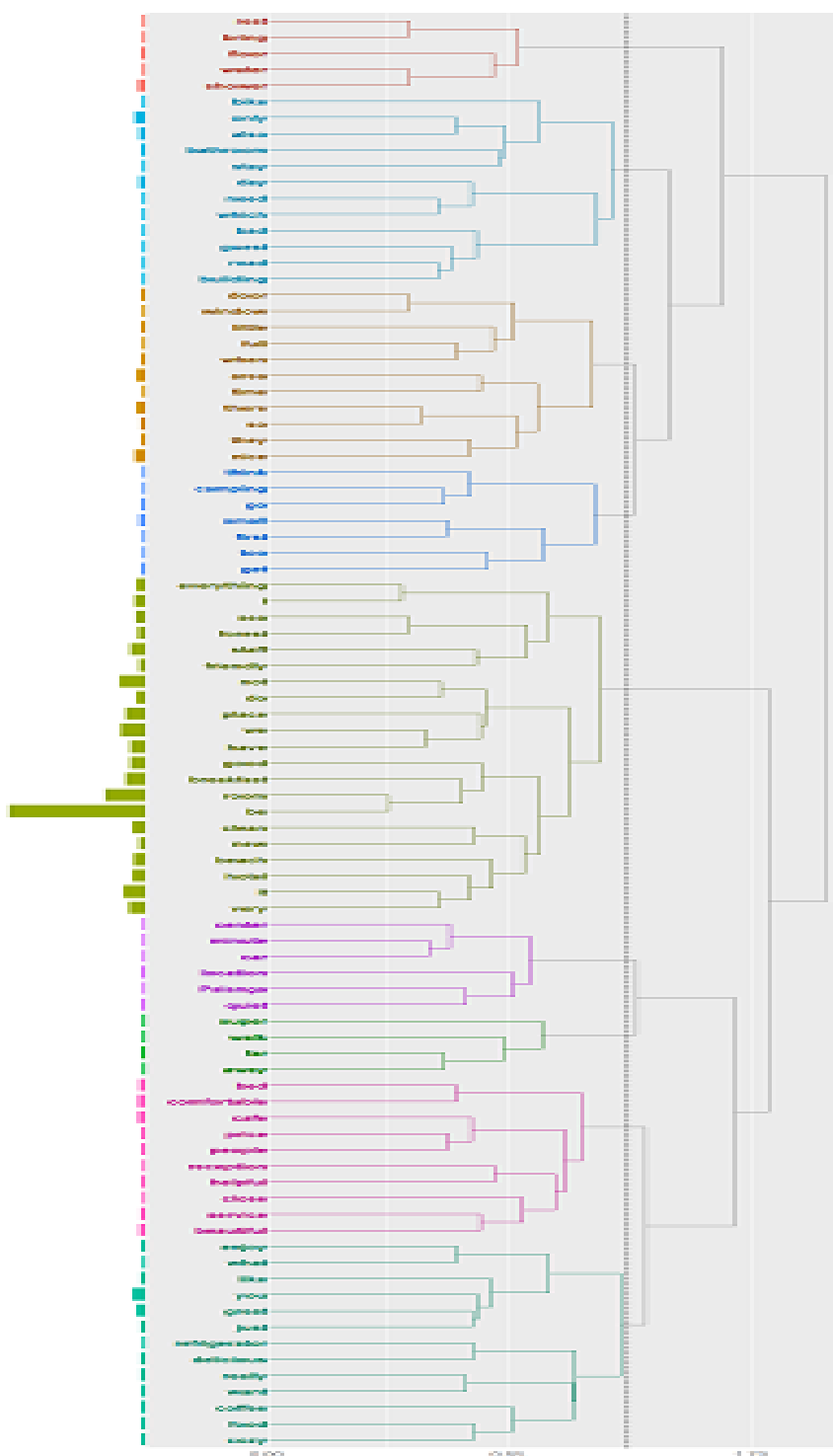
PALANGOS KEMPINGO COMPENSA ATSLIEPIMŲ ŽODŽIŲ JUNGINIŲ DIAGRAMA

Atsiliepimai renkami iš nuorodų: www.booking.com, www.tripadvisor.com

(sudaryta A.Slaboševičienės)

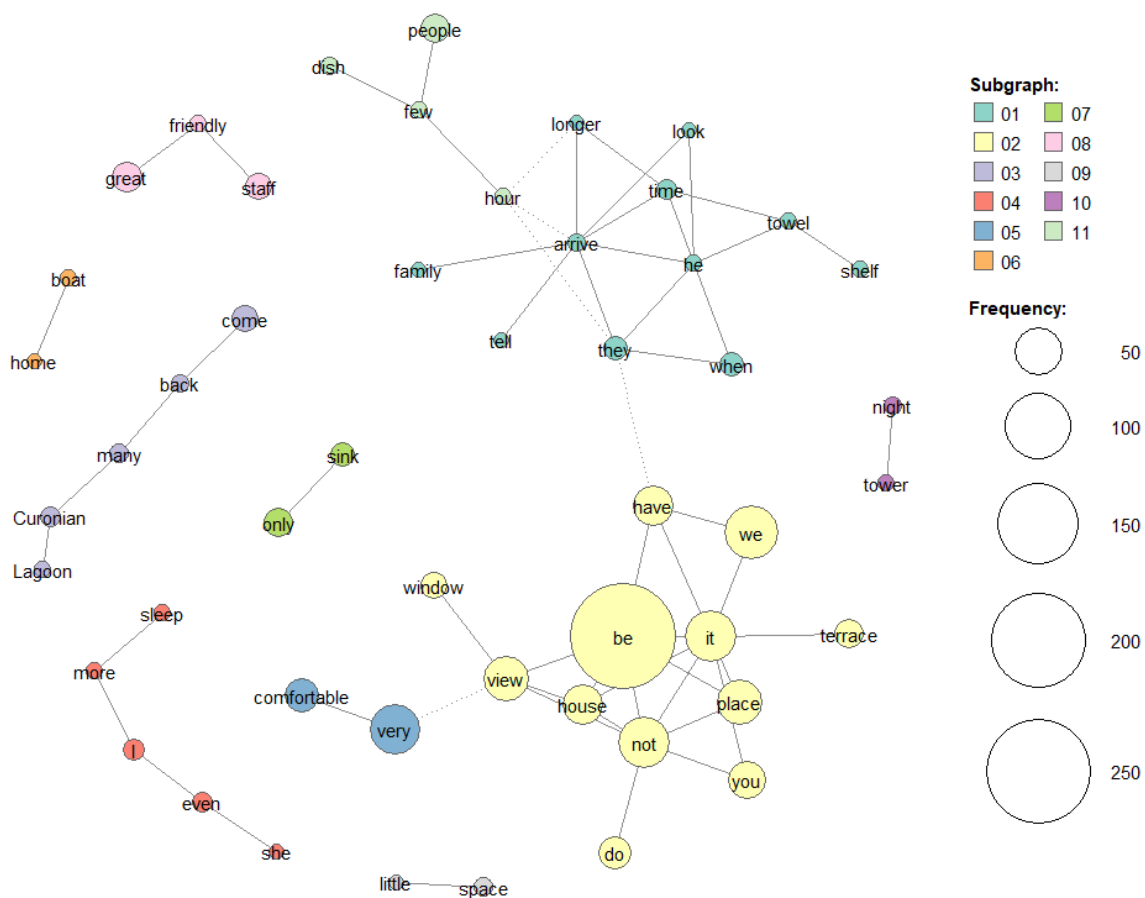


**PALANGOS KEMPINGO COMPENSA ATSIKIEPIMŲ HIERARCHINĖ
DIAGRAMA**
(sudaryta A.Slaboševičienės)

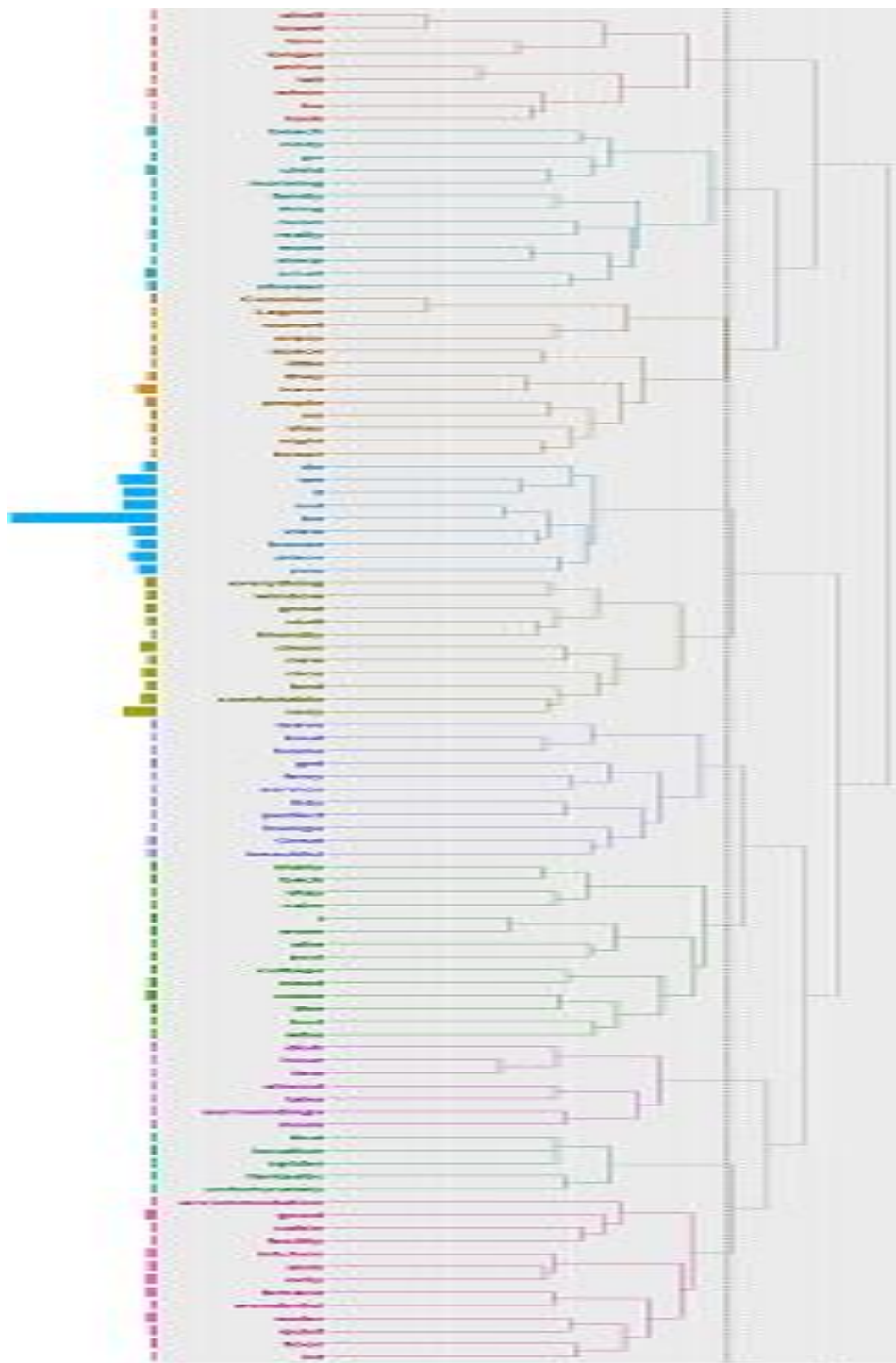


DREVERNOS KEMPINGO ATSLIEPIMŲ ŽODŽIŲ JUNGINIŲ DIAGRAMA

Atsiliepai renkami iš nuorodų: www.booking.com, www.tripadvisor.com
(sudaryta A.Slaboševičienės)

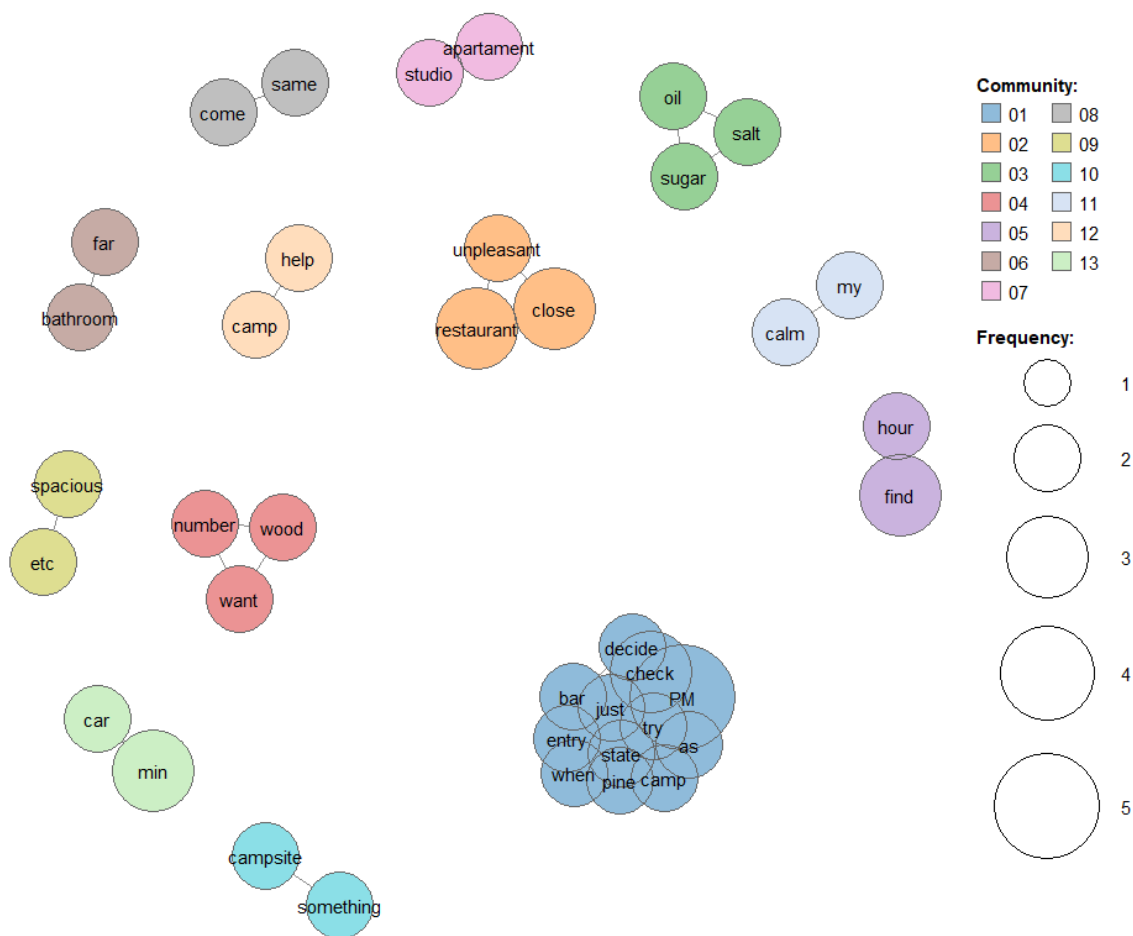


DREVERNOS KEMPINGO ATILIEPIMŲ HIERARCHINĖ DIAGRAMA
(sudaryta A.Slaboševičienės)

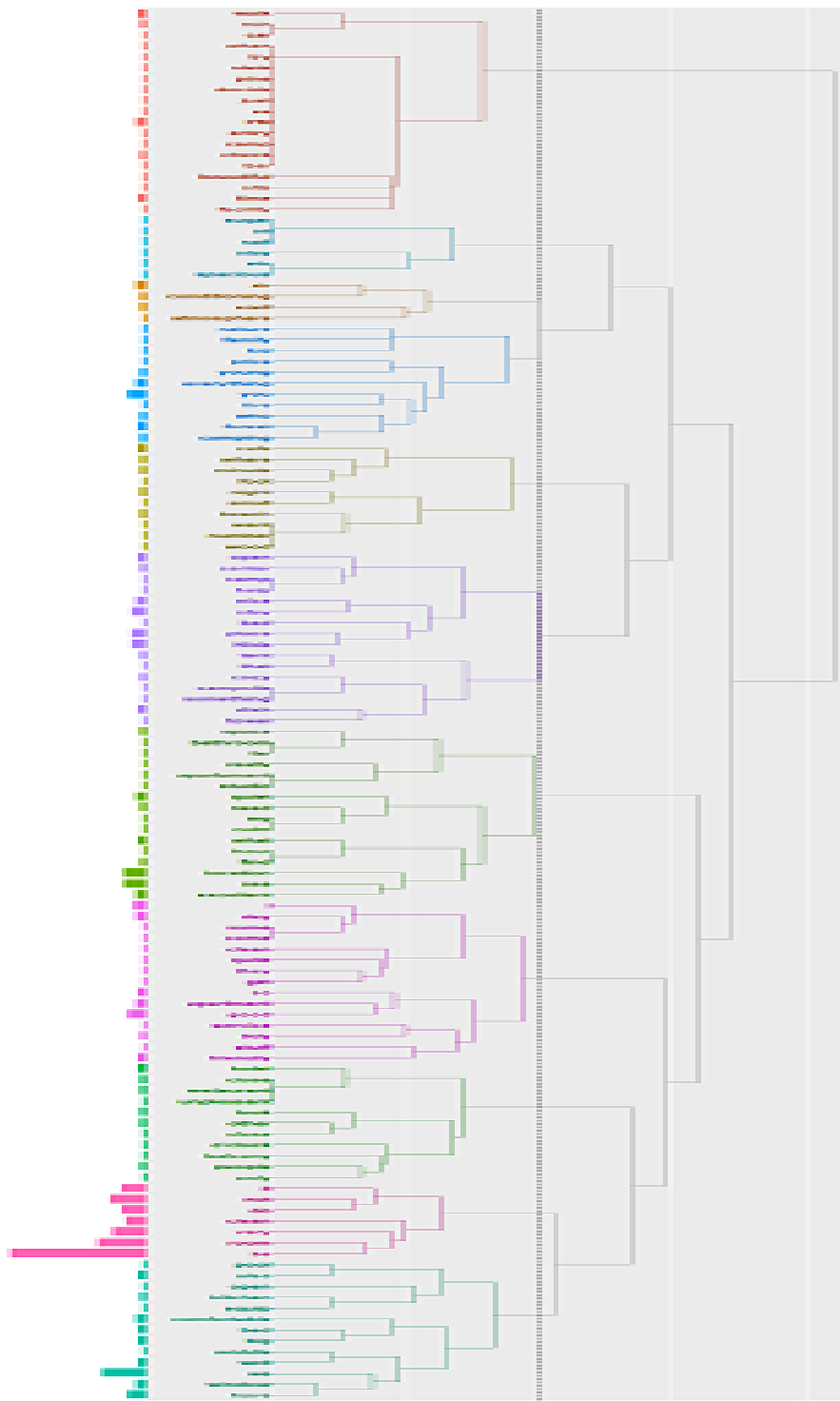


NIDOS KEMPINGO ATSLIEPIMŲ ŽODŽIŲ JUNGINIŲ DIAGRAMA

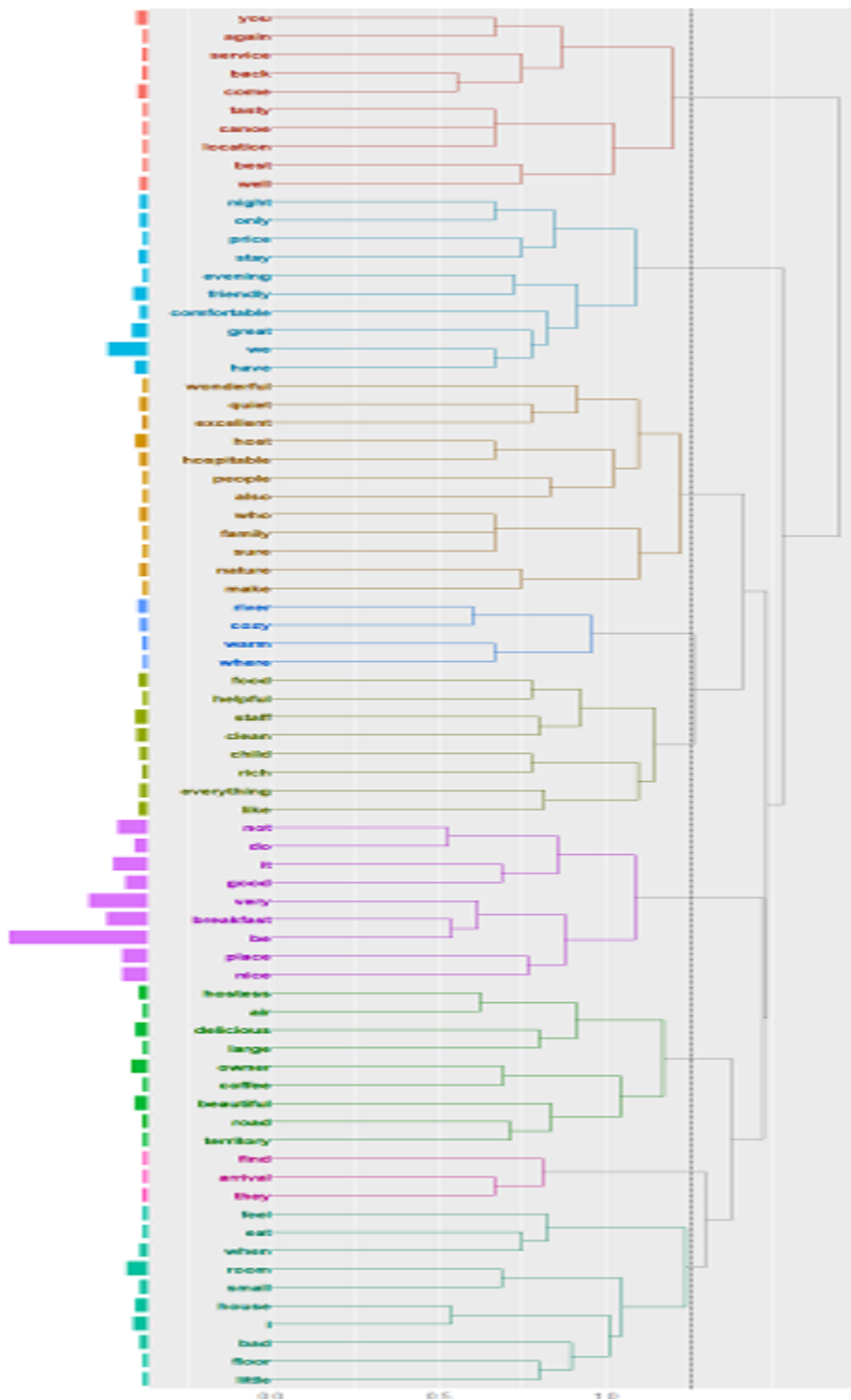
Atsiliepimai renkami iš nuorodų: www.booking.com, www.tripadvisor.com
(sudaryta A.Slaboševičienės)



NIDOS KEMPINGO ATSLIEPIMŲ HIERARCHINĖ DIAGRAMA
(sudaryta A.Slaboševičienės)

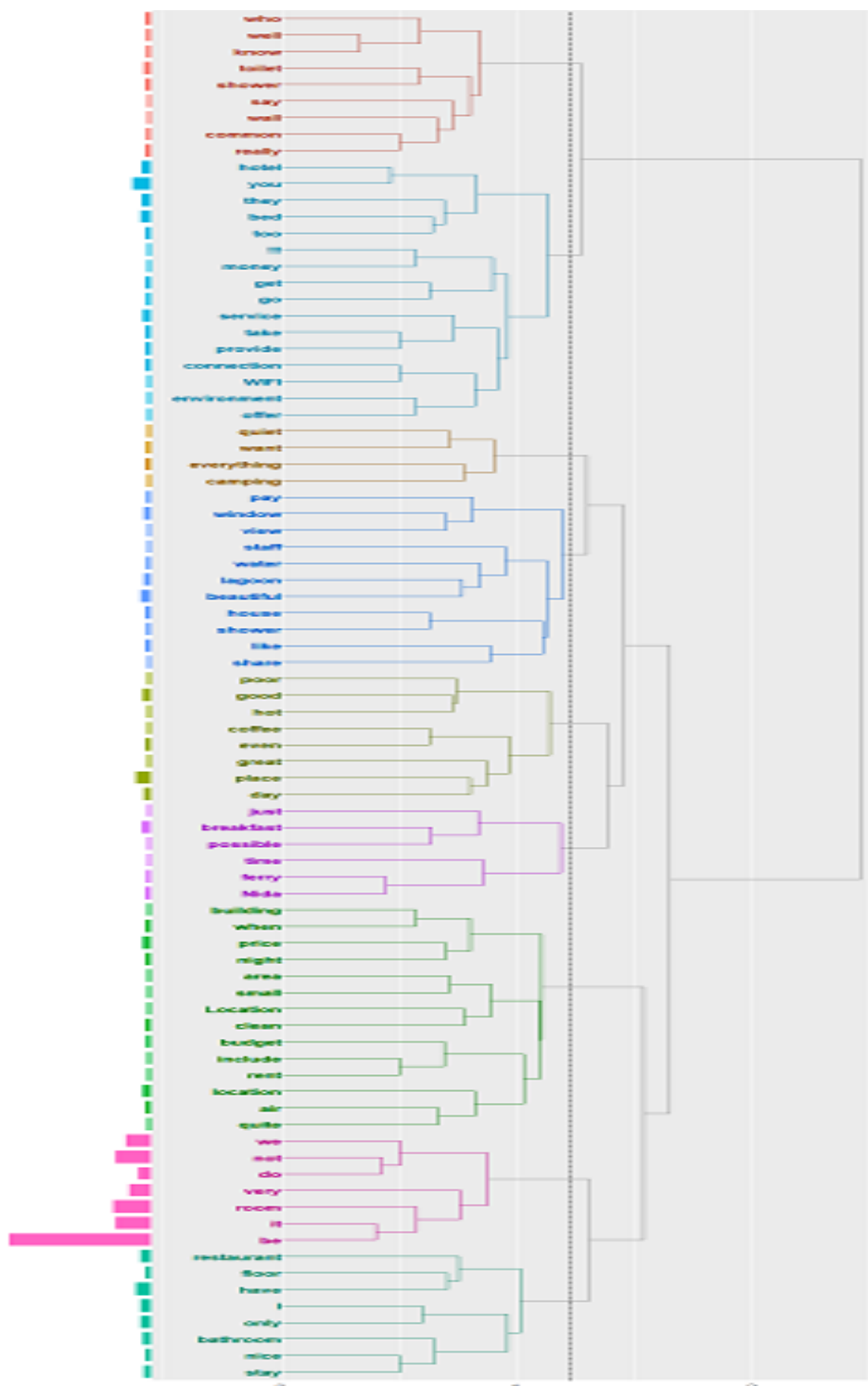


ŽEMSODŽIO KEMPINGO ATSLIEPIMŲ HIERARCHINĖ DIAGRAMA
(sudaryta A.Slaboševičienės)



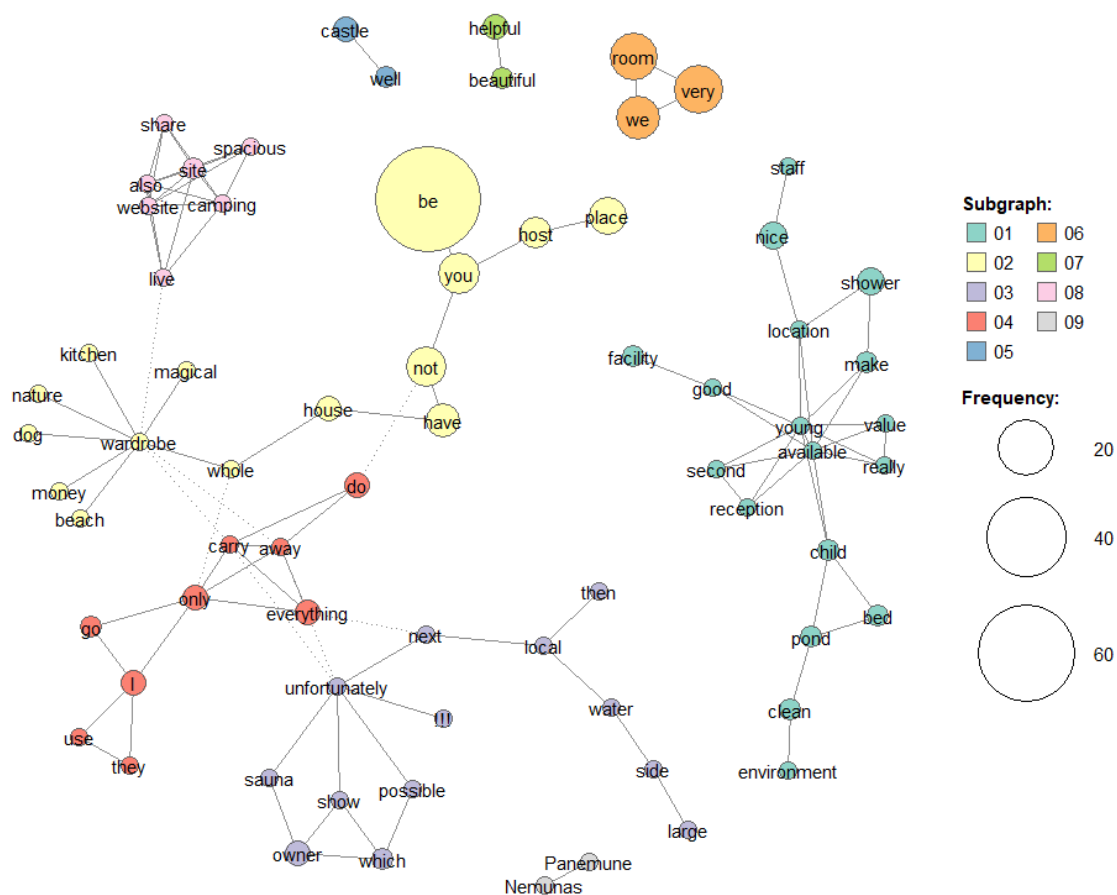
VENTAINĖS KEMPINGO ATSLIEPIMŲ HIERARCHINĖ DIAGRAMA

(sudaryta A.Slaboševičienės)

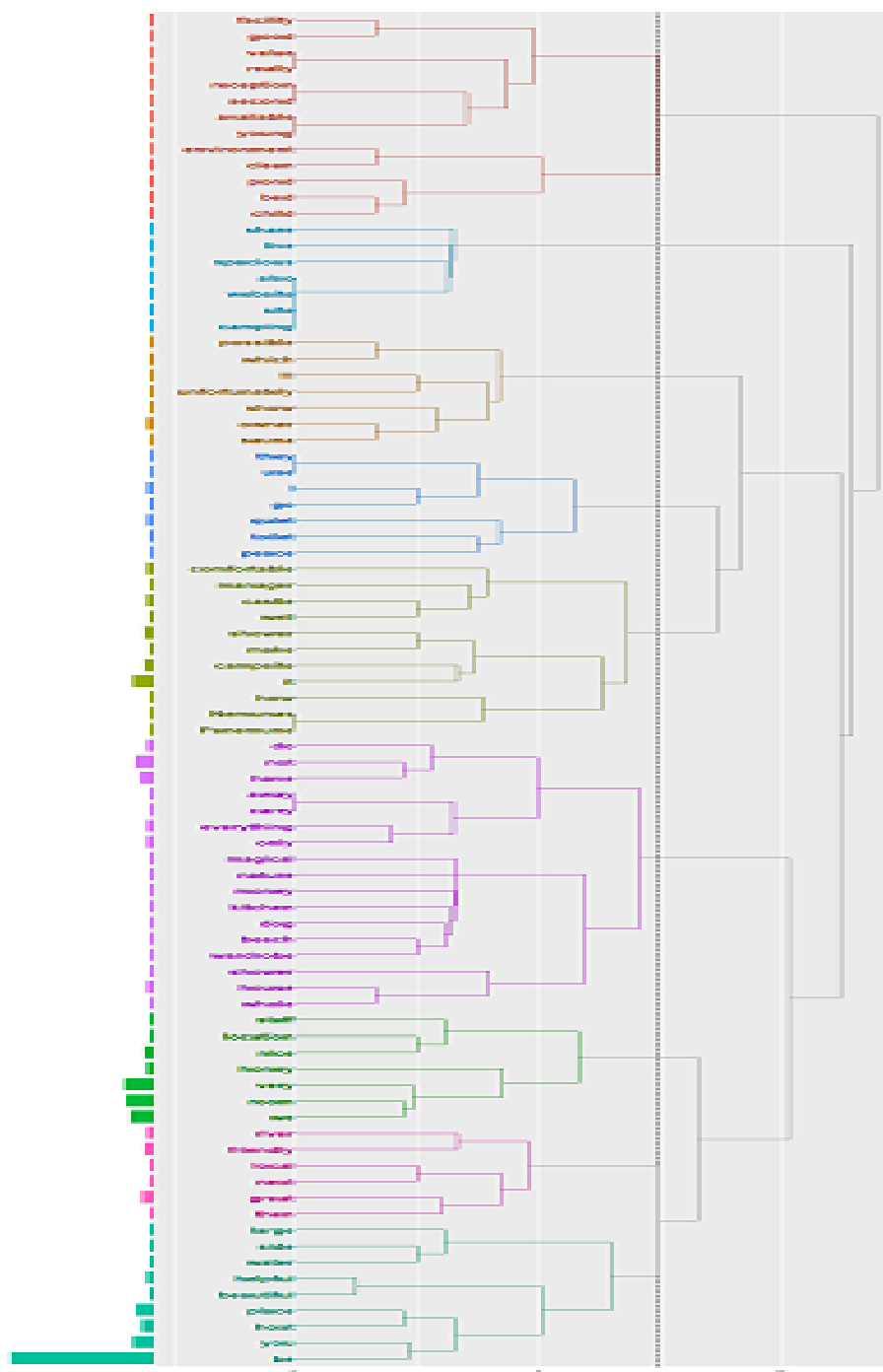


MEDAUS SLĒNIO KEMPINGO ATSLIEPIMŲ ŽODŽIŲ JUNGINIŲ DIAGRAMA

Atsiliepimai renkami iš nuorodų: www.booking.com, www.tripadvisor.com
(sudaryta A.Slaboševičienės)



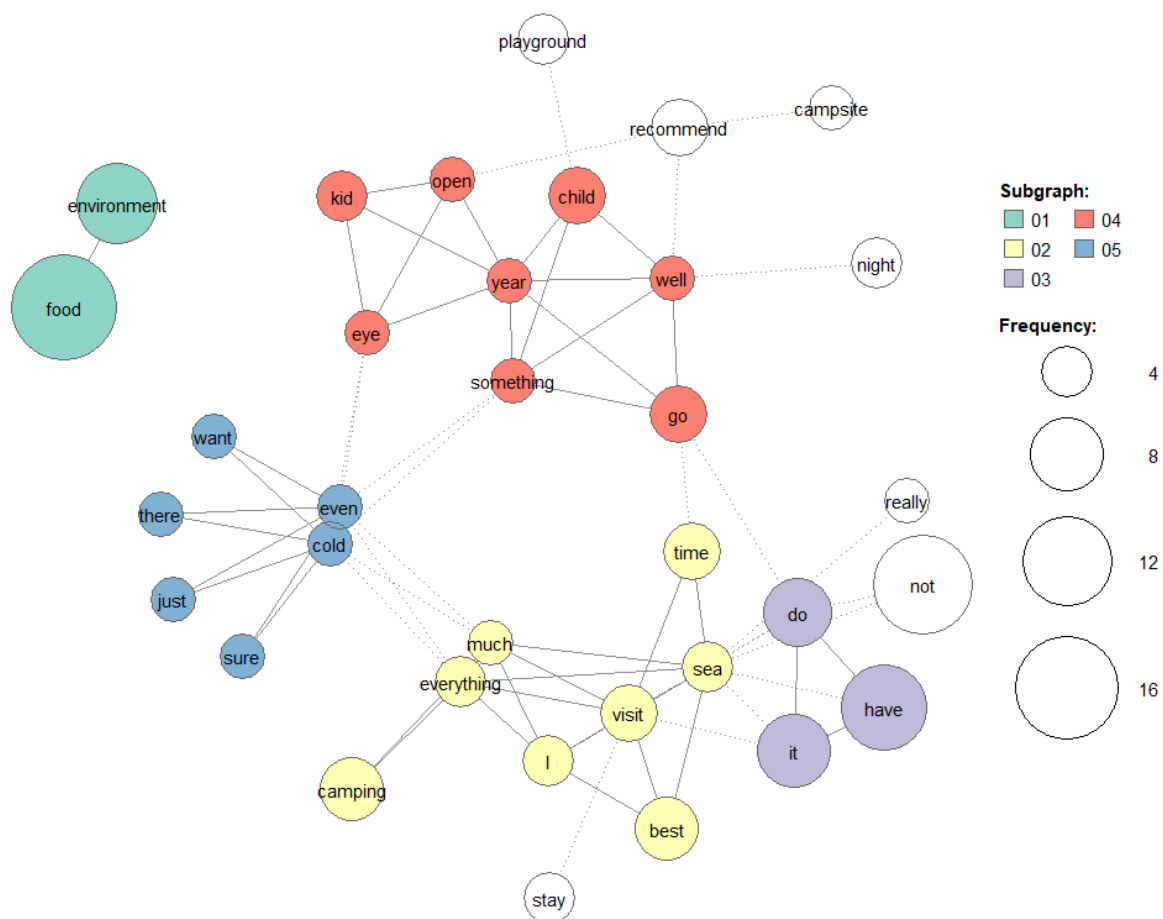
**MEDAUS SLĒNIO KEMPINGO ATSLIEPIMŲ HIERARCHINĒ
DIAGRAMA**
(sudaryta A.Slaboševičienės)



OLANDO KEPURĖS KEMPINGO ATSILIEPIMŲ ŽODŽIŲ JUNGINIŲ DIAGRAMA

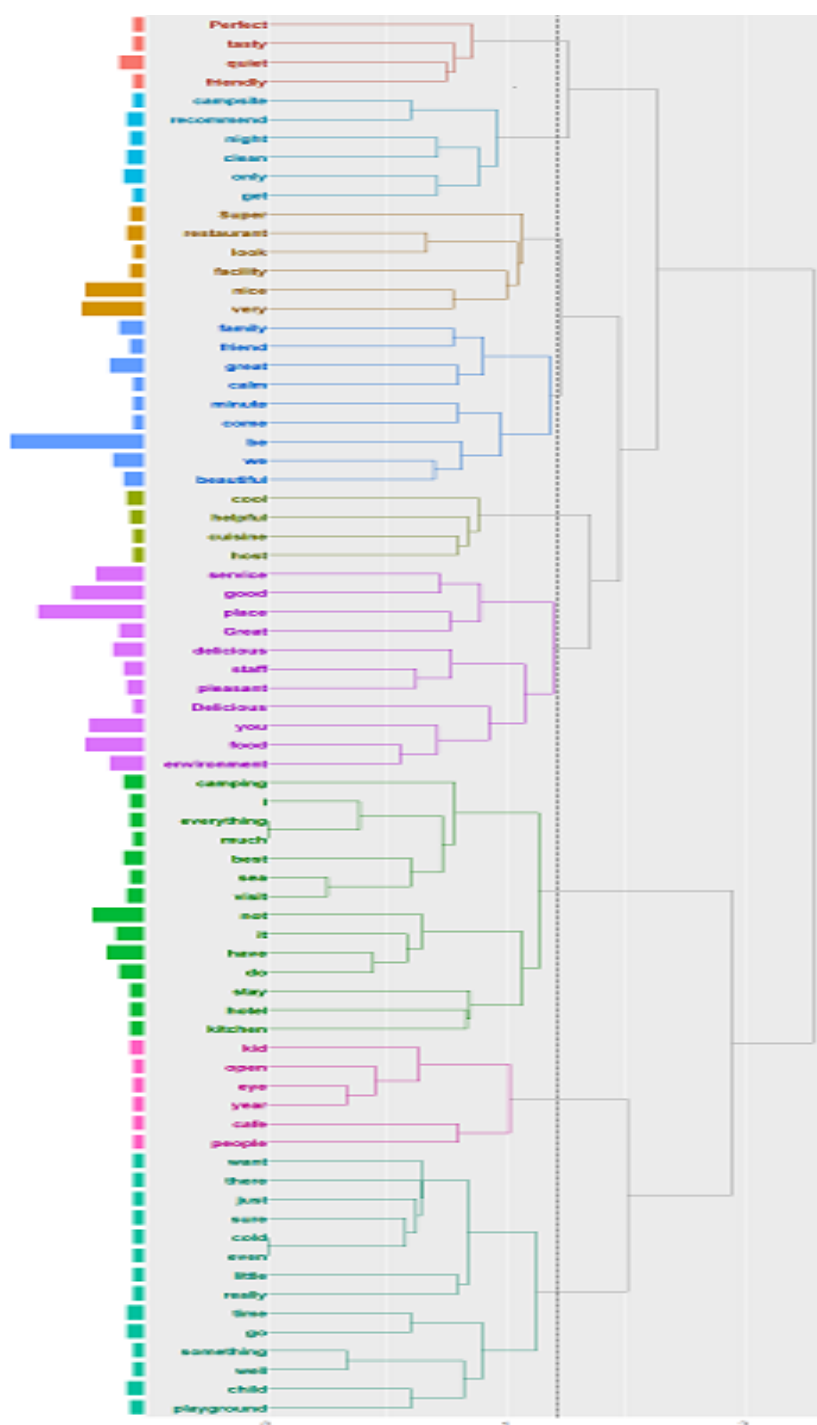
Atsiliepimai renkami iš nuorodų: www.booking.com, www.tripadvisor.com

(sudaryta A.Slaboševičienės)



OLANDO KEPURĖS KEMPINGO ATSLIEPIMŲ HIERARCHINĖ DIAGRAMA

(sudaryta A.Slaboševičienės)



EKSPERTŲ DUOMENYS

Vardas, pavardė	Informantas Nr.1
Darbovietės pavadinimas	Šventosios turizmo asociacija
Užimamos pareigos	Asociacijos prezidentas
Darbo stažas šioje įstaigoje (metais)	10 m.
Gyvenamoji vieta	Šventoji

Vardas, pavardė	Informantas Nr.2
Darbovietės pavadinimas	MB „Turizmo rinkodaros sprendimai“
Užimamos pareigos	Vadovė
Darbo stažas šioje įstaigoje (metais)	2 m.
Gyvenamoji vieta	Vilnius

Vardas, pavardė	Informantas Nr.3
Darbovietės pavadinimas	Husbilen Test. (Motorhome Test)
Užimamos pareigos	RV (pramoginių transporto priemonių testuotojas) www.husbilentest.se Fotografas, rašytojas, internetinio puslapio www.husbilentest.se redaktorius.
Darbo stažas šioje įstaigoje (metais)	15 m.
Gyvenamoji vieta	Våxtorp, Švedija

Vardas, pavardė	Informantas Nr.4
Darbovietės pavadinimas	UAB „Vilniaus hidrogeologija“, Vilniaus universitetas
Užimamos pareigos	Direktorius pavaduotojas, dėstytojas
Darbo stažas šioje įstaigoje (metais)	40 m.
Gyvenamoji vieta	Vilnius

Vardas, pavardė	Informantas Nr.5
Darbovietės pavadinimas	Palangos miesto savivaldybės administracija
Užimamos pareigos	Econominės plėtros skyriaus vedėjo pavaduotoja
Darbo stažas šioje įstaigoje (metais)	12 m.
Gyvenamoji vieta	Palanga

Vardas, pavardė	Informantas Nr.6
Darbovietės pavadinimas	UAB „Palangos vandenys“
Užimamos pareigos	Tinklų priežiūros ir statybų skyriaus vedėjo pavaduotojas

Darbo stažas šioje įstaigoje (metais)	8 m.
Gyvenamoji vieta	Palanga

Vardas, pavardė	Informantas Nr.7
Darbovietės pavadinimas	UAB „Gradiali“
Užimamos pareigos	Vadovė
Darbo stažas šioje įstaigoje (metais)	10 m.
Gyvenamoji vieta	Palanga

Vardas, pavardė	Informantas NR.8
Darbovietės pavadinimas	UAB „Atostogų parkas“
Užimamos pareigos	Pardavimų vadovas
Darbo stažas šioje įstaigoje (metais)	10 m.
Gyvenamoji vieta	Klaipėda

Vardas, pavardė	Informantas Nr.9
Darbovietės pavadinimas	GO Get Consulting
Užimamos pareigos	CEO (Gen. direktorius)
Darbo stažas šioje įstaigoje (metais)	18 m.
Gyvenamoji vieta	Eppeldorf/Luxembourg

Vardas, pavardė	Informantas Nr.10
Darbovietės pavadinimas	SDU (Pietų Danijos universitetas)
Užimamos pareigos	Profesorė, dėstytoja
Darbo stažas šioje įstaigoje (metais)	11 m.
Gyvenamoji vieta	Danija

**ŠVENTOSIOS KEMPINGO PLĖTRA
PANAUDOJANT GEOTERMINĮ MINERALINĮ VANDENĮ**
Pusiau struktūruoto interviu
KLAUSIMŲ GAIRĖS

Tikslas: ekspertinio interviu metu atskleisti Šventosios kempingo plėtros panaudojant geoterminį mineralinį vandenį galimybes.

INFOMACIJA APIE TYRIMO ORGANIZAVIMĄ IR DALYVIUS

Interviu data:	
Interviu vieta:	
Interviu trukmė:	
Interviu dalyvis:	
Organizacijos, kurioje dirba:	
Pavadinimas:	
Pareigos:	
Stažas:	
Gyvenamoji vietovė:	

TYRIMO KLAUSIMAI

Tyrimo sritis: GEROSIOS KEMPINGŲ PRAKTIKOS TURIZMO SEKTORIUJE

1. Pastarąjį dešimtmetį kempingų skaičius Lietuvoje auga, išskyrus 2018 metus, kada nuo 29 kempingų skaičius sumažėjo iki 27. Tačiau 2019 metais jau skaičiuojame 34 kempingus. Kokia Jūsų nuomonė, kas lemia šių apgyvendinimo įstaigų skaičiaus svyravimus?

2. Ar galėtumėte identifikuoti kurie Lietuvos kempingai dirba sėkmingiausiai, kuo jie išsiskiria iš kitų?

3. Kaip manote, ar Šventojoje, kurioje yra nemažai įvairaus lygio stovyklaviečių, reikalingas atitinkantis oficialius reikalavimus kempingas?

4. Jūsų nuomone, kodėl būtent Šventojoje galėtų atsirasti naujas turistinis objektas?

5. Kokį turistų segmentą galėtų pritraukti naujasis kempingas?

6. Kokius inovatyvius sprendimus galima pritaikyti, kad šis kempingas būtų išskirtinis?

Kokia Jūsų nuomonė apie geoterminio vandens panaudojimo galimybes?

7. Kaip numatyta Šventosios plėtra (uosto atstatymas, miesto infrastruktūros atnaujinimas) galėtų pasitarnauti kempingo atsiradimui?

8. Gal turite dar neišsakytų minčių ar pasiūlymų?

Tyrimo sritis: GEOTERMINIO MINERALINIO VANDENS PANAUDOJIMO ŠVENTOJOJE GALIMYBĖS

1. Ar esate tyrinėjęs Vakarų Lietuvos geoterminio vandens anomaliją?
2. Gal Šventojoje yra senų, nenaudojamų gręžinių, kuriuos būtų galima atgaivinti?
3. Ką manote apie geoterminio mineralinio vandens Šventojoje (Palangoje) panaudojimą rekreacijai?
4. Jūsų nuomone, su kokiais sunkumais galima susidurti ieškant tinkamiausios gręžiniui vietos?
5. Kokia Jūsų nuomonė apie gręžinio galimybę ant jūros kranto?
6. Ar yra galimybė, kad panaudoto geoterminio mineralinio vandens nuotekas būtų galima iškeisti į jūrą?
7. Gal teko girdėti apie kokias nors naujas technologijas, supaprastinančias ir sumažinančias gręžinio savikainą?
8. Galbūt turite dar minčių apie giluminio vandens išgavimo ir panaudojimo galimybes?

Tyrimo sritis: NEMIRSETOS KEMPINGO GEROJI PATIRTIS

1. Kokie faktoriai nulėmė kempingo vietos pasirinkimą?
2. Su kokiais sunkumais - teisiniais, techniniais susidūrėte?
3. Kokie apribojimai susiję su tuo, jog kempingas statytas ir Europos Sąjungos lėšomis?
4. Koku principu kempingas valdomas šiuo metu?
5. Kaip manote, ar kempingo vieta ir techninės galimybės pasiteisino? Ar reikėtų dar papildomų paslaugų ar pramogų?
6. Jūsų nuomone, ar reikia Palangai (Šventajai) dar vieno kempingo?
7. Gal turite minčių kuo naujasis kempingas galėtų išsiskirti?
8. Kokia Jūsų nuomonė apie kempingo su geoterminio mineralinio vandens baseinėliais nameliuose atsiradimą?
9. Galbūt yra techninių ar teisinių dalykų, kuriuos, projektuodami naują kempingą, darytumėte kitaip?
10. Jūsų nuomone, ar atsiradęs naujas kempingas padėtų pritraukti klientų į regioną?

Tyrimo sritis: GEOTERMINIO MINERALINIO VANDENS NUOTEKŲ VALYMO YPATUMAI

1. Ar UAB „Palangos vandenys“ priima valyti geoterminio mineralinio vandens nuotekas?
2. Kuo skiriasi geoterminio mineralinio ir paprasto vandens nuotekų valymas?
3. Kaip manote, ar Šventojoje išgręžus mineralinio vandens gręžinį, būtų galimybės nuotekas valyti „Palangos vandenims“?
4. Jūsų nuomone, ar užtektų pajėgumų priimti papildomai valyti didelį kiekį nuotekų?
5. Palangos vandenys išvalytas nuotekas išleidžia į Baltijos jūrą. Galbūt atsiranda technologijų, kurios planuojamam objektui (kempingui) leistų pačiam išvalyti nuotekas?
6. Kaip išaugtų valymo kaštai dėl geoterminio vandens druskingumo?
7. Kokie tikėtini sunkumai priimant geoterminio vandens nuotekas iš didelio objekto?

***Tyrimo sritis:* GEROJI GEOTERMINIO MINERALINIO VANDENS PANAUDOJIMO PRAKTIKA**

1. Kiek laiko užtruko idėją turėti mineralinio vandens gręžinį paversti realybe?
2. Kokiomis gerosiomis praktikomis rėmėtės, planuodami geoterminio mineralinio vandens panaudojimo galimybes?
3. Su kokiais sunkumais susidūrėte - teisiniais, techniniais?
4. Ar eksploatuojant gręžinį iškilo nenumatytų sunkumų? Galbūt dabar darytumėte kitokius sprendimus?
5. Jūsų apskaičiavimais, kada atsipirks investicijos į gręžinį?
6. Kokią matote mineralinio vandens naugą Jūsų įmonei?
7. Galbūt turite plėtros planų, susijusių su mineralinio vandens panaudojimu?
8. Kaip manote, ar naujų objektų, naudojančių geotermiškai mineralinį vandenį atsiradimas paskatintų konkurenciją ar bendradarbiavimą?
9. Gal turite pasiūlymų, kaip dar būtų galima panaudoti geotermiškai mineralinį vandenį?

***Tyrimo sritis:* INOVACIJOS TURIZME**

1. Esate turizmo naujovių specialistas, ką galėtumėte pasiūlyti verslininkui, kuris artimiausiu metu planuoja atidaryti kempingą? Kaip jis galėtų pritraukti klientų, būti išskirtinis, ypač esant dabartinei turizmo situacijai?
2. Savo darbe nagrinėju galimybę pastatyti kempingą su geotermiškai mineralinio vandens baseiniais nameliuose. Ar turite minčių, kaip galėtume išplėsti paslaugas šiame kempinge?
3. Kurios svetingumo sektoriaus klientų grupės atkreipia Jūsų, kaip specialisto dėmesį?
4. Jūsų nuomonė apie būsimas kempingų turizmo tendencijas – kuo įmonės turės nustebinti, norėdamos būti unikalios?

Ačiū už sugaištą laiką ir atsakymus!