

---

TARPTAUTINĖ MOKSLINĖ-PRAKTINĖ KONFERENCIJA

# **MOKSLAS IR PRAKTIKA: aktualijos ir perspektyvos**

---

KONFERENCIJOS TEZIŲ RINKINYS



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



**MARIJAMPOLĖS KOLEGIJA**  
VERSLO IR TECHNOLOGIJŲ FAKULTETAS  
VERSLO IR VADYBOS KATEDRA

**2013 m. gegužės 9-10 d.**

ISBN 978-609-8040-81-4

---



**MOKSLAS IR PRAKTIKA: aktualijos ir perspektyvos**

Konferencijos tezių rinkinys

2013 m. gegužės 9-10 d. Kaunas

ISBN 978-609-8040-81-4

LIETUVOS SPORTO UNIVERSITETAS

## Turiny

Mokslinis komitetas.....	6
Organizacinis komitetas.....	6
Konferencijos programa.....	7
<b>MARIJAMPOLĖS AEROKLUBO KAIP LAISVALAIKIO PASLAUGOS TEIKĖJO ANALIZĖ</b>	
D. Žėkaitė, K. Bradauskienė, J. Grants.....	12
<b>DARBUOTOJŲ ADAPTACIJOS YPATUMAI TURIZMO ORGANIZACIJOJE</b>	
G. Gaižauskienė, B. Švagždienė.....	12
<b>SOVIETINIO PAVELDO PLĖTOJIMAS TURIZMO SEKTORIAUS KONTEKSTE</b>	
E.Zaidotaitė, R. Navickienė.....	14
<b>MEDICINOS TURIZMO SITUACIJOS ANALIZĖ PASAULYJE IR LIETUVOJE</b>	
L. Bučinskaitė, R. Navickienė.....	14
<b>ANTREPRENERYSTĖS RAIŠKA TURIZMO VERSLE</b>	
A. Barzdaitė, R. Navickienė.....	15
<b>PENSION SYSTEM PROBLEMS IN EU COUNTRIES</b>	
D. Perkumienė, I. Krasauskaitė, F. Farkas.....	16
<b>THE LEGAL REGULATION OF WORK PROCESS</b>	
D.Perkumienė, E. Rutkauskaitė.....	16
<b>APGYVENDINIMO SEKTORIAUS KONTAKTINIŲ DARBUOTOJŲ STRESO DARBE VALDYMAS</b>	
I. Staniulytė, R. Navickienė.....	17
<b>TURIZMO PASLAUGŲ TEIKIMO SUTARTIS LIETUVOJE IR KYLANTYS GINČAI DĖL NETINKAMO JOS VYKDYMO: KELETAS TEISINIŲ ASPEKTŲ</b>	
D. Valančienė.....	17
<b>LAISVALAIKIO PRODUKTŲ DEMONSTRAVIMO LIETUVIŠKUOSE VAIDYBINIUOSE FILMUOSE VERTINIMAS</b>	
S. Jurgilaitė.....	18
<b>RECREATIONAL SPORTS SERVICE ON THE HOTEL KAMZÍK IN CZECH REPUBLIC, JESENÍK MOUNTAINS</b>	
L. Šrámková.....	19
<b>DRUSKININKŲ TURIZMO PASLAUGŲ KOKYBĖS VERTINIMAS</b>	
P. Kliauza, R. Andriukaitienė.....	20
<b>VYRESNIŲ KAIP 60 METŲ AMŽIAUS ŽMONIŲ LAISVALAIKIO PRALEIDIMO GALIMYBĖS MARIJAMPOLĖS MIESTE</b>	
M. Beržanskienė, N. Koncevičienė, K. Miškinienė.....	20
<b>INOVACIJŲ TAIKYMAS TURIZMO VERSLE</b>	
D. Gavelytė, R. Navickienė.....	21
<b>ŠIUOLAIKINIO VARTOTOJO TEORINĖ ESMĖ TURIZMO VERSLE</b>	
I. Daunorienė, R. Navickienė.....	22
<b>DARBUOTOJŲ PROFESINIŲ VERTYBIŲ ANALIZĖ</b>	
A. Aleškevičiūtė, B. Švagždienė.....	22
<b>JAUNIMO MOTYVAI RENKANTIS TARPTAUTINĘ SAVANORYSTĘ</b>	
T. Šimkutė, K. Mejerytė-Narkevičienė.....	23
<b>PSYCHOLOGICAL DETERMINANTS OF PHYSICAL ACTIVITY IN LATVIAN SENIOR POPULATION</b>	
A. Kaupuzs, V. Ivaskiene.....	24
<b>ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ - ВАЛЕОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ</b>	
Т.Н. Клепцова, Н. Козлова.....	25
<b>ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И ИНВАСПОРТ - РЕАБИЛИТАЦИЯ И АДАПТАЦИЯ ИНВАЛИДОВ</b>	
Л.С. Максимова-Якубовская, А.И. Шпаков, В.А. Кузьмин.....	25
<b>LIETUVOS RYTŲ KOVŲ MENŲ ORGANIZACIJŲ KOMUNIKACINIAI YPATUMAI</b>	
S. Kavaliauskas, V. Valuckas.....	26

<b>ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ - СРЕДСТВО ПРОФИЛАКТИКИ АСОЦИАЛЬНОГО ПОВЕДЕНИЯ ШКОЛЬНИКОВ И МОЛОДЕЖИ</b>	27
T.H. Клепцова, К. Анцыгина.....	
<b>АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ЛЕЧЕБНО - ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В ГРУЗИИ</b>	28
M. H.Иашвили, H.Г. Иашвили.....	
<b>ОЗДОРОВИТЕЛЬНАЯ ХОДЬБА -СРЕДСТВО УКРЕПЛЕНИЯ И СОХРАНЕНИЯ ЗДОРОВЬЯ</b>	29
E.A. Земба.....	
<b>STUDENTŲ MOTYVACIJA KARJEROS GALIMYBĖMS TURIZMO SEKTORIUJE</b>	30
A. Lekešytė, K. Mejerytė – Narkevičienė.....	
<b>КУЛЬТУРА ЗДОРОВЬЯ И РЕКРЕАЦИОННЫЙ ОТДЫХ - СО ШКОЛЬНОЙ СКАМЬИ</b>	31
B.H. Постникова, C.B. Постников, C.B. Манучарян, И.А. Федяй, В.П. Зайцев.....	
<b>KAUNO APSKRITIES EKOTURIZMO SITUACIJOS KAIMO TURIZMO SEKTORIUJE ANALIZĖ (teorinis aspektas)</b>	31
V. Stašaitienė, B. Švagždienė.....	
<b>SUAUGUSIŲJŲ FIZIŠKAI AKTYVIOS VEIKLOS MOTYVACIJA LYTIES ASPEKTU</b>	33
V. Ivaškienė, G. Levulienė, J. Čepelionienė, V. Ivanauskienė, A. J. Jansonienė, R. Račiūnas.....	
<b>PIGIŲ SKRYDŽIŲ AVIAKOMPANIJOS „RYANAIR“ TEIKIAMŲ PASLAUGŲ KOKYBĖS ĮVERTINIMAS</b>	33
A. Visockaitė, E. Jasinskas.....	
<b>THE HUMAN RIGHTS OF OLDER PERSONS: DEVELOPMENT OF A SPECIFIC REGIME FOR THE ELDERLY</b>	34
A. Komanovics, D. Perkumienė.....	
<b>STRESS MANAGEMENT TECHNIQUES USED BY BOXERS AND BUSHIDO FIGHTERS (PUPILS AND STUDENTS)</b>	35
D. Daukšas, V. Ivaškienė, G. Levulienė, J. Čepelionienė.....	
<b>AN INTRODUCTION TO HUMAN RIGHTS</b>	36
S. Navarro, A. Silva, D. Perkumienė.....	
<b>COLLISION BETWEEN FUNDAMENTAL RIGHTS IN SPAIN: RIGHT TO HONOR, PRIVACY AND SELF-IMAGE VERSUS THE RIGHT TO FREEDOM OF EXPRESSION</b>	37
A. Silva, Á. Acedo, D. Perkumienė.....	
<b>MARIJAMPOLĖS KOLEGIJOS ĮVAIZDŽIO ANALIZĖ</b>	38
J. Ūsaitė, G. Žilaitytė.....	
<b>ПОВЫШЕНИЕ МОТИВАЦИИ СТУДЕНТОВ К ЗАНЯТИЯМ «ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРОЙ» ПОСРЕДСТВОМ ФОРМИРОВАНИЯ ИХ ТЕЛЕСНО-ДВИГАТЕЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ</b>	40
M. И. Евстигнеева, И. В. Ерёмин.....	
<b>ФИЗИЧЕСКАЯ РЕКРЕАЦИЯ И ДВИГАТЕЛЬНАЯ РЕАБИЛИТАЦИЯ В АДАПТИВНОЙ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЕ</b>	41
И. В. Еремин, Л.А. Небытова.....	
<b>САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ И ТВОРЧЕСКАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ВЫПУСКНИКА АДАПТИВНОЙ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ</b>	41
И. С. Бушенёва, И. В. Ерёмин.....	
<b>RENGINIŲ ORGANIZAVIMO KAIP PASLAUGOS SUVOKIMAS (teorinis aspektas)</b>	42
K. Marcinkevičiūtė, I. Krikštaponytė.....	
<b>SOCIALINIO MARKETINGO PRITAIKYMO, VYKDANT FANŲ CHULIGANIŠKO ELGESIO PREVENCIJĄ, GALIMYBIŲ ANALIZĖ</b>	43
D. Komskienė, I. Plioplytė.....	
<b>SKIRTINGO FIZINIO AKTYVUMO STUDENTŲ POŽIŪRIO Į SVEIKATĄ IR RŪPINIMĄSI JA YPATUMAI</b>	44
J. Čepelionienė, V. Ivaškienė, A. Danilevičienė, A. J. Jansonienė, R. Račiūnas, K. Raškevičius, D. Velička.....	
<b>„PATVIRTINIMO“ INTEGRACIJOS Į SĖKMINGĄ ORGANIZACIJOS VERSLĄ GALIMYBIŲ ANALIZĖ</b>	45
D. Komskienė, J. Misiūnas.....	
<b>PASLAUGŲ KOKYBĖ IR JOS VERTINIMO POŽYMIAI</b>	45
J. Vasiljevaitė, R. Navickienė.....	
<b>VIRTUALAUS PASAULIO “SECOND LIFE” PRITAIKOMUMO GALIMYBĖS TURIZMO SEKTORIUJE</b>	46
A. Papadimitriou, G. Kauzaitė, R. Navickienė.....	

---

<b>EKOLOGINIO KAIMO TURIZMO VERSLO ANALIZĖ MARIJAMPOLĖS REGIONE</b>	
G. Kunaitė, I. Krikštaponytė.....	47
<b>SPORT MARKETING: IS THERE A DIFFERENCE?</b>	
L. Pilelienė.....	48
<b>APPLICATION OF NEUROMARKETING PRINCIPLES IN PRICING</b>	
L. Pilelienė.....	49
<b>VILKAVIŠKIO MIESTO PARKO INFRASTRUKTŪROS ANALIZĖ</b>	
S. Barkauskaitė, K. Bradauskienė.....	49
<b>SKRYDŽIŲ SAUGUMO VERTINIMAS (TEORINIS ASPEKTAS)</b>	
A. Leonavičius, B. Švagždienė.....	50
<b>APPLICATION POSSIBILITIES OF MOTIVATION MODEL FOR EMPLOYEE RETENTION IN LEISURE ORGANIZATIONS</b>	
V. B. Fominienė.....	52
<b>GEBĖJIMAS KONKURUOTI SPORTINIUOSE ŠOKIUOSE: TEORINIS ASPEKTAS</b>	
A. Armas.....	52
<b>VAIRUOTOJŲ RENGIMAS KLASIKINĖS IR ŠIUOLASIKINĖS UGDYMO PARADIGMŲ KONTEKSTE</b>	
J. Pauliukaitienė.....	53
<b>SOCIALUMO KAIP VARTOTOJŲ ELGSENOS KINTAMOJO RAIŠKA SOCIALINIO PAŽINIMO TEORIJŲ KONTEKSTAS</b>	
L. Kromalciienė.....	53
<b>KONFLIKTŲ RAIŠKA IR SPRENDIMO BŪDAI SPORTO ORGANIZACIJOSE</b>	
D. Komskienė, I. Birbalas, P. Kostis.....	54
<b>SPORTO VARTOTOJIŠKOS ELGSENOS YPATUMAI</b>	
D. Komskienė, T. Degutis, O. Polat.....	54

---

#### **МOKSLINIS KOMITETAS:**

PIRMININKAS - **doc. dr. Biruta Švagždienė** (Lietuvos sporto universitetas, LIETUVA).

NARIAI:

**Doc. dr. Vaidotas Viliūnas** (Marijampolės kolegija, LIETUVA);

**Prof. dr. Juris Grants** (Latvijos sporto pedagogikos akadēmija, LATVIJA);

**Doc. dr. Илья Еремин** (Ставропольский государственный медицинский университет, RUSIJA);

**Prof. dr. Antti Hahti** (Laplandijos universitetas, SUOMIJA);

**Doc. dr. Flora Farkas** (Karolis Gaspar Universitetas, VENGRIJA);

**Doc. dr. Vilija Bitė Fominienė** (Lietuvos sporto universitetas, LIETUVA);

**Doc. dr. Irena Valantinė** (Lietuvos sporto universitetas, LIETUVA);

**Doc. dr. Edmundas Jasinskas** (Lietuvos sporto universitetas, LIETUVA);

**Doc. dr. Rimantas Mikalauskas** (Lietuvos sporto universitetas, LIETUVA);

**Lekt. dr. Regina Navickienė** (Lietuvos sporto universitetas, LIETUVA);

**Violeta Eidukaitienė** (Marijampolės kolegija, LIETUVA).

#### **ORGANIZACINIS KOMITETAS:**

PIRMININKAS - **lekt. dr. Regina Navickienė** (Lietuvos sporto universitetas, LIETUVA).

NARIAI:

**Doc. dr. Irena Valantinė** (Lietuvos sporto universitetas, LIETUVA);

**Doc. dr. Biruta Švagždienė** (Lietuvos sporto universitetas, LIETUVA);

**Doc. dr. Vilija Bitė Fominienė** (Lietuvos sporto universitetas, LIETUVA);

**Lekt. Jurgita Pauliukaitienė** (Lietuvos sporto universitetas, LIETUVA);

**Lekt. Regina Andriukaitienė** (Lietuvos sporto universitetas, LIETUVA);

**Lekt. Diana Komskienė** (Lietuvos sporto universitetas, LIETUVA);

**Lekt. Saulius Kavaliauskas** (Lietuvos sporto universitetas, LIETUVA);

**Lekt. Kristina Miškinienė** (Marijampolės kolegija, LIETUVA);

**Lekt. Marija Beržanskienė** (Marijampolės kolegija, LIETUVA);

**Asist. Ingrida Krikštaponytė** (Lietuvos sporto universitetas, LIETUVA);

**Gintarė Žilaitytė** (Lietuvos sporto universitetas, LIETUVA);

**Aurelija Kuzmienė** (Lietuvos sporto universitetas, LIETUVA);

**Akvilė Akučkaitė** (Lietuvos sporto universitetas, LIETUVA);

**Dangira Žekaitė** (Marijampolės kolegija, LIETUVA);

**Jūratė Ūsaitė** (Marijampolės kolegija, LIETUVA).

## KONFERENCIJOS PROGRAMA

2013 m. gegužės 9 d.

### PLENARINĖ SESIJA

Irklavimo ir slidinėjimo techninė bazė, Perkūno al. 3a, Kaunas, 101 aud.

09.00 – 10.00	<b>REGISTRACIJA. PASITIKIMO KAVA.</b>
10.00 – 10.30	<b>KONFERENCIJOS ATIDARYMAS. SVEIKINIMO KALBOS.</b> <i>Arvydas STASIULIS, Prorektorius mokslui, Lietuvos sporto universitetas, LIETUVA</i> <i>Kristina MIŠKINIENĖ, Prodekanė, Marijampolės kolegija, LIETUVA</i> <i>Vaida GIRAITYTĖ, LR Socialinės apsaugos ir darbo ministerija, LIETUVA</i>
10.30 – 10.50	<b>JAUNIMO NEDARBO MAŽINIMAS</b> <i>Karolis ROMAŠKA, LR Socialinės apsaugos ir darbo ministerija, LIETUVA</i>
10.50 – 11.10	<b>PSO EUROPOS REGIONO POLITIKA "SVEIKATA 2020"</b> <i>Robertas PETKEVIČIUS, Pasaulinės sveikatos organizacijos atstovybė Lietuvoje, LIETUVA</i>
11.10 – 11.30	<b>FORMATION OF A MARKET OF INNOVATIVE PRODUCTS IN CLUSTERIZATION ASPECT</b> <i>Gytis JUNEVIČIUS, Lietuvos inovacijų centras, LIETUVA</i>
11.30 – 11.50	<b>NACIONALINIO SVEIKATINIMO INSTITUTO IDĖJOS IR VEIKLOS GAIRĖS</b> <i>Dainius VANAGAS, Nacionalinio sveikatinimo institutas, LIETUVA</i>
12.00 – 13.30	<b>PIETŪS</b>
13.30 – 16.45	<b>DARBAS SEKCIJOSE / STENDINIAI PRANEŠIMAI</b>
16.45 – 17.15	<b>SEKCIJŲ MODERATORIŲ PASITARIMAS</b>

### SEKCIJA "TURIZMO VADYBOS AKTUALIJOS"

Irklavimo ir slidinėjimo techninė bazė (Perkūno al. 3a, Kaunas, 101 aud.)

Sekcijos moderatoriai:

*lekt. dr. Regina NAVICKIENĖ (Lietuvos sporto universitetas, LIETUVA),*

*lekt. Violeta EIDUKAITIENĖ (Marijampolės kolegija, LIETUVA).*

13.30 - 13.45	<b>EKOLOGINIO KAIMO TURIZMO VERSLO ANALIZĖ MARIJAMPOLĖS REGIONE</b> <i>G. KUNAITĖ (Marijampolės kolegija), I. KRIKŠTAPONYTĖ (Lietuvos sporto universitetas)</i>
13.45 - 14.00	<b>SKRYDŽIŲ SAUGUMO VERTINIMAS (TEORINIS ASPEKTAS)</b> <i>A. LEONAVIČIUS, B. ŠVAGŽDIENĖ (Lietuvos sporto universitetas)</i>
14.00 - 14.15	<b>DARBUOTOJŲ ADAPTACIJOS YPATUMAI TURIZMO ORGANIZACIJOJE</b> <i>G. GAIŽAUSKIENĖ, B. ŠVAGŽDIENĖ (Lietuvos sporto universitetas)</i>
14.15 - 14.30	<b>SOVIETINIO PAVELDO PLĖTOJIMAS TURIZMO SEKTORIAUS KONTEKSTE</b> <i>E.ZAIDOTAITĖ, R. NAVICKIENĖ (Lietuvos sporto universitetas)</i>
14.30 - 14.45	<b>DRUSKININKŲ TURIZMO PASLAUGŲ KOKYBĖS VERTINIMAS</b> <i>P. KLIAUZA, R. ANDRIUKAITIENĖ (Lietuvos sporto universitetas)</i>
14.45 - 15.00	<b>KAIMO TURIZMO SODYBOS „CICKAKIEMIS“ ĮVAIZDŽIO FORMAVIMO YPATUMAI</b> <i>J. PAULIUKAITIENĖ, D. CICKEVIČIENĖ (Lietuvos sporto universitetas)</i>
15.00 - 15.15	<b>PIGIŲ SKRYDŽIŲ AVIAKOMPANIJOS „RYANAIR“ TEIKIAMŲ PASLAUGŲ KOKYBĖS ĮVERTINIMAS</b> <i>A. VIŠOCKAITĖ, E. JASINSKAS (Lietuvos sporto universitetas)</i>
15.15 - 15.30	<b>STUDENTŲ MOTYVACIJA KARJEROS GALIMYBĖMS TURIZMO SEKTORIJE</b> <i>A. LEKEŠYTĖ, K. MEJERYTĖ – NARKEVIČIENĖ (Lietuvos sporto universitetas)</i>
15.30 - 15.45	<b>VIRTUALAUS PASAULIO "SECOND LIFE" PRITAİKOMUMO GALIMYBĖS TURIZMO SEKTORIJE</b> <i>A. PAPADIMITRIOU (National and Kapodistrian University of Athens), G. KAUAITĖ, R. NAVICKIENĖ (Lietuvos sporto universitetas)</i>
15.45 - 16.00	<b>MEDICINOS TURIZMO SITUACIJOS ANALIZĖ PASAULYJE IR LIETUVOJE</b> <i>L. BUČINSKAITĖ, R. NAVICKIENĖ (Lietuvos sporto universitetas)</i>
16.00 - 16.15	<b>TURIZMO PASLAUGŲ TEIKIMO SUTARTIS LIETUVOJE IR KYLANTYS GINČAI DĖL NETINKAMO JOS VYKDYMO: KELETAS TEISINIŲ ASPEKTŲ</b> <i>D. VALANČIENĖ (Lietuvos sporto universitetas)</i>

### **SEKCIJA "TURIZMO VERSLAS GLOBALIZACIJOS KONTEKSTE"**

Irkavimo ir slidinėjimo techninė bazė, Perkūno al. 3a, Kaunas, 104 aud.

Sekcijos moderatoriai:

*doc. dr. Edmundas JASINSKAS (Lietuvos sporto universitetas, LIETUVA),  
lekt. Marija BERŽANSKIENĖ (Marijampolės kolegija, LIETUVA).*

- 13.30 - 13.45 ANTPRENERYSTĖS RAIŠKA TURIZMO VERSLE**  
*A. BARZDAITĖ, R. NAVICKIENĖ (Lietuvos sporto universitetas)*
- 13.45 - 14.00 DARBUOTOJŲ MOTYVAVIMO VERTINIMAS TURIZMO ORGANIZACIJOJE**  
*J. PAULIUKAITIENĖ, J. PILIPAVIČIENĖ (Lietuvos sporto universitetas)*
- 14.00 - 14.15 KAUNO APSKRITIES EKOTURIZMO SITUACIJOS KAIMO TURIZMO SEKTORIUJE ANALIZĖ (TEORINIS ASPEKTAS)**  
*V. STAŠAITIENĖ, B. ŠVAGŽDIENĖ (Lietuvos sporto universitetas)*
- 14.15 - 14.30 INOVACIJŲ TAIKYMAS TURIZMO VERSLE**  
*D. GAVELYTĖ, R. NAVICKIENĖ (Lietuvos sporto universitetas)*
- 14.30 - 14.45 KONFLIKTŲ VALDYMAS TURIZMO ORGANIZACIJOJE**  
*L. MICKUS, J. PAULIUKAITIENĖ (Lietuvos sporto universitetas)*
- 14.45 - 15.00 APGYVENDINIMO SEKTORIAUS KONTAKTINIŲ DARBUOTOJŲ STRESO DARBE VALDYMAS**  
*I. STANIULYTĖ, R. NAVICKIENĖ (Lietuvos sporto universitetas)*
- 15.00 - 15.15 ŠIUOLAIKINIO VARTOTOJO TEORINĖ ESMĖ TURIZMO VERSLE**  
*I. DAUNORIENĖ, R. NAVICKIENĖ (Lietuvos sporto universitetas)*
- 15.15 - 15.30 ORIGINALIŲ TURISTINIŲ OBJEKTŲ IR SAKRALINIŲ PAMINKLŲ PATRAUKLUMO JAUNIMUI SAŠAJOS**  
*K. GRIGALIAUSKAITĖ, A. KELPŠAITĖ, R. NAVICKIENĖ (Lietuvos sporto universitetas)*
- 15.30 - 15.45 INNOVATIVE APPROACH IN THE CREATION OF THE TOURISM PRODUCT**  
*A. GUSCINA (Baltic International Academy)*
- 15.45 - 16.00 UAB „EXCURSUS“ ORGANIZACINIO KLIMATO ĮTAKA DARBUOTOJŲ MOTYVACIJAI**  
*J. PAULIUKAITIENĖ, K. GRIGONIS (Lietuvos sporto universitetas)*
- 16.00 - 16.15 SKIRTINGO FIZINIO AKTYVUMO STUDENTŲ POŽIŪRIO Į SVEIKATĄ IR RŪPINIMĄSI JA YPATUMAI**  
*J. ČEPELIONIENĖ (Lietuvos sporto universitetas, Mykolo Romerio universitetas), V. IVAŠKIENĖ, A. DANILEVIČIENĖ (Lietuvos sporto universitetas), A. J. JANSONIENĖ, R. RAČIŪNAS, K. RAŠKEVIČIUS (Kauno technologijos universitetas), D. VELIČKA (Lietuvos sveikatos mokslų universitetas, Sporto institutas)*

### **SEKCIJA "SPORTAS IR LAISVALAIKIS ŠIUOLAIKINĖJE VISUOMENĖJE"**

Irkavimo ir slidinėjimo techninė bazė, Perkūno al. 3a, Kaunas, 208 aud.

Sekcijos moderatoriai:

*doc. dr. Vilija Bitė FOMINIENĖ (Lietuvos sporto universitetas, LIETUVA),  
lekt. Kristina MIŠKINIENĖ (Marijampolės kolegija, LIETUVA).*

- 13.30 - 13.45 LAISVALAIKIO PRODUKTŲ DEMONSTRAVIMO LIETUVIŠKUOSE VAIDYBINIUOSE FILMUOSE VERTINIMAS**  
*S. JURGAILAITĖ (Vytauto Didžiojo universitetas)*
- 13.45 - 14.00 VILKAVIŠKIO MIESTO PARKO INFRASTRUKTŪROS ANALIZĖ BENDRAAUTORIAI**  
*S. BARKAUSKAITĖ (Marijampolės kolegija), K. BRADAUSKIENĖ (Lietuvos sporto universitetas)*
- 14.00 - 14.15 MARIJAMPOLĖS AEROKLUBO KAIP LAISVALAIKIO PASLAUGOS TEIKĖJO ANALIZĖ**  
*D. ŽĖKAITĖ (Marijampolės kolegija), K. BRADAUSKIENĖ (Lietuvos sporto universitetas), J. GRANTS (Latvian Academy of Sport Education)*
- 14.15 - 14.30 APPLICATION POSSIBILITIES OF MOTIVATION MODEL FOR EMPLOYEE RETENTION IN LEISURE ORGANIZATIONS**  
*V. B. FOMINIENĖ (Lietuvos sporto universitetas)*
- 14.30 - 14.45 RECREATIONAL SPORTS SERVICE ON THE HOTEL KAMZÍK IN CZECH REPUBLIC, JESENÍK MOUNTAINS**  
*L. ŠRÁMKOVÁ (Palacky University in Olomouc)*
- 14.45 - 15.00 VYRESNIŲ KAIP 60 METŲ AMŽIAUS ŽMONIŲ LAISVALAIKIO PRALEIDIMO GALIMYBĖS MARIJAMPOLĖS MIESTE**



- M. BERŽANSKIENĖ, N. KONCEVIČIENĖ, K. MIŠKINIENĖ (Marijampolės kolegija)*  
**15.00 - 15.15 RENGINIŲ ORGANIZAVIMO KAIP PASLAUGOS SUVOKIMAS (TEORINIS ASPEKTAS)**  
*K. MARCINKEVIČIŪTĖ (Marijampolės kolegija), I. KRIKŠTAPONYTĖ (Lietuvos sporto universitetas)*
- 15.15 - 15.30 SPORT MARKETING: IS THERE A DIFFERENCE?**  
*L. PILELIENĖ (Vytauto Didžiojo universitetas)*
- 15.30 - 15.45 VADOVAVIMO STILIAUS ĮTAKA SPORTO ORGANIZACIJOS VEIKLAI**  
*J. PAULIUKAITIENĖ, M. SAVICKAITĖ (Lietuvos sporto universitetas)*
- 15.45 - 16.00 LIETUVOS RYTŲ KOVŲ MENŲ ORGANIZACIJŲ KOMUNIKACINIAI YPATUMAI**  
*S. KAVALIAUSKAS, V. VALUCKAS (Lietuvos sporto universitetas)*
- 16.00 - 16.15 STRESS MANAGEMENT TECHNIQUES USED BY BOXERS AND BUSHIDO FIGHTERS (PUPILS AND STUDENTS)**  
*D. DAUKŠAS (Sporto klubas „Dainrafas“), V. IVAŠKIENĖ, G. LEVULIENĖ (Lietuvos sporto universitetas), J. ČEPELIONIENĖ (Mykolo Romerio universitetas)*
- 16.15 - 16.30 GEBĖJIMAS KONKURUOTI SPORTINIULOSE ŠOKIUULOSE: TEORINIS ASPEKTAS**  
*A. ARMAS (Lietuvos sporto universitetas)*
- 16.30 - 16.45 KONFLIKTŲ RAIŠKA IR SPRENDIMO BŪDAI SPORTO ORGANIZACIJULOSE**  
*D. KOMSKIENĖ (Lietuvos sporto universitetas), I. BIRBALAS (Sabonio krepšinio centras), P. KOSTIS (National and Kapodistrian University of Athens)*
- 16.45 - 17.00 SPORTO VARTOTOJIŠKOS ELGSENO YPATUMAI**  
*Diana KOMSKIENĖ (Lietuvos sporto universitetas), Tomas DEGUTIS (Sabonio krepšinio centras), Oguzcan POLAT (Sabonio krepšinio centras)*

**SEKCIJA “VERSLAS - MOKSLUI, MOKSLAS - VERSLUI”**

Irklavimo ir slidinėjimo techninė bazė, Perkūno al. 3a, Kaunas, 209 aud.

Sekcijos moderatoriai:

*doc. dr. Rimantas MIKALAUŠKAS (Lietuvos sporto universitetas, LIETUVA),  
 asist. Algimantas VASILIAUSKAS (Marijampolės kolegija, LIETUVA).*

- 13.30 - 13.45 APPLICATION OF NEUROMARKETING PRINCIPLES IN PRICING**  
*L. PILELIENĖ (Vytauto Didžiojo universitetas)*
- 13.45 - 14.00 MARIJAMPOLĖS KOLEGIJOS ĮVAIZDŽIO ANALIZĖ**  
*J. ŪSAITĖ, G. ŽILAITYTĖ (Marijampolės kolegija)*
- 14.00 - 14.15 DARBUOTOJŲ PROFESINIŲ VERTYBIŲ ANALIZĖ**  
*A. ALEŠKEVIČIŪTĖ (Marijampolės kolegija), B. ŠVAGŽDIENĖ (Lietuvos sporto universitetas)*
- 14.15 - 14.30 VAIRUOTOJŲ RENGIMAS KLASIKINĖS IR ŠIUOLAIKINĖS UGDYMO PARADIGMŲ KONTEKSTE**  
*J. PAULIUKAITIENĖ (Šiaulių universitetas)*
- 14.30 - 14.45 JAUNIMO MOTYVAI RENKANTIS TARPTAUTINĘ SAVANORYSTĘ**  
*T. ŠIMKUTĖ, K. MEJERYTĖ-NARKEVIČIENĖ (Lietuvos sporto universitetas)*
- 14.45 - 15.00 PASLAUGŲ KOKYBĖ IR JOS VERTINIMO POŽYMIAI**  
*J. VASILJEVAITĖ, R. NAVICKIENĖ (Lietuvos sporto universitetas)*
- 15.00 - 15.15 “PATVIRTINIMO” INTEGRACIJOS Į SĖKMINGĄ ORGANIZACIJOS VERSLĄ GALIMYBIŲ ANALIZĖ**  
*D. KOMSKIENĖ, J. MISIŪNAS (Lietuvos sporto universitetas)*
- 15.15 - 15.30 PSYCHOLOGICAL DETERMINANTS OF PHYSICAL ACTIVITY IN LATVIAN SENIOR POPULATION**  
*A. KAUPUZS (Rezekne Higher Education Institution), V. IVAŠKIENĖ (Lietuvos sporto universitetas)*
- 15.30 - 15.45 SUAUGUSIŲJŲ FIZIŠKAI AKTYVIOS VEIKLOS MOTYVACIJA LYTIES ASPEKTU**  
*V. IVAŠKIENĖ, G. LEVULIENĖ (Lietuvos sporto universitetas), J. ČEPELIONIENĖ (Mykolo Romerio universitetas), V. IVANAUSKIENĖ (Vytauto Didžiojo universitetas), A. J. JANSONIENĖ, R. RAČIŪNAS (Kauno technologijos universitetas)*
- 15.45 - 16.00 SOCIALINIO MARKETINGO PRITAIKYMO, VYKDANT FANŲ CHULIGANIŠKO ELGESIO PREVENCIJĄ, GALIMYBIŲ ANALIZĖ**  
*D. KOMSKIENĖ, I. PLIOPLYTĖ (Lietuvos sporto universitetas)*

**STENDINIAI PRANEŠIMAI**  
**“VERSLAS - MOKSLUI, MOKSLAS - VERSLUI”**

Irklavimo ir slidinėjimo techninė bazė, Perkūno al. 3a, Kaunas, II aukštas  
Sekcijos moderatoriai:

*lekt. Jurgita PAULIUKAITIENĖ (Lietuvos sporto universitetas, LIETUVA),  
asist. Ingrida KRIKŠTAPONYTĖ (Lietuvos sporto universitetas, LIETUVA).*

- 13.30 - 13.40** **ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ - ВАЛЕОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ**  
*Т.Н. КЛЕПЦОВА, Н. КОЗЛОВА (Сибирский государственный аэрокосмический университет имени академика М.Ф. Решетнева)*
- 13.40 - 13.50** **PENSION SYSTEM PROBLEMS IN EU COUNTRIES**  
*D. PERKUMIENĖ, I. KRASAUSKAITĖ (Kauno kolegija), Flora FARKAS (Karolis Gaspar University)*
- 13.50 - 14.00** **ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И ИНВАСПОРТ - РЕАБИЛИТАЦИЯ И АДАПТАЦИЯ ИНВАЛИДОВ**  
*Л.С. МАКСИМОВА-ЯКУБОВСКАЯ (Институт градостроительства, управления и региональной экономики сибирского федерального университета), А.И. ШПАКОВ (Гродненский государственный университет имени Янки Купалы), В.А. КУЗЬМИН (Сибирский государственный аэрокосмический университет имени академика М.Ф. Решетнёва)*
- 14.00 - 14.10** **THE LEGAL REGULATION OF WORK PROCESS**  
*D. PERKUMIENĖ, E. RUTKAUSKAITĖ (Kauno kolegija)*
- 14.10 - 14.20** **ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ - СРЕДСТВО ПРОФИЛАКТИКИ АСОЦИАЛЬНОГО ПОВЕДЕНИЯ ШКОЛЬНИКОВ И МОЛОДЕЖИ**  
*Т.Н. КЛЕПЦОВ., К. АНЦЫГИНА (Сибирский государственный аэрокосмический университет имени академика М. Ф. Решетнева)*
- 14.20 - 14.30** **АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ЛЕЧЕБНО - ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В ГРУЗИИ**  
*М. Н. ИАШВИЛИ (Государственный университет имени И.Чавчавадзе), Н.Г. ИАШВИЛИ (Грузинский технический университет)*
- 14.30 - 14.40** **ОЗДОРОВИТЕЛЬНАЯ ХОДЬБА - СРЕДСТВО УКРЕПЛЕНИЯ И СОХРАНЕНИЯ ЗДОРОВЬЯ**  
*Е.А. ЗЕМБА (Сибирский государственный аэрокосмический университет имени академика М.Ф. Решетнёва)*
- 14.50 - 15.00** **КУЛЬТУРА ЗДОРОВЬЯ И РЕКРЕАЦИОННЫЙ ОТДЫХ - СО ШКОЛЬНОЙ СКАМЬИ**  
*В.Н. ПОСТНИКОВА, С.В. ПОСТНИКОВ, С.В. МАНУЧАРЯН, И.А. ФЕДЯЙ, В.П. ЗАЙЦЕВ (Харьковская государственная академия физической культуры, Российская академия естественных наук, Учебно-воспитательный комплекс «школа – учебно-производственный комбинат №1»)*
- 15.00 - 15.10** **THE HUMAN RIGHTS OF OLDER PERSONS: DEVELOPMENT OF A SPECIFIC REGIME FOR THE ELDERLY**  
*A. KOMANOVICS (Janus Pannonius University), D. PERKUMIENĖ (Kauno kolegija)*
- 15.10 - 15.20** **AN INTRODUCTION TO HUMAN RIGHTS**  
*S. NAVARRO (Charles University), A. SILVA (University of Extremadura), D. PERKUMIENĖ (Kauno kolegija)*
- 15.20 - 15.30** **ПОВЫШЕНИЕ МОТИВАЦИИ СТУДЕНТОВ К ЗАНЯТИЯМ «ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРОЙ» ПОСРЕДСТВОМ ФОРМИРОВАНИЯ ИХ ТЕЛЕСНО-ДВИГАТЕЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ**  
*М.И. ЕВСТИГНЕЕВА, И. В. ЕРЁМИН (Ставропольский государственный медицинский университет)*
- 15.30 – 15.40** **ФИЗИЧЕСКАЯ РЕКРЕАЦИЯ И ДВИГАТЕЛЬНАЯ РЕАБИЛИТАЦИЯ В АДАПТИВНОЙ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЕ**  
*И. В. ЕРЁМИН, Л. А. НЕБЫТОВА (Ставропольский государственный медицинский университет)*
- 16.30 – 16.40** **САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ И ТВОРЧЕСКАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ВЫПУСКНИКА АДАПТИВНОЙ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ**  
*И. С. БУШЕНЁВА, И. В. ЕРЁМИН (Ставропольский государственный медицинский университет)*
- 15.40 – 15.50** **SOCIALUMO KAIP VARTOTOJŲ ELGSENOS KINTAMOJO RAIŠKA SOCIALINIO PAŽINIMO TEORIJŲ KONTEKSTAS**  
*L. KROMALCIENĖ (Kauno technologijos universitetas)*
- 16.00 – 16.10** **COLLISION BETWEEN FUNDAMENTAL RIGHTS IN SPAIN: RIGHT TO HONOR, PRIVACY AND SELF-IMAGE VERSUS THE RIGHT TO FREEDOM OF EXPRESSION**  
*A. Silva, Á. Acedo (University of Extremadura, Spain), D. Perkumienė (Kauno kolegija)*

---

**2013 m. gegužės 10 d.**  
Lietuvos sporto universitetas  
Sporto vadybos, ekonomikos ir sociologijos katedra  
Perkūno al. 3 a, 206 k., KAUNAS

**10.00 – 10.30      REGISTRACIJA**  
**10.30 – 12.30      SUSITIKIMAS SU SOCIALINIAIS PARTNERIAIS**  
**12.30 – 13.30      PIETŪS**  
**13.30 – 15.30      EKSKURSIJA PO KAUNO MIESTĄ**

---

## MARIJAMPOLĖS AEROKLUBO KAIP LAISVALAIKIO PASLAUGOS TEIKĖJO ANALIZĖ

*D. Žekaitė, Marijampolės kolegija*

*K. Bradauskienė, Lietuvos sporto universitetas*

*J. Grants, Latvian Academy of Sport Education (Latvija)*

Laisvalaikio aprašymų randama jau tolimoje senovėje, tačiau jo aktualumas iki šių laikų ne tik, kad neišblėso, bet netgi labai išpopuliarėjo. Laisvalaikio paslauga yra svarbi ir aktuali šiuolaikinėje visuomenėje, nes turi didelę įtaką žmogaus savijautai, jo atliekamų darbų produktyvumui, taip pat padeda ugdyti asmenybę, bei plėsti akiratį. Dažnai žmonės laisvalaikį supranta klaidingai, jį vertina tik kaip laiką pasilinksminimams ar pasyviu poilsiui. Mokslininkai laisvalaikio paslaugą pristato kaip aktyvią, veiklią žmogaus būseną, padedančią gaivinti žmogaus jėgas, pailsėti, tobulinti asmenybę, tenkinti interesus, norus ir polinkius. Laisvalaikio paslaugos dažniausiai pasirenkamos norint atsipalaiduoti po darbo, suplanuoti savaitgalį ar atostogas. Planuojant laisvalaikį pirmiausiai reikia nuspręsti kokio tipo laisvalaikiu norima užsiimti – pasyviu ar aktyviu. Laisvalaikį galima planuoti patiems, naudojantis informacija internete, draugų rekomendacijomis, pasikliaujant savo fantazija arba naudotis laisvalaikio paslaugas teikiančių įmonių paslaugomis. Analizuojant Marijampolės aeroklubo teikiamas paslaugas pirmiausiai reikėjo išsiaiškinti kas yra oro paslauga ir kuo ją galima sieti su turizmu bei laisvalaikiu. Oro pramogos neatsiejamos nuo laisvalaikio, nes jų esmė padėti žmogui gerai praleisti laiką, išnaudoti susikaupusią energiją, patirti neišdildomų įspūdžių ir išbandyti naują pramogą. Marijampolės aeroklubas nebuvo analizuojamas kaip laisvalaikio paslaugos teikėjas. Problema: Marijampolės aeroklubo teikiamos paslaugos yra aktualios ir turi perspektyvų turizmo versle, kaip šios paslaugos gali pritraukti turistus. Šis straipsnis yra aktualus ir naujas tiek teorine, tiek praktine prasme. Objektas: laisvalaikio paslauga. Tikslas: atlikti Marijampolės aeroklubo kaip laisvalaikio paslaugos teikėjo analizę. Uždaviniai: Apibrėžti laisvalaikio ir oro paslaugų teorinę sampratą; Pristatyti aeroklubų situaciją Lietuvoje ir Marijampolės aeroklubą; Iširti Marijampolės aeroklubo kaip laisvalaikio paslaugos teikėją. Laisvalaikio terminas buvo naudojamas jau tolimoje senovėje, tačiau jo supratimas buvo kur kas siauresnis. Šiais laikais laisvalaikis yra neatsiejamas nuo žmogaus gyvenimo būdo. Laisvalaikio paslaugos dažniausiai pasirenkamos norint atsipalaiduoti po darbo, suplanuoti savaitgalį ar atostogas. Planuojant laisvalaikį pirmiausiai reikia nuspręsti kokio tipo laisvalaikiu norima užsiimti – pasyviu ar aktyviu. Laisvalaikį galima planuoti patiems, naudojantis informacija internete, draugų rekomendacijomis, pasikliaujant savo fantazija arba naudotis laisvalaikio paslaugas teikiančių įmonių paslaugomis. Oro pramogos neatsiejamos nuo laisvalaikio, nes jų esmė padėti žmogui gerai praleisti laiką, išnaudoti susikaupusią energiją, patirti neišdildomų įspūdžių ir išbandyti naują pramogą. Informacijos apie oro pramogas nėra labai daug, galima teigti, jog taip yra, nes jos dar nėra labai populiarios Lietuvoje. Dauguma lietuvių dar nėra linkę patirti ekstremalius pojūčius. Oro pramogas dažniausiai renkasi jaunesni žmonės, tačiau atsiranda ir vyresnių žmonių norinčių jas išbandyti. Priimtinausias jaunimui laisvalaikio suvokimas yra žmogaus interesų, norų, polinkių tenkinimo, aktyvios veiklos pasirinktoje srityje laikas. Tai reiškia, labai svarbu interesų tenkinimas ir pasirinkimo laisvė. Marijampolės aeroklubo teikiamos paslaugos gali būti pritaikytos kaip turistų paaukos priemonė: pramoginiai šuoliai parašiotu, apžvalginiai skrydžiai lėktuvu ir parodomieji parašiutininkų šuoliai renginių metu domina turistus. Svarbu pažymėti ir tai, kad Marijampolės aeroklubas yra tinkamas jaunimo laisvalaikio užimtumo organizatorius. Marijampolės aeroklubui reikėtų daugiau dėmesio skirti reklamai, taip jie pritrauktų daugiau norinčių prisijungti prie klubo veiklos, arba tiesiog norinčių patirti ekstremalių pojūčių. Pritraukdamas daugiau klientų, aerodromas galėtų mažinti paslaugų kainas, tai taptų lengviau prieinama pramoga ir vartotojų ratas dar labiau prasiplėstų.

## DARBUOTOJŲ ADAPTACIJOS YPATUMAI TURIZMO ORGANIZACIJOJE

*G. Gaižauskienė, B. Švagždienė, Lietuvos sporto universitetas*

Vienas iš labiausiai diskutuojamų ir analizuojamų objektų organizacijose yra darbuotojas, bei jo adaptacinis periodas organizacijos viduje. Nuo 1990 metų tarptautinėse darbo rinkose pastebimi

ryškūs pokyčiai darbuotojo ir organizacijos santykiuose. Kaip teigia McWilliams, Siegel, et al., (2006) pradedama daugiau dėmesio skirti darbuotojo gerovei. Apie socialinę atsakomybę organizacijoje buvo prabilta dar XVII a. ir buvo kalbėta, diskutuota ir svarstyta jos svarba. Tai buvo sunkiai suprantama tuometinėms organizacijoms, tačiau nenuginčijamai pritarta, kad tik socialiai ir materialiai aprūpintas darbuotojas organizacijai galės duoti daugiau ir sėkmingai joje galės augti (Cowper-Smith and de Grosbois, 2010). Pastebėta, kad organizacijos, didindamos socialines atsakomybes darbuotojo atžvilgiu, sugeba į įmones pritraukti gabius, gerus darbuotojus ir taip sukurti tinkamą socialinę aplinką (Albinger and Freeman et al., 2000). Šiuolaikinėje organizacijoje darbuotojo adaptacija tapo vienas iš svarbiausių analizės objektų. Ypatingas dėmesys adaptacijos procesui skiriamas turizmo organizacijose, kuris yra neatsiejamas nuo pačio verslo kaitos. Turizmo verslas reikalauja daug ištvėmės, fizinio bei emocinio pasiruošimo, todėl jei darbuotojas nėra tinkamai paruošiamas šiam darbui, neišvengiamas kaitos dėsnis. Įmonėse pradėtos taikyti programos, kurių pagalba organizacijos stengiasi suteikti kokybiškas bei palankias darbo sąlygas. Pastebėta, kad taip siekiama išvengti darbuotojų kaitos, bei motyvuoti ir ugdyti jo paties asmenines savybes. Lee and Park, (2009) ir Inoue and Lee (2010) teigimu, būdama socialiai atsakinga už darbuotoją, organizacija sukuria stiprius tarpusavio santykius, darbuotojas tampa lojalus organizacijai, ugdo kompetencijas bei abipusę atsakomybę. Analizuojant šią aktualią ir naują temą formuojamas probleminis klausimas: Kokie yra darbuotojų adaptacijos ypatumai turizmo organizacijoje? Objektas: darbuotojų adaptacija. Straipsnio tikslas: Atskleisti darbuotojų adaptacijos situaciją ir pristatyti ypatumus turizmo organizacijoje. Išvados: Naujas darbuotojas susiduria su naujais iššūkiais: organizacija, kolektyvas, emocijos, kompetencijos stoka, stresas, abejonės. Žmogus, norėdamas kuo greičiau pritapti, atstatyti pusiausvyros būseną, iš dalies keičia savo elgesį, prisitaiko prie pakitusios aplinkos, o tuo pačiu ir pakeičia aplinkos elementus, kuriuos geba valdyti ir kontroliuoti. Adaptacijos pradžioje individas patiria daugybę vidinių prieštaravimų, veiklos organizavimo sunkumų, kol įveikia pradinį elgesio būdo stereotipą ir įvyksta pedagoginė, socialinė bei psichologinė adaptacija. Ji niekada nebūna absoliuti, nes žmogus visą gyvenimą keičia savo pažiūras, vertybes, įsisavina naujas socialines erdves. Šio proceso metu individas įgyja savybių, būtinų jo gyvenimo kokybei ir sėkmingai veiklai užtikrinti. Kiekviename amžiaus tarpsnyje galima įžvelgti tam tikrų adaptacinių laikotarpių, kurie pasižymi savitais ypatumais, bet kiekvienas žmogus bręsdamas ir tobulėdamas, turi pats įveikti jam iškylančius sunkumus. Asmenybės elgesys, skatinantis individą aktyviai ir tikslingai sąveikai su socialine aplinka bei sukuriantis tam tikrų prielaidų socializacijos proceso sėkmei (arba nesėkmei), dėl savo struktūros, veikimo mechanizmų ir funkcijų, yra sudėtingas darinys, kurį sąlygiškai galima įvardinti kaip prigimties bei patirties sąveikos rezultata. Procesai vykstantys vaikystėje ir paauglystėje, iki darbo paieškos, suformuoja žmogaus pirminę reakciją į adaptacijos procesą naujoje organizacijoje. Žmogaus prisitaikymas prie jį supančios naujos aplinkos yra neatsiejamas, nuo santykių, supančių jį artimoje aplinkoje. Įgyta patirtis praeityje leidžia naujam darbuotojui lengvai (sunkiai) prisitaikyti arba atmesti naują aplinką. Remiantis įvairiais požiūriais, atskleidžiančiais adaptacijos proceso įvairiapusiškumą, paaiškėja, kad darbuotojo adaptacija priklauso nuo gebėjimo socializuotis, kaip individuali asmenybė, suformuota per tam tikrą laiką, organizacijoje. Kiekviena organizacija pasirenka tinkamiausią adaptacijos metodą, kurį taiko naujo darbuotojo adaptacijai darbo vietoje, tačiau neišvengiamai susiduria su žmogiškųjų poreikių piramide. Tai patys svarbiausi adaptacinio proceso ypatumai, kuriuos patenkinus organizacija sukuria sau lojalų ir ištikimą darbuotoją. Adaptacijos pradžia prasideda kartu su egzistencija. Nuo to, kaip suformuos individo asmenybė, kaip jam seksis socializuotis visuomenėje, priklauso šeima, kurioje jis buvo, bendraamžių ir net mokymosi laikotarpio. Visuomenės požiūris ir elgesio normos formuoja taisykles, kurios yra priimtinos įvairiose gyvenimo etapuose. Turizmo organizacijos lygmenyje, adaptacija pasireiškia įsidarbinus. Ir tik sėkmingai pasiekus profesinę, socialinę ir psichologinę adaptaciją, darbuotojas tampa pilnaverčiu organizacijos dalyviu. Tada jis teikia naudą įmonei, o ji savo ruožtu, leidžia pasiekti gyvenime savęs realizavimą

## SOVIETINIO PAVELDO PLĖTOJIMAS TURIZMO SEKTORIAUS KONTEKSTE

*E. Zaidotaitė, R. Navickienė, Lietuvos sporto universitetas*

Nuo 1990 metų, Vakarų postmodernizmo turistai pradėjo atkreipti dėmesį į komunistines Vidurio ir Rytų Europos šalis, kaip į potencialiai galimas atostogavimo bei poilsavimo vietas. Tuo pačiu metu stipriai išaugo alternatyvus ar specialių poreikių turizmas. Pamatinis motyvas – išskirtinumo paieškos bei kitų vietovių istorijos ir patirties pažinimas. Vidurio ir Rytų Europos regionai, kuriuose gausu komunistinio režimo paveldo, gali pasiūlyti tokią patirtį ir lankytinas vietas tiems, kurie tiesiogiai domisi komunistinio laikotarpio istorija ir tiems, kurie domisi paveldu iš esmės. Taip pat, nuo komunistinio režimo viešpatavimo žlugimo, Vidurio ir Rytų Europos šalys kūrė naują savo šalies identitetą. Didžioji buvusio bloko valstybių dalis šiuo metu savo identitetą tapatina su sovietinio laikotarpio paveldu ir pripažįsta tokio paveldo svarbą šalies kultūros raidoje. Taigi, sovietinį paveldą galima vadinti specialų poreikių turizmo ištekliumi, kuris puikiai reprezentuotų šalies ir jos 1941 – 1990 metų istorijos laikotarpį tiek politiniu, tiek kultūriniu aspektu. Sekant tokių šalių kaip: Rumunija, Vengrija, Lenkija, Vokietija ir t.t., pavyzdžiu, galima teigti, kad turistinis maršrutas, komunistinio paveldo pagrindu, nepaliktų abejingų keliautojų. Taip pat, minėtų šalių atveju, sovietinio paveldo pritaikomumas turizmo sektoriuje buvo ne tik lengvai išspręstas, tačiau ir pasiteisinęs, atnešęs nemažą naudą bei teigiamai priimtas visuomenės. Svarbu paminėti ir tai, kad sovietinio paveldo naudojimas turizmo sektoriuje siejamas ne tik su išvykstatumu ar atvykstatumu turizmu, tačiau ir su vietiniu turizmu. Vietinių gyventojų susidomėjimas tokia turizmo sritimi sietinas su sovietinio laikotarpio istorijos švietimu, nostalgija, noru prisiminti ir prisiliesti prie buvusio gyvenimo laikotarpio bei kultūros ir nacionalizmo puoselėjimu. Iš čia kyla esminis klausimas, kas stabdo sovietinio paveldo plėtojimą turizmo sektoriuje? Tikslas – nusakyti sovietinio paveldo plėtojimą turizmo sektoriuje įtakojančius veiksnius. Išvados: Tikslų sovietinio paveldo sąvoką nusakyti sunku, todėl sovietinis paveldas susietas su komunistinio režimo laikotarpio (1941 – 1990 m.) palikimu valstybės teritorijoje. Taip komunistinį paveldą siejant su tuometine istorija, tuometinės architektūros ir urbanistikos paveldu, to meto rašto, spaudos, meno, muzikos, kino, teatro, gyvenimo būdo, vertybių, taisyklių (mokyklinės uniformos), judėjimų (pionierių, spaliukų), interjero dizaino ir kitų intelektualinių bei praktinių veiklų sukurtų objektų (tarybinių automobilių, transporto priemonių, skulptūrų, memorialinių objektų ir vietovių bei kt.), paveldu konkrečios šalies teritorijoje. Nagrinėjant sovietinio paveldo padėtį turizmo sektoriaus kontekste, paaiškėjo, kad tokio pobūdžio paveldas gali šlietis prie kelių turizmo rūšių. Šiuo atveju sovietinis paveldas siejamas su kultūriniu ir nostalginiu turizmu, kadangi sovietinis paveldas priklauso tiek vienai, tiek kitai turizmo rūšiai. Sovietinio paveldo turizmas didžiąja dalimi būtų pritaikomas specialių poreikių turistams, kurie savo ruožtu tokiu produktu domėtusi vedini įvairių psichologinių veiksmų. Turizmo sektoriaus atstovų atžvilgiu, sovietinio paveldo turizmo plėtrą *skatinantys veiksniai*: palanki šalies geografinė padėtis bei istorija; aukštas konkurencingumas; pakankami tokio paveldo ištekliai; sovietmečio pažinimo svarba; egzistuojanti paklausa; naujo vartotojų segmento kūrimas; produkto naujumas, išskirtinumas, originalumas; perspektyvoje augantis tokio produkto poreikis; santykinai maži produkto kaštai. *Stabdantys veiksniai*: skirtingas sovietmečio interpretavimas; sovietinės atminties ignoravimas; jautrios istorinės atminties aspektas; produkto nepatrauklumo kriterijus; maža rinka; neefektyvus sovietinio paveldo vietovių bei objektų išnaudojimas; biurokratinis valdymo aparatas; teisinis paveldo reglamentavimas.

## MEDICINOS TURIZMO SITUACIJOS ANALIZĖ PASAULYJE IR LIETUVOJE

*L. Bučinskaitė, R. Navickienė, Lietuvos sporto universitetas*

Šiais laikais vis didesnis dėmesys skiriamas sveikatai. Vienas iš sveikatos saugojimo ir gerinimo būdų yra sveikatos turizmas, kuris apima ir medicinos turizmą. Pagrindinis sveikatos turizmo tikslas yra žmonių keliavimas šalies viduje ar į kitą šalį, siekiant padidinti subalansuotą fizinį, dvasinį ir socialinį sveikatos potencialą, gaunant sveikatinimo, sveikatingumo ir kitų turizmo paslaugų. Tokių paslaugų teikimas yra ypač aktualus šalims, kurios turi natūralių gydymųjų šaltinių, aukštos kvalifikacijos

specialistų bei išvystytą infrastruktūrą. Pasaulyje yra daugiau kaip 50 valstybių, kurios yra paskelbusios sveikatos turizmą prioritetine turizmo sritimi (Horowitz, Rosenweig, Jones, 2007; Lankininkaitė; Kavaliauskas, 2012). 2012 metų duomenimis pirmą vietą pasaulyje pagal medicinos turizmo apimtį užima Tailandas – ši šalis kasmet sulaukia 1,4 mln. medicinos turistų per metus. Pavyzdžiui, širdies ir kraujagyslių operacijos su visomis kelionės išlaidomis ten yra dukart pigesnės nei Europoje. Didžiausia Tailando konkurentė medicinos turizmo srityje yra Indija, kuri užima antrą vietą pasaulyje ir kasmet sulaukia per 500 tūkst. užsieniečių. Vengrija sugebėjo išreklamuoti savo šalies odontologijos paslaugas ir prisivilioti daugybę užsieniečių. Į Lenkiją medicinos turistai keliauja dėl mažesnių paslaugų kainų – ypač plastinės chirurgijos ir odontologijos srityje. Taip pat daug sveikatos turistų sulaukia Meksika, Turkija, Ukraina, Skandinavijos šalys (Beniušytė, 2012). Medicinos turizmas yra perspektyvi ir aktuali sritis ne tik užsienio valstybėms, bet ir Lietuvai, turinčiai gamtinių gydomųjų išteklių, gilią kurortinio gydymo tradicijas ir aukštos kvalifikacijos specialistus. Tai puiki galimybė pritraukti užsienio sveikatos turistus, didinti pajamas iš turizmo ir skatinti regionų vystymąsi. Tačiau problema yra ta, kad Lietuva neišnaudoja medicinos turizmo potencialo ir kol kas nėra įtraukta nei į pasaulio, nei į Europos medicinos turizmo žemėlapius. Šiame straipsnyje atskleidžiama medicinos turizmo padėtis užsienio šalyse bei Lietuvoje. Tikslas – įvertinti medicinos turizmo padėtį pasaulyje ir Lietuvoje. Išvados: Viena iš sveikatos turizmo rūšių yra medicinos turizmas – tai keliavimas siekiant gauti sveikatinimo ir medicinos (pvz.: odontologijos, slaugos, reabilitacijos) bei kitų turizmo paslaugų, kurio vystymąsi skatina tokie veiksniai, kaip: aplinka (klimato sąlygos, gamtos išteklių, geografinė vieta), paslaugų prieinamumas (kaina, eilės), kokybė (specialistai) ir kiti veiksniai. Šiuo metu medicinos turizmas yra labai populiarus Tailande, Indijoje, Singapūre, Lotynų Amerikos šalyse, Turkijoje, Vengrijoje, Lenkijoje, kur pritraukiama tūkstančiai turistų, kurie santykinai nebrangų gydymą derina su laisvalaikiu ir malonumu, patiriamu aplankant vieną ar kitą egzotišką šalį. Medicinos turizmo populiarumas Lietuvoje pamažu didėja, pritraukiant vis didesnius turistų srautus iš Rytų (Rusijos (įskaitant Kaliningrado sritį), Baltarusijos, Ukrainos, Kazachstano) ir Vakarų (Jungtinės Karalystės, Airijos, Danijos) šalių – prioritetinių savo rinkų. Lietuvos medicinos turizmo paslaugų teikėjai yra valstybinės ir privačios sveikatos priežiūros įstaigos bei įvairūs tarpininkai, kurie žodinių rekomendacijų, bendradarbiavimo su kitų įstaigų gydytojais ir kitų pardavimo kanalų dėka didina Lietuvos medicinos turizmo paslaugų žinomumą.

## ANTREPRENERYSTĖS RAIŠKA TURIZMO VERSLE

**A. Barzdaitė, R. Navickienė, Lietuvos sporto universitetas**

Pastaruoju metu mokslo pasaulyje yra girdimas naujas terminas „antreprenerystė“, kuris dažnai sutapatinamas su terminu „verslininkiškumas“ teigiant, jog tai sinonimai. Norint paneigti arba patvirtinti šią mintį, darbe pateikiame antreprenerystės ir antrepreneriško verslo sampratos analizę. Tikslas: Atskleisti antrepreneriško verslo sampratą. Uždaviniai: Išanalizuoti antreprenerio ir antreprenerystės sampratas; Išnagrinėti antreprenerių tipus; Atskleisti antrepreneriško verslo požymius. Išvados: Išnagrinėjus Lietuvos ir užsienio autorių pateikiamas antreprenerio ir antreprenerystės sampratas galima teigti, jog antrepreneris - tai organizacijoje dirbantis inovatorius, prisiimantis iniciatyvą, riziką ir priimančias sprendimus, o antreprenerystė – tai organizacijoje dirbančio asmens veikla, tokia kaip inovacijų kūrimas, lyderystės prisiėmimas, rizikos siekis ir vizijos sukūrimas bei valdymas. Mokslinėje literatūroje yra išskiriami septyni antrepreneriams būdingi tipai: inovatorius, naujo kūrėjas, lyderis, naujas antrepreneris, įkvėpėjas, nuotykių ieškotojas ir pokyčių agentas. Antrepreneriškas verslas nuo tradicinio skiriasi savo tikslais, organizacijos sėkmės kriterijais, mąstymo būdu, skirtingu požiūriu į naujoves ir riziką, valdymo ir įgaliojimų struktūra, požiūriu į iniciatyvą, veiklos orientacija, veiksniais, verčiančiais organizaciją keistis, svarbiausiomis funkcijomis ir perspektyva laiko atžvilgiu. Antrepreneriška organizacija pasižymi: inovatyvumu, proaktyvumu, polinkiu rizikuoti ir lankstumu.

---

## PENSION SYSTEM PROBLEMS IN EU COUNTRIES

*I. Krasauskaitė, D. Perkumienė, Kauno kolegija*

*F. Farkas, Karolis Gaspar University (Vengrija)*

People who have reached retirement age, wanted to live in good life conditions. To achieve this goal can help country social security system which guarantees pensions. People have the right to get pension in all countries but however, there are problems which have an impact to pension system. There are less and less young people in Europe and at the same time they have to contribute for more and more pensions. Without a change this would lead to a steadily increase of contributions of the legal pension scheme and also to a stagnant benefit level. Reasons may be found from the demographic trends; the declining birth rate and the ever-increasing life expectancy added to the high level of unemployment. The purpose of the article is to find out problems which exist in the pension system. *Conclusions:* We found out that there are two ways to solve pension system problems: the short and long run. Firstly, in the short run the European Union might provide some guidelines that could become hard law in a longer scope. The hard law should be a directive and working on parameters. Secondly, there already is a European Poverty line, which says that the Member State should provide 60% of the medium income to avoid people getting into poverty at old age. This could become binding in the future. Also, to promote the sustainability of the pension systems, every member state should link the pension age to life expectancy. Furthermore, in the long run there should be a European minimum pension delivered by each member state. European in the meaning that it should meet the European standards and the member states should pay them themselves. In addition to that, the staff in companies should reflect composition of active population and thus ensure that companies employ enough older workers. Furthermore, one must be able to check his pension electronically, have an electronic pension account for example. At last, a pension bonus should be made obligatory in order to promote longer working careers. However, every member state should be able to determine what the pension bonus will contain.

## THE LEGAL REGULATION OF WORK PROCESS

*D. Perkumienė, E. Rutkauskaitė, Kauno kolegija*

In the period since independence, Lithuania has changed the working time regulation: the adoption of new laws and amendments to the laws governing working time. Understand the basic working time provisions are not only useful, but it is important to both the employer and the employee. Every employer is required to know how is regulated working hours, in order to ensure the normal operation and if possible more efficient enterprises, institutions and organizations work, without prejudice to the employee's right to work and ensuring healthy and safe working conditions. The employee is important to know your security on labor relations, as regards the worker's right to work, fair remuneration for worked hours and a healthy and safe working conditions. *Purpose of the study.* To analyze the legal regulation of work process in the Republic of Lithuania and in other foreign countries. *The object of investigation.* The right to work and working time regulation in EU and other foreign countries. *Other study goals:* To find out working time concept; To describe working time structure; To analyse working time types in Lithuania and in other foreign countries. *Conclusions:* In Lithuania working time is understood as the time that an employee must work the job assigned to him, and he treated other periods. How many different concept of working time is defined by the European Union legislation, because in this way working time is understood as any period during which the worker is working, at the employer's disposal and carrying out his activity or duties. Working hours can be understood in two ways: as a legal labor relations curriculum and as labor standards criteria, a measure wages and so on. The concept of working time includes not only the actual time worked. First of all, the working time is understood as actually worked time which includes time staying awake at work and at home. Next period as part of the working hours are on duty and duty travel to another location in time. One more working time - the time required for the workplace, work tools and safety



---

measures to prepare and clean up. Another period as part of the working time is a break at work, in accordance with normative legal acts are included in the working time. What is more, one more period included in work time is the time required medical examinations. Next period, which is included in the working time is an internship, training or job training centers. Also as working time is understood the challenge of working hours, if the suspended employee must comply with the established workplace procedures. The penultimate period as part of the time - idle time, which is always counted as working time. Last time - other regulatory statutory periods. This means that such cases are not exhaustive. In view of this, the time can be extended to include other acts set periods. According to the working length of time that is specified in regulatory law and employment contracts of work time is divided into normal working hours, limited time and exclusivity (maximum) time. Lithuanian Labour Code sets the maximum allowable working hours - 40 hours a week as a general rule, as well as the maximum allowable working hours of persons employed in a reduced or part-time and working by total working time. But in the other foreign countries situation is different. For example, France has enacted a 35-hour workweek by law, and similar results have been produced in other countries such as Germany through collective bargaining.

## **APGYVENDINIMO SEKTORIAUS KONTAKTINIŲ DARBUOTOJŲ STRESO DARBE VALDYMAS**

*I. Staniulytė, R. Navickienė, Lietuvos sporto universitetas*

Apgyvandinimo sektoriaus kontaktinis darbuotojas tiesiogiai komunikuodamas su klientu reprezentuoja visą organizaciją, todėl jo teikiamų paslaugų profesionalumas įtakoja kliento poreikių tenkinimą. Norint išlaikyti esamus klientus ir pritraukti naujus, užtikrinti jų lojalumą, organizacijos vadybininkai turi mokėti atpažinti stresą patiriantį darbuotoją, išsiaiškinti stresą keliančius stresorius ir taikyti organizacines streso darbe valdymo priemones. *Tikslas:* Išanalizuoti apgyvendinimo sektoriaus kontaktinių darbuotojų streso darbe valdymą. *Uždaviniai:* Išanalizuoti streso darbe sampratą ir stresorius; Išnagrinėti organizacines streso darbe valdymo priemones; Išanalizuoti apgyvendinimo sektoriaus kontaktinių darbuotojų stresinės veiklos aplinką. *Išvados:* 1. Išanalizavus Lietuvos ir užsienio autorių pateiktas streso sampratas, galima daryti išvadą, jog stresas gali būti suvokiamas įvairiai: ir kaip žmogaus asmeninis atsakas į neigiamus aplinkos veiksnius, ir kaip pats veiksnys, sukeliantis tą žmogaus atsaką, ir kaip ryšys tarp asmens ir aplinkos. Stresorius – tai aplinkos veiksnys, sukeliantis individui stresą (Селье, 1982). darbuotojui stresą sukelia šie veiksniai: fizinės darbo aplinkos kokybė, darbo kokybė, darbo jėgos kaita, karjeros plėtojimo galimybės, tarpusavio santykiai, darbuotojo vaidmuo organizacijoje, organizacijos struktūra. 2. Pirminės streso darbe valdymo priemonės – tai aktyvios priemonės, naudojamos siekiant sumažinti stresorių kiekį arba išvis juos pašalinti. Šioms priemonėms priskiriama: socialinė parama, suvokiama organizacinė parama, įtraukimas į sprendimų priėmimą, komunikacija, karjeros valdymas, suvokiamas atlygio teisingumas, darbo ir asmeninio gyvenimo pusiausvyros užtikrinimo priemonės ir darbuotojo atitikimas darbo vietai. Antrinės streso valdymo priemonės akcentuojamos į darbuotojo reakciją į stresą sukeliančius veiksnius – stresorius – bei mokymą juos suvaldyti. Šiam tikslui organizacijų vadovai darbuotojams turėtų organizuoti streso valdymo mokymus, suteikti galimybę naudotis sveikatingumo priemonėmis (masažais, sporto klubais ir pan.). 3. Apgyvandinimo sektoriaus kontaktiniai darbuotojai gali patirti stresą, fizinį bei emocinį išsekimą dėl nuolatinio kontakto su svečiais, siekio patenkinti jų norus, konfliktų sprendimo, išsekinančio emocinio darbo, ilgų ir varginančių darbo valandų, kelių darbų atlikimo vienu metu.

## **TURIZMO PASLAUGŲ TEIKIMO SUTARTIS LIETUVOJE IR KYLANTYS GINČAI DĖL NETINKAMO JOS VYKDYMO: KELETAS TEISINIŲ ASPEKTŲ**

*D. Valančienė, Lietuvos sporto universitetas*

Lietuvos Statistikos departamento duomenimis, 2011 m. buvo 185,2 tūkst. Lietuvos turistų, kurie keliavo į užsienį per Lietuvos kelionių agentūras ar organizatorius. Nors šis skaičius, lyginant su

2008 m. yra ženkliai sumažėjęs (tuo metu buvo 318,7 tūkst. Lietuvos turistų), vis dėlto turizmo paslaugų teikimo sutartys egzistuoja, jos sudaromos, ne visi žmonės rizikuoja, geba ir nori planuoti savo atostogų keliones savarankiškai be kelionių agentūrų ar organizatorių pagalbos. Turizmo paslaugų teikimo sutarties teisinis reglamentavimas nuo 2001 m., kai įsigaliojo naujasis *LR Civilinis kodeksas* buvo painus, sunku buvo suvokti, kokios paslaugos sudaro turistinės kelionės turinį ir turizmo paslaugų teikimo sutarties dalyką. 2004 m. atsižvelgiant į Europos Sąjungos *Tarybos Direktyvą 1990 m. dėl kelionių, atostogų ir organizuotų išvykų paketų 90/314/EEB* buvo patikslintos sąvokos, o tuo pačiu ir turizmo paslaugų teikimo sutarties dalykas. Tačiau iškyla klausimas, ar šiandien nekyla klausimų ir abejonių dėl šio teisinio santykio reglamentavimo? Teisinių paslaugų teikimo sutartis ir kylantys ginčai dėl šios sutarties netinkamo vykdymo yra aktualus klausimas tiek kiekvienam šių paslaugų vartotojui, tiek ir šių paslaugų teikėjui. Žinodami pagrindinius teisinius aspektus, tiek paslaugos vartotojas, tiek teikėjas – galbūt išvengtų kylančių ginčų ateityje arba bent jau gebėtų juos tinkamai spręsti taip išvengdami bylinėjimosi teismuose. Šio straipsnio tikslas – išanalizuoti pagrindinius turizmo paslaugų teikimo sutarties teisinius aspektus, aptariant kylančių ginčų dėl netinkamo jos vykdymo sprendimo galimybes ir esamus atvejus Lietuvoje. Kokie yra pagrindiniai turizmo paslaugų teikimo sutarčių teisiniai aspektai? Ar daug Lietuvoje kyla ginčų dėl jų netinkamo vykdymo ir dėl kokių aspektų paprastai yra ginčijamasi? Tai pagrindiniai šio straipsnio klausimai.

Siekiant tikslo, buvo taikomi šie tyrimo metodai: sisteminė ir loginė teisės aktų, reglamentuojančių turizmo paslaugų, turizmo paslaugų teikimo sutarties ir kylančių ginčų sprendimo tvarką analizė; sisteminė ir loginė Lietuvos Aukščiausiojo Teismo nutarčių analizė bei kitų su šiais klausimais susijusių šaltinių analizė. *Išvados*: Turizmo paslaugų teikimo sutartis – tai vartojimo sutartis, kurioje siekiama užtikrinti vartotojų teisių prioriteto principą, nes šiuo atveju sutarties šalys yra nelygiavertės. Svarbu suvokti šios sutarties dalyką – iš anksto organizuotą turistinę kelionę, nes ne visos kelionės įeis į šios sutarties teisinio reguliavimo santykį. Tiek paslaugos vartotojas tiek teikėjas turi suvokti šioje sutartyje svarbiausius teisinius aspektus: standartines sutarties sąlygas, kurias patvirtina Valstybinis turizmo departamentas; informacijos teikimo svarbą; turisto ir kelionių organizatoriaus teisę atsisakyti sutarties; sutarties sąlygų keitimo pagrindinius teisinius aspektus bei sutarties vykdymo pagrindinius principus ir netinkamo sutarties vykdymo teises pasekmes bei ginčų sprendimo būdus. Jei turistas pastebėjo, kad sutartis netinkamai vykdoma, jis turi pareikšti organizatoriui ar jo atstovui pretenzijas. Kilęs ginčas paprastai sprendžiamas derybų būdu, o jei nepavyksta – tada ginčą galima mėginti spręsti Valstybinėje vartotojų teisių apsaugos tarnyboje arba tiesiogiai kreiptis į teismą. Jei ginčas ir buvo sprendžiamas tarnyboje, tai nereiškia, kad vėliau nebus galima kreiptis į teismą. Tačiau šalys turėtų įvertinti ir suvokti, kad ginčą visais atvejais reikia stengtis išspręsti taikiai, taip kuo greičiau pasiekiant teisingumo ir taikos jausmą abiem šalims. Kaip rodo praktika ne visada tai pavyksta, nes Lietuvoje yra ir bylų, kurios atsiduria net Lietuvos Aukščiausiajame Teisme. Iš kitos pusės būtent šiame teisme yra suformuojama labai svarbi praktika, suformuojami principai, kaip turėtų būti sprendžiami ginčai tarp turizmo paslaugų vartotojų ir paslaugų teikėjų. Asmuo ketinantis pasirašyti turizmo paslaugų teikimo sutartį turėtų susipažinti su šios sutarties pagrindiniais teisiniais aspektais, kad žinotų savo teises ir pareigas, o svarbiausia, kaip elgtis, ko galima tikėtis, jei sutartis bus netinkamai vykdoma. Paslaugų teikėjai turėtų būti sąžiningi, suinteresuoti taisyti savo klaidas ir spręsti kylančius ginčus taikiai. Tik draugiškai nusiteikusios, savo klaidas gebančios pripažinti ir taisyti turizmo paslaugų teikimo sutarties šalys gali kuo greičiau, pigiau, efektyviau išspręsti kylantį ginčą, o tuo prisidėti prie didesnio socialinio teisingumo visiems mums tokia dinamika ir konfliktuojančiame pasaulyje, kuriame vis labiau reikia stengtis siekti taikos.

## **LAISVALAIKIO PRODUKTŲ DEMONSTRAVIMO LIETUVIŠKUOSE VAIDYBINIUOSE FILMUOSE VERTINIMAS**

**S. Jurgilaitė, Vytauto didžiojo universitetas**

Rinkdamiesi laisvalaikio leidimo būdus žmonės galvoja apie veiklas leisiančias jiems patenkinti savo individualius poreikius ar interesus. Retai būna susimąstoma, jog šį pasirinkimą lemia ne tik vidiniai faktoriai - individualūs asmens poreikiai, charakteris, vertybės, bet ir išoriniai faktoriai. Vienas

---

šių faktorių yra kompanijos ir jų vykdoma marketingo veikla, skleidžiama reklama. Laisvalaikio produktus siūlančios kompanijos naudoja įvairias rėmimo priemones leidžiančias pasiekti jų tikslinę auditoriją. Deja, visuomenė akivaizdžiai vengia bet kokios reklamos, kuri šiomis dienomis yra neatsiejama kasdienio gyvenimo dalis. Toks tiesioginės reklamos vengimas mažina jos efektyvumą. Šis vartotojų sąmoningumas verčia įmones ieškoti vis naujų būdų, padėsiančių pasiekti potencialų klientą. Vienas iš tokių būdų tapo produktų demonstravimas filmuose. Mūsų dienomis ši priemonė susilaukia didelio dėmesio, ne tik iš kompanijų ar filmų kūrėjų, bet ir iš mokslo darbuotojų. Galima pastebėti, jog produktų demonstravimas filmuose tapo ne tik svarbia rėmimo priemone, bet pasižymi ir vis augančiu poveikiu visuomenei. Produktų demonstravimas filmuose gali daryti įtaką žiūrovams, paveikti jų socialines nuostatas, o kartu ir formuoti pirkimo įpročius (Karrh ir kt., 2001). Gebėjimas daryti įtaką vartotojų pasirinkimui svarbus kalbant ir apie laisvalaikio praleidimo būdus. Šios įvardytos marketingo priemonės savybės skatina domėtis produktų demonstravimo praktiniu panaudojimu ir mūsų šalyje. Nagrinėjama *problema* – laisvalaikio produktų demonstravimo lietuviškuose vaidybiniuose filmuose vertinimas. Užsienio autoriai atlieka tyrimus apie produktų demonstravimą filmuose įvairiais aspektais (įtaką žiūrovų pirkimo ketinimams, šios priemonės efektyvumas žiūrovų įsiminimui, produkto žinomumo didinimas, bendras šios priemonės vertinimas ir kt.), tačiau nepavyko rasti nė vieno Lietuvių autoriaus, kuris būtų publikavęs nors vieno tyrimo rezultatus susijusius su laisvalaikio produktų demonstravimu lietuviškuose vaidybiniuose filmuose ir jo daromą įtaką žiūrovams priimant pirkimo sprendimus. Kadangi Lietuvių autorių įžvalgų šia tema rasti nepavyko, buvo nagrinėjami užsienio autorių Auty ir kt. (2004), Cowley ir kt. (2008), DeLorme ir kt. (1994), Gibson ir kt. (2000) atlikti tyrimai. Straipsnio *tikslas* – įvertinti laisvalaikio produktų demonstravimą lietuviškuose vaidybiniuose filmuose. Siekiant įgyvendinti tikslą, buvo iškelti tokie *uždaviniai*: Atlikti lietuviškų vaidybinių filmų analizę ir atrinkti laisvalaikio produktų demonstravimo atvejus; Pagal pozityvumo ir negatyvumo kriterijus atlikti demonstruojamų laisvalaikio produktų kategorizaciją; Apibendrinti gautą informaciją, siekiant įvertinti laisvalaikio produktų demonstravimą lietuviškuose vaidybiniuose filmuose. *Išvados*: Užsienio autorių atliktų tyrimų rezultatai įrodo, jog produktų demonstravimas filmuose daro įtaką visuomenės vartojimo įpročiams, požiūrio ir nuomonės formavimuisi, nes žiūrovas apjungia filmą su realiu gyvenimu, bando jį atkartoti, sieja save su filmo personažu ir „perimdamas“ matytus prekinis ženklus, produktus. Lietuviškų vaidybinių filmų gaunamas pelnas paskutiniaisiais metais ženkliai auga ir juos pamato vis didesnė auditorija ir tai tampa patrauklia terpe reklamos priemonėms. Šis augimas didina ir daromą įtaką žiūrovų požiūrių formavimuisi. Iš viso 15-oje lietuviškų vaidybinių filmų pavyko užfiksuoti 175 produktų demonstravimo atvejų susijusių su laisvalaikiu ir buvo rasti 82 produktai, kuriuos galima priskirti laisvalaikio produktams. Pagal neigiamumo ir teigiamumo kriterijus atliktas laisvalaikio produktų grupavimas parodė, jog rezultatai pasiskirstė gan tolygiai, tačiau atskleidė, jog gausiausia laisvalaikio produktų kategorija yra alkoholiniai gėrimai, kurie yra priskiriami negatyvių laisvalaikio produktų grupei. Apjungiant gautus tyrimo rezultatus galima sakyti, jog laisvalaikio produktų demonstravimas lietuviškuose vaidybiniuose filmuose skatina rekreacinį laisvalaikio leidimo būdą t.y. pasyvų poilsį ir pramogas.

## RECREATIONAL SPORTS SERVICE ON THE HOTEL KAMZÍK IN CZECH REPUBLIC, JESENÍK MOUNTAINS

L. Šrámková, Palacky University in Olomouc (Čekija)

I would like to introduce my sports programme for guests on the hotel Kamzík, which is situated in region Hrubý Jeseník Mountains in Czech Republic.

I worked as sports masseur and instructor of sports recreation last summer holiday. I did sports programme alone. Sometimes my job was very exacting for organization and communication with many people. Decisively this experience belongs to important point of my branch Sports Recreation and Tourism. The recreational sports service is divided into four parts: sports tournament for adults with children, sports and funny programmes for guests, tourism in surroundings of mountains and last point two nice events: „Fireman of Day“ and „Masquerade of Evening“. Czech people are not used to this sports programmes. But other countries often use recreational service. Many family need confiscate their children. Therefore parents used to sports instructors. Some Czech

---

hotels advertise to guests a wellness centrum, but the hotels do not offer as recreational and sport centrum.

I think that is very important give people to new point of view on the life. The people have many jobs. They need spend a free time effectively and have a rest from reality.

## **DRUSKININKŲ TURIZMO PASLAUGŲ KOKYBĖS VERTINIMAS**

*P. Kliauza, R. Andriukaitienė, Lietuvos sporto universitetas*

Pasaulio turizmo rinkoje vis labiau intensyvėja konkurencijos ir klientų poreikių kaitos procesai. Ryškėja vartotojų polinkis rinktis egzotiškus maršrutus (Azija, Amerika, Ramiojo vandenyno regionas), todėl Europos valstybės turi stengtis padidinti savo turistinį patrauklumą ir užsitikrinti tvirtesnes konkurencines pozicijas pasaulio turizmo rinkoje. Kita tendencija, būdinga šiuolaikiniam turizmui - vartotojų charakteristikų evoliucija. Turizmo sistemos klientai globalinės ekonomikos sąlygomis tampa labiau informuoti, rafinuoti, ir tai padidina jų gebėjimą daryti spaudimą turizmo paslaugų įmonėms. Konkurencinė kova vyksta ne tik tarp turizmo paslaugų teikėjų, bet ir kitų laisvalaikio paslaugų rinkos dalyvių - pramogų verslo organizacijų, prekybos ir laisvalaikio centrų (Labanuskaitė, 2008). Paulavičienės (2008), Vitkienės (2008) teigimu konkurencija tarp įmonių tapo paremta ne kainų mažinimu, o kokybe ir originalių idėjų, atitinkančių vartotojų poreikius įgyvendinimu versle. *Problema*: neužtenka vien patenkinti pagrindinius vartotojų poreikius ir lūkesčius, reikia suteikti jiems pridėtinę vertę, kurią sukuria kokybė. *Tyrimo tikslas*. Įvertinti Druskininkų turizmo paslaugų kokybę. *Uždaviniai*. Norint pasiekti tikslą buvo išsikeltas uždavinys išanalizuoti mokslinę literatūrą ir išsiaiškinti kokybės vertinimo kriterijus, metodus bei pritaikant SERVQUAL metodą atlikti Druskininkų turizmo paslaugų kokybės vertinimą. *Išvados*: Išanalizavus įvairių mokslininkų darbus išsiaiškinta, kad vienas patikimiausių kokybės vertinimo metodų vertinant paslaugų kokybę yra SERVQUAL metodas. Paslaugų kokybės vertinimas ir neatitikimų šalinimas sudaro galimybę pritraukti ir išlaikyti vartotoją. Rūpinimasis veiklos tobulinimu klientų aptarnavimo kokybės aspektu yra pagrindinis turizmo paslaugų įmonių kolektyvų uždavinys ir verslo sėkmės faktorius. Remiantis lauktos kokybės vertinimo rezultatais galima teigti, kad Druskininkų miesto įvaizdis yra labai geras, patrauklus vartotojų požiūriu, nes tikimasi gauti aukštos kokybės turizmo paslaugas. Tyrimo rezultatai rodo, kad Druskininkų turizmo paslaugų įmonėse vartotojai pastebi kokybinius neatitikimus pagal visus patirtos paslaugos kokybės vertinimo kriterijus ir jų požymius. Minimalios lauktos ir patirtos kokybės spragos rodo pakankamą paslaugos teikimo kokybę, tačiau sudaro prielaidas manyti, kad būtina stebėti paslaugų teikimo procesą, išryškinti kokybinius neatitikimus ir siekti juos šalinti.

## **VYRESNIŲ KAIP 60 METŲ AMŽIAUS ŽMONIŲ LAISVALAIKIO PRALEIDIMO GALIMYBĖS MARIJAMPOLĖS MIESTE**

*M. Beržanskienė, N. Koncevičienė, K. Miškinienė, Marijampolės kolegija*

Lietuvos statistikos departamento duomenimis 2012 metų pradžioje Lietuvoje gyveno daugiau nei pusė milijono 65 metų ir vyresnio amžiaus žmonių. Daugiau nei per dešimt metų šis skaičius padidėjo 58,7 tūkst., tačiau bendras gyventojų skaičius per šį laikotarpį sumažėjo beveik puse milijono. Ypač padaugėjo 80 metų ir vyresnio amžiaus asmenų. O tai rodo spartų visuomenės senėjimą. Prognozuojama, kad 2030 m. pradžioje beveik trečdalis (28,9%) Lietuvos gyventojų sudarys pagyvenę žmonės (ES 27 – 30,4%). Tikėtina, kad vienam pagyvenusiam asmeniui tada teks 2 darbingo amžiaus asmenys (šiuo metu – 3). *Temos aktualumas*. Žmogui senstant keičiasi jo užimtumas, fizinis aktyvumas, pajamos, susiduriama ir su laisvalaikio poreikio tenkinimo problemomis. Gerontologijos specialistai teigia, kad gerai gyvenimo kokybei labai svarbu šeimininė padėtis, ligų nebuvimas, darbas pensijos metu ar aktyvus socialinis gyvenimas (A. Garkauskienė, 2012). Galimybė pasirinkti mėgstamą laisvalaikio praleidimo būdą skatina vyresnių žmonių socialinį aktyvumą, mažina vienišumo jausmą. *Tyrimo problema*. Nemažai vyresnio amžiaus žmonių praranda bet kokius savo asmeninius poreikius,

jie nustoja domėtis tuo, kas anksčiau teikė džiaugsmą. Pajamų praradimo, sveikatos ir kitos problemos, su kuriomis susiduria vyresnio amžiaus žmonės, turi įtakos ir jų laisvalaikio poreikiams patenkinti. Stinga informacijos apie vyresnio amžiaus žmonių laisvalaikio praleidimo galimybes Marijampolės mieste. *Straipsnio tikslas.* Atskleisti vyresnių kaip 60 metų žmonių laisvalaikio praleidimo ypatumus ir galimybes Marijampolės mieste. *Tyrimo uždaviniai:* Apibūdinti laisvalaikio sampratą, formas bei laisvalaikio funkcijas žmogaus gyvenime; Atskleisti pagyvenusių žmonių laisvalaikio pomėgius bei vyresnio amžiaus žmonių laisvalaikio ypatumus; Įvertinti dažniausias laisvalaikio praleidimo formas Marijampolėje; Išsiaiškinti, kokių laisvalaikio praleidimo formų pasigendama Marijampolėje. *Išvados:* Pripažįstant laisvalaikį kaip vertybę pagyvenusio žmogaus gyvenime, kyla prieštaravimas tarp priimamų LR vyriausybės nutarimų gyventojų senėjimo pasekmėms įveikti ir jų realaus įgyvendinimo. Nors dauguma tiriamųjų buvo dirbantys žmonės, bet mažesnės nei vidutinės pajamos neleidžia rinktis pageidaujamų laisvalaikio praleidimo formų. Dauguma pagyvenusių žmonių laisvalaikį vertina kaip atokvėpį po darbų, dvasinę ramybę, gerą poilsį, kuris suteikia fizinės stiprybės. Visgi daugelis jų renkasi pasyvias laisvalaikio praleidimo formas lankant artimuosius, skaitant knygas ir žiūrint televizijos laidas. Pajamų stygius ir specialių pasiūlymų senjorams trūkumas (pvz., lengvatos vyresnio amžiaus žmonėms gauti kultūros paslaugas) įvardijamos kaip pagrindinės kliūtys turiningai leisti laisvalaikį. Marijampoliečiai neįvardijo sveikatos būklės veiksnį, būdingą pagyvenusio amžiaus žmonėms, kaip trukdį laisvalaikio praleidimui. Marijampolės mieste pagyvenę žmonės labiausiai pasigenda masinių renginių, ekskursijų, nemokamų koncertų. Trečiojo amžiaus universitetas Marijampolėje sulaukia ypač teigiamo pagyvenusių žmonių vertinimo jų laisvalaikio kokybei, bet nemenka tiriamųjų dalis nėra apsisprendę įsitraukti į šios organizacijos veiklą. Tyrimas tik patvirtina, kad trečdalis pagyvenusių žmonių laukia, kad juos kas nors paskatintų įvairioms rekreacinėms veikloms.

## INOVACIJŲ TAIKYMAS TURIZMO VERSLE

*D. Gavelytė, R. Navickienė, Lietuvos sporto universitetas*

Inovacijos šiuolaikiniame pasaulyje užima svarbią vietą visose veiklose. Šiuo metu inovacijos sparčiai diegiamos stambiose pramonės įmonėse, kosmoso, naftos ir dujų pramonėje, biochemijos, informacinių technologijų srityse, taip pat inovacijos ne mažiau svarbios ir turizmo industrijoje, kuri apjungia daug verslo sričių. Inovacijų taikymas bet kokioje srityje reiškia tos įmonės ar verslo/reiškinio prisitaikymą prie pokyčių, kurie atveria naujas galimybes tikslų įgyvendinimui. Bendrasis tikslas turizmo verslui – išlikti konkurencingam. O vienas iš konkurencingumą padedančių didinti veiksnių yra inovacijų taikymas, inovacinių produktų, paslaugų kūrimas, nes inovacijos vis dažniau matomos kaip pagrindinis konkurencinio pranašumo šaltinis. Nepaisant inovacijų privalumų/svarbos turizmo verslui, inovacijos yra mažai ištyrinėtos mokslininkų. Nėra informacijos apie inovacijas turizmo sektoriuje, todėl yra neaišku, kokių inovacijų šiandieniniam turistui reikia ir kaip jie vertina jau esančias inovacijas turizmo versle. *Tikslas:* Išanalizuoti inovacijų taikymo galimybes turizmo versle. *Uždaviniai:* Atlikti inovacijų sampratos apžvalgą; Atlikti inovatyvių turistinių paslaugų apžvalgą Lietuvoje. *Išvados:* Išnagrinėjus užsienio bei Lietuvos mokslininkų pateikiamas inovacijų sampratas, galima teigti, jog inovacijos – tai kūrybiškas, originalus, sudėtingas procesas, kurio metu sujungiamos mokslinės, technologinės ir organizacinės tendencijos arba, kitaip tariant, tai sėkmingas naujų idėjų, technologijų ir metodų komercinis pritaikymas, skirtas numatytiems tikslams pasiekti. Lietuvos turizmo įmonių („Novaturas“, „Tez Tour“, „Superturas“, „Mūsų Odiseja“, „Grūda“, „Excursus“, „Kiveda“, „Makalius“) siūlomas turistines paslaugas galima suskirstyti į tradicines ir inovatyvias. Tradicinės pasižymi standartiškumu, t. y. klientams yra siūlomos kelionės į tarptautiniu mastu gerai žinomas, populiarias šalis bei kurortus. Inovatyvios paslaugos skirtos patenkinti įvairius klientų poreikius (pvz: „Novaturas Gold“, „Novaturas Eco Travel“), taip pat siūlomi originalūs, išskirtiniai, egzotiniai skrydžiai į įvairias pasaulio šalis bei siūloma daug maršrutų po Lietuvą, kurie pristato lietuvišką autentiškumą, yra edukaciniai, pritaikomi įvairioms amžiaus grupėms.

## ŠIUOLAIKINIO VARTOTOJO TEORINĖ ESMĖ TURIZMO VERSLE

*I. Daunorienė, R. Navickienė, Lietuvos sporto universitetas*

Turizmas tai veikla užimanti pirmaujančias pozicijas pasaulinėje paslaugų sferoje ir sukurianti daugiausiai darbo vietų pasaulyje. Sektorius apimantis apgyvendinimo, maitinimo, viešinimo, transporto, prekybos, mokymo ir kitas veiklas. Atsižvelgiant į paslaugų vartotojų elgsenos skirtumus ir sąlygojančias sąlygas, susiformuoja skirtingi vartotojų tipai, taigi kiekviename versle, įskaitant ir turizmo, įmonės turi siekti išskirti savo vartotojus, nes tik taip galima tinkamai išanalizuoti jų poreikius bei lūkesčius, tam kad sukurti rezultatyvią paslaugą. Taigi svarbu išsiaiškinti koks yra šiuolaikinis vartotojas ir kaip jo elgesys veikia turizmo verslą. *Tikslas:* Atskleisti šiuolaikinio vartotojo teorinė esmė turizmo versle. *Uždaviniai:* Išanalizuoti šiuolaikinio vartotojo sampratą; Ištirti šiuolaikinio vartotojo tipus; Pristatyti šiuolaikinio vartotojo charakteristikas. *Išvados:* Vartotojas - tai yra fizinis asmuo, kuris perka ir naudoja paslaugas asmeniniams poreikiams, nesusijusiais su verslu ar profesija, o turizmo paslaugų vartotojas – asmuo, vedinas įvairių keliavimo tikslų, nepriklausomai nuo lyties, rasės, tautybės, kalbos ar religijos, keliaujantis po šalį, ar už jos ribų ne trumpiau nei 24 val. ir ne ilgiau kaip metus. Šiuolaikiniai turizmo paslaugų vartotojai - individai, siekiantys patys ieškoti geriausių pasiūlymų, leidžiančių daug pamatyti ir sutaupyti bei pailsėti prie jūros ar pabūti gamtoje. Ištyrus įvairių tyrėjų vartotojų klasifikacijas, galima teigti, kad šiuolaikiniai paslaugų vartotojai klasifikuojami į praktiškus, subalansuotus, sveikatingus, ekologiškai orientuotus, į saviraišką orientuotus ir rizikuojančius vartotojus. Visi jie išsiskiria savitomis savybėmis bei lūkesčiais, keliamais paslaugas teikiančioms įmonėms. Turizmo paslaugų vartotojai klasifikuojami pagal keliavimo tikslus, pasiruošimo lygį, elgesio tipą, aktyvumo lygį ir bendruomeniškumo lygį. Turizmo paslaugų teikimui didelę įtaką daro įmonės sugebėjimas klasifikuoti savo vartotojus. Šiuolaikinis turizmo paslaugų vartotojas - individualistas, viską atliekantis pats, aktyvus, pageidaujantis pramogų, ekstremalių pojūčių, kuriam svarbi paslaugos kaina, teikiamos nuolaidos/akcijos, garantijos, turintis patirties, todėl jis vadovaudamasis sukaupta patirtimi ir išsilavinimu tapo nepriklausomas nuo turizmo įmonių, o tai - problema turizmo įmonėms. Turizmo įmonės turi teikti paslaugas taip ir tokias, kad vartotojas vėl patikėtų jų nauda.

## DARBUOTOJŲ PROFESINIŲ VERTYBIŲ ANALIZĖ (*Kelionių agentūrų atvejis*)

*A. Aleškevičiūtė, Marijampolės kolegija*

*B. Švagždienė, Lietuvos sporto universitetas*

Jau nuo senovės vertybių tema domina žmones. Šiais laikais žmonių gyvenimo būdas yra neatsiejamas nuo to, kokias vertybes jie pripažįsta, geri santykiai darbe taip pat priklauso nuo to, kokios yra darbuotojų vertybės. Atsižvelgiant į tai įvairūs mokslininkai analizuoja vertybių svarbą, dauguma iš jų vertybes analizuoja filosofiniu požiūriu. O V. Pruskus (2005) į vertybes žiūri moksliskiau, jis analizuoja, kas yra vertybės, jų gyvavimo ciklą, J. Palidauskaitė (2004) domisi vertybių formavimosi procesu. Profesinės vertybės nuolat kinta, dėl įvairių vidinių ir išorinių priežasčių, todėl vertybių analizė kelionių agentūrose yra aktuali ir nauja tema, tiek teorine tiek ir praktine prasmėmis. *Problema.* Neatlikta darbuotojų profesinių vertybių analizė kelionių agentūrose. *Objektas.* Darbuotojų profesinės vertybės. *Straipsnio tikslas.* Išanalizuoti profesines vertybes kelionių agentūrose pačių darbuotojų požiūriu. *Straipsnio tikslui pasiekti iškelti uždaviniai:* Apibrėžti darbuotojų profesinių vertybių esmę. Ištirti profesines vertybes pačių kelionių agentūrų darbuotojų požiūriu. *Išvados:* Tyrimu nustatyta, kad daugelis profesinių vertybių sutampa, nes grindžiamos bendrais principais, panašia aplinka, kurioje gyvenama, todėl ir darbuotojų supratimas, koks elgesys profesinėje aplinkoje priimtinas, koks nepriimtinas yra panašus. Vertybes galima vadinti tarsi organizacijos kultūros pagrindu. Jomis sureguliuojami santykiai tarp bendradarbių, nurodoma, kaip reikia dirbti, į ką kreipti dėmesį, ko siekiama. Jos nustato kryptį žmonių veiklai, jų pasirinkimui. Kuo daugiau organizacijos narių pripažįsta organizacijos vertybes bei jų laikosi, tuo stipresnis vienybės jausmas, todėl vertybių svarba organizacijoje yra pabrėžtina, atsižvelgiant į tai nėra tokios organizacijos, kuri neturėtų savo vertybių sistemos, nes vertybės yra organizacijos ir jos grupių veiklos idealai, kurie nulemia misijos ir vizijos

---

formavimą, atskleidžia veiklos vertinimo proceso pobūdį bei turinį. Išryškėjo respondentų supratimas apie vertybes, tai idėjos, principai, nuostatos padedantys nespėti, kas yra priimtina, kas nepriimtina. Respondentai neatmeta profesinių vertybių svarbos organizacijoje, nes vertybės pabrėžia organizacijos individualumą. Jie sutinka, jog vertybės yra kiekvieno asmens skirtingai suprantamos, tačiau priimtinausiomis vertybėmis jie laiko pasitikėjimą savimi, sąžiningumą, profesionalumą, motyvaciją dirbti, jiems svarbu bendradarbiavimas.

## JAUNIMO MOTYVAI RENKANTIS TARPTAUTINĘ SAVANORYSTĘ

*T. Šimkutė, K. Mejerytė-Narkevičienė, Lietuvos sporto universitetas*

Savanoriška veikla visais laikais turėjo didelę reikšmę žmonių gyvenime. Pradedant Katalikų bažnyčia ir baigiant savanoryste bendruomenėse, o šiais laikais savanorystės šakos dar labiau išsiplėtė. Galima pamatyti savanorių įvairiuose sporto renginiuose, bendruomenės gyvenime, edukaciniame lygmenyje, aplinkosaugos srityje. Savanoriškos veiklos vaidmuo mūsų visuomenėje vis didėja, o šiuolaikiniame amžiuje jaunimui svarbesnis tampa savęs realizavimas tam tikroje srityje. Todėl savanoriaujant atsiranda daugiau galimybių sparčiau prisitaikyti prie naujos aplinkos ir sėkmingai dalyvauti veikloje mokantis visą gyvenimą. *Aktualumas*. Savanoriška veikla yra įvardinama, kaip ne pelno siekianti savanoriška veikla. Tačiau kiekvienas jaunas žmogus savanoriaudamas įgyja daug daugiau patirties ir įgūdžių. Šį naudos dydį galima apibrėžti tik išanalizavus motyvus, dėl kurių jaunas žmogus renkasi savanorišką veiklą ir kodėl jam tai yra svarbu. Pagal mokslininkus Stebbins ir Graham (2004) savanorių turizmo motyvacija gali būti išskiriama į tris skatinamuosius faktorius, tokius kaip pasyvi motyvacija, asmeninis susidomėjimas ir aktyvi motyvacija. Mokslininkai Benson ir Seibert (2009) analizuodami Vokietijos savanorių motyvaciją, renkantis savanorystę pietų Afrikoje ištyrė „traukimo“ ir „stūmimo“ motyvus. Mokslininkų tyrimo rezultatai parodė, kad dauguma „traukimo“ motyvų yra susiję su išorine žmogaus motyvacija. Šie motyvai skatina asmenį pažinti šalį: aplankyti įžymias vietas, susipažinti su kultūra, gerai praleisti laisvalaikį. Priešingai nei „traukimo“ motyvai „stūmimo“ motyvus galima įvardinti kaip vidinę asmens motyvaciją, kuri yra susijusi su naujos šalies, kalbos bei kultūros pažinimu. Lietuvos savanorių veiklos motyvaciją ilgalaikėje vietinėje ir tarptautinėje savanoriškoje veikloje tyrinėjusi mokslininkė Jonutytė (2007) pabrėžia, jog savanorių motyvai taip pat priklauso nuo savanorystės formų. Jos teigimu vietinėje savanoriškoje veikloje jaunimui svarbiausia yra altruistinė savanorystės pusė, tai yra – padėti kitam, o ilgalaikės savanoriškos veiklos motyvus galima apibrėžti naudojantis „Europos savanorių tarnybos“ pateiktais duomenimis. Vienas iš pagrindinių motyvų, kodėl jaunimas renkasi ilgalaikę tarptautinę savanorystę yra permainingų ir iššūkių poreikis, taip pat kultūrinė patirtis. Kita vertus, į tarptautinę savanorišką veiklą jaunimas žiūri kaip į galimybę planuoti ateitį, nes po studijų laikotarpio dauguma jaunų žmonių savanoriauti vyksta vien dėl to, kad apmąstyti ateities kelio pasirinkimą. Tarptautinę savanorystę galima priskirti prie savanorių turizmo. Tai yra nauja turizmo sritis, kuri nėra taip gerai išvystyta. Tačiau informacijos sklaidos priemonės šiuo metu dar labiau plečiasi ir įvairios savanoriškos veiklos organizacijos, internetiniai portalai, knygos, tarptautiniai projektai skatina jaunimą keliauti ir pažinti naujas kultūras savanoriaujant kitoje šalyje. Šios turizmo rūšies tikslas - skatinti atostogas praleisti naudingai: susipažinant su naujomis kultūromis, padedant žmonėms, atrandant save skirtingose situacijose bei įgyjant patirties ir žinių. *Tyrimo tikslas* - nustatyti jaunimo motyvus renkantis tarptautinę savanorystę. *Straipsnio uždaviniai*: Apibrėžti motyvacijos teorinę sampratą ir motyvų klasifikaciją; Pristatyti savanoriškos veiklos galimybes, motyvus ir formas; Identifikuoti jaunimo motyvus skatinančius rinktis tarptautinę savanorystę. *Išvados*: Savęs realizavimą galima sieti tiek su keliavimu, tiek su savanorystės motyvais. Kiekviena nauja patirtis jauną žmogų priverčia patikrinti save ir įsitikinimus apie save bei kitus. Keliavimo motyvai, renkantis tarptautinę savanorystę yra labai svarbūs, jie reguliuoja jauno žmogaus apsisprendimą, galutiniam taškui pasiekti. Yra išskiriami „stūmimo“ ir „traukimo“ motyvai, kurie apibrėžia jauno savanorio troškimą ne tik padėti kitiems, tačiau savanoriaujant atrasti save, bei pažinti naują kultūrą. Jaunimas, dalyvaujantis tarptautinės savanorystės projektuose savo veiklą stengiasi derinti su laisvalaikio pirmiausia rinkdamiesi savanorystės šalį. Yra išskiriama tai, jog įdomių veiklų pritraukimas, savo gebėjimų įvertinimas, ar išlaikomas stiprus ryšys socialinėse grupėse skatina

---

jaunimą įsitraukti į tarptautinę savanorišką veiklą. Jaunimo motyvus rinktis tarptautinę savanorystę labiausiai įtakoja troškimas pažinti naują kultūrą bei šalį, o renkantis tarptautinę savanorystę jie patenkina ne tik altruistinius motyvus, tačiau pamato kitas šalis, bei puoselėja savo vidines vertybes.

## PSYCHOLOGICAL DETERMINANTS OF PHYSICAL ACTIVITY IN LATVIAN SENIOR POPULATION

**A. Kaupuzs**, *Rezekne Higher Education Institution, Personality Socialization Research Institute (Latvija)*  
**V. Ivaskiene**, *Lithuanian Sports University*

A. Bandura in Social cognitive theory specifies a core set of psychosocial determinants that influence on the individual participation in physical activity (Bandura 2004). Physical activity (PA) self-efficacy and outcome expectations are the marginal psychological factors that influence older person's health related behaviour. According to this theory, human motivation and behavior are regulated by both self-efficacy (the belief in one's ability to perform a specific behavior in order to attain a desired result) and outcome expectations (the belief that a particular behavior will bring about a certain result). Self-efficacy expectations reflect individual beliefs in one's capabilities to successfully execute a task and it is correlated to person physical activity (McAuley & Blissmer, 2000). McAuley and Mihalko (1998) identified four main categories for self-efficacy: exercise efficacy: beliefs about the capability of successfully engaging in additional bouts of physical activity; barriers efficacy: beliefs about the capability to overcome obstacles to physical activity; disease specific/health behavior efficacy: similar to exercise efficacy but aimed at assessing efficacy beliefs in specific populations engaged in the secondary prevention of disease through exercise rehabilitation; perceived behavioral control: beliefs about the degree of personal control in the decision to engage in physical activity.

Outcome expectations reflect beliefs that a given behavior will produce a specific outcome and have also been associated with physical activity (Shaughnessy et al., 2004). A. Bandura has noted that outcome expectations has three related, but conceptually independent, sub domains representing physical, social, and self-evaluative outcome expectations (Bandura, 1997). Physical outcome expectations are characterized by beliefs about pleasant and aversive physical experiences that might result from being physically active, such as improving strength and cardiovascular fitness and being able to conduct daily activities without difficulty. Social expectations reflect beliefs about having more opportunities to be with other persons or potentially improving what others think of you through being physically active. Self-evaluative outcome expectations are concerned with the degree to which engaging in structured physical activities might enhance one's self-worth and personal well-being. However, despite the obvious physical and mental health benefits, 49% of Latvia population does not engage in any sport or physical activities and as the main reason they mentioned "lack of time" and "lack of necessity to be physical active" (Sporting habits of the inhabitants of the Republic of Latvia, 2007). These data show that less than half of the adult population in Latvia does not meet the recommended levels of physical activity. Also cognitive factors affect one's perceptions that there are no benefits from moderate activity, physical activity is not enjoyable, and lack of confidence in one's ability to be active (Blair et al. 1993). This shows the importance of scientific based assessment of health related behavior determinants especially in senior population. Conclusions: The growing number of researches about the limitations associated with behavioral intervention programs has encourage to change a paradigm of health promotion field, away from individually focused interventions toward more broader approach that involved environmental, socioeconomic, and psychological determinants of health behaviour. The gained data let conclude that belief about possible benefits from being physically active and self-efficacy are very important factors describing inner motives for regular activities. Affecting person's confidence and increasing their perceived behavioral control is a huge opportunity to change their physical activity habits. The outcome expectations and efficacy are one of the potential psychological determinants that might affect physical activity in older adults.



## **ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ - ВАЛЕОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ**

*Т.Н. Клепцова, Н. Козлова, Сибирский государственный аэрокосмический университет имени академика М.Ф. Решетнева, г. Красноярск (Rusija)*

Сегодня нельзя найти ни одной сферы человеческой деятельности, не связанной с физической культурой, поскольку физическая культура и спорт - общепризнанные материальные и духовные ценности общества в целом и каждого человека в отдельности. Не случайно все последние годы все чаще говорится о физической культуре не только как о самостоятельном социальном феномене, но и как об устойчивом качестве личности. Тем не менее, феномен физической культуры личности изучен далеко не полностью, хотя проблемы культуры духа и тела ставились еще в эпоху древних цивилизаций. *Вывод.* Роль валеологической образованности педагогов подчеркивается в ряде современных исследований (Э.М. Казин, Т.С. Панина, В.П. Казначеев, Г.А. Кураев, 1997; В.В. Колбанов, 1998, и др.), в том числе, в профессиональной подготовке студентов физкультурного вуза (Н.С.Козлов, Н.А.Баженова, 1997; Л.А.Семенов с соавт., 1997; В.У.Агеевец, 1997, и др.) Одним из наиболее важных вопросов валеологии является определение приоритетных факторов в формировании здоровья человека. Оттого, насколько грамотно решен этот вопрос, зависит эффективность практического использования валеологических знаний.

## **ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И ИНВАСПОРТ - РЕАБИЛИТАЦИЯ И АДАПТАЦИЯ ИНВАЛИДОВ**

*Л.С. Максимова-Якубовская, А.И. Шпаков, В.А. Кузьмин, Институт градостроительства, управления и региональной экономики сибирского федерального университета, г. Красноярск, Россия. Гродненский государственный университет имени янки купалы, г. Гродно, Беларусь, Сибирский государственный аэрокосмический университет имени академика М.Ф. Решетнёва, г. Красноярск (Rusija)*

Актуальность. Современный рост инвалидности населения в большинстве стран мира связан с усложнением производственных процессов, увеличением транспортных потоков, возникновением военных конфликтов, ухудшением экологической обстановки и с другими причинами. Указанные аспекты обусловили появление новых областей знаний о человеке, учебных и научных дисциплин, новых специальностей в системе высшего и среднего профессионального образования.

Цель нашей работы – исследование процесса реабилитации и адаптации инвалидов.

Задачи – провести анализ научно-методической литературы и обобщить полученные данные по адаптации и реабилитации инвалидов при занятиях физической культурой и инваспортом.

Методика исследования: теоретический анализ и обобщение данных научно-методической литературы.

Выводы. Таким образом, спорт и физическая активность для людей с ограниченными возможностями – это действенное средство физической, психологической и социальной реабилитации и адаптации. В процессе занятий физическими упражнениями физическая реабилитация заключается: в развитии мышечной силы, укреплении связочного аппарата, улучшении координации движений и равновесия, снятии спастических мышечных напряжений, восстановлении нормального функционирования сердечно-сосудистой и дыхательной систем, совершенствовании и необходимом развитии двигательных качеств (силы, выносливости, ловкости, гибкости).

Физические упражнения оказывают положительное влияние на функциональное состояние всех органов и систем организма, благоприятно воздействуют на центральную нервную систему, способствуя при этом нормализации функционирования коры головного

mozga, intensyvumo ir koncentracijos dėmesio, pagerinti atmintį ir oposredovanno prisideda prie produktyvumo augimo.

Užsiėmimas fizine kultūra ir sportu, ypač geriausiems atvejams, prisideda prie gauti džiaugsmą, taip vadinamą raumenų džiaugsmą, užsiėmusiems. Dėl neįgaliausių ypač svarbiu tampa faktas, kad fizikultūrinė-gerinama ir sportinė aktyvumas trukdo „užsiėmimas savimi, savo sveikata“, prisideda prie sumažinti kompleksą nepilnavertumo, perėjimo izoliacijai ir barjerams, atskiriančiais neįgaliausių nuo visuomenės, jausimui savimi lygiais, pilnavertišku žmogumi.

## LIETUVOS RYTŲ KOVŲ MENŲ ORGANIZACIJŲ KOMUNIKACINIAI YPATUMAI

*S. Kavaliauskas, V. Valuckas, Lietuvos sporto universitetas*

Sportas dažniausiai suvokiamas kaip varžymasis, bei specialus pasiruošimas tam varžymuisi. Tuo pačiu metu, sportas kaip reiškinys apima visas mūsų socialinio gyvenimo, tarp jų ir komunikacijos, sritis, darydamas įtaką įvairiems visuomenės sluoksniams visose gyvenimo srityse.

Lietuvoje rytų kovos menais domėtis pradėta palyginti neseniai. Viena iš priešasčių vadinama „Geležinė uždanga“ Sovietų sąjungos valdymo metu. Įvairi tokio pobūdžio informacija ne tik buvo slepiama, bet ir buvo draudžiama kultivuoti pačius kovos menus, išskyrus dziudo, kuri buvo olimpinė sporto šaka.

Apie praėjusio amžiaus aštuntą dešimtmetį, Lietuvoje pradėti praktikuoti rytų kovos menai ir šiai dienai pasiekė gan platų spektrą. Kovos menai darosi vis populiariausi kadangi tai ne tik vien beginklė kova kaip pavyzdžiui boksu ar imtynės, bet ir kiekvieno besitreniruojančio fizinių, dvasinių galimybių bei asmenybės pasaulėžiūros ugdymas. Pati kovos menų idėja - kasdieninėmis treniruotėmis skatinti žmogaus kūrybinį aktyvumą, norą tobulėti bei keistis.

Su pačiais kovos menais atkeliavo ir kai kurios rytietiškos tradicijos bei kultūros bruožai, kurie būdingi tik šioms šalims. Ne paslaptis kad kovos menai persipynę su tų šalių religinėmis-filosofinėmis, šiuo atveju budizmo ir daoizmo ištakomis. Todėl kovos menai ne vien tik fizinės treniruotės apimančios įvairios technikos kompleksus, bet ir protinė veikla, gilinimasis į žmogaus vidinį pasaulį bei mus supančios visatos darnos supratimas. Žmogus rimtai praktikuojantis kovos menus, anksčiau ar vėliau pradeda suprasti, kad tapti tikru kovos menų meistru, neužtenka vien gerai mokėti kovinę techniką., reikia įvaldyti ir savijautą ir savikontrolę, bei išlavinti intuityvumą. Be kita ko kovos menai glaudžiai susiję su rytų medicina, joga, kvėpavimo pratimais ir kt.

Laikantis tradicijų treniruotėse naudojama rytietiška atributika bei apranga, priklausomai nuo kultivuojamos krypties. Labai svarbus dėmesys skiriamas besitreniruojančių tarpusavio santykiams. Pagarba treneriui ir partneriui yra vienas kertinių ritualinės komunikacijos aspektų. Kovos menų pažinimo kelyje mokytojas visada būna nuėjęs ilgesnį kelią (do), jo patirtis žymiai turtingesnė, todėl jo žinios, požiūris, elgesys jo perduodamos vertybės bei aktyvumas bendraujant su mokiniais dominuoja ir daro pastariesiems lemiamą įtaką (Giilbert. Trudel 2004). Šitaip daugelyje kovos menų mokyklų, visu pirma mažose ir labai mažose, tarp mokytojų ir mokinių susiformavo artimi santykiai, išoriškai reiškiama taisyklėmis ir ritualais (E. Karamitsos, B. Pejicic 1998)

Besąlygiškai paklusti mokytojui, tai rimtas išbandymas kiekvienam pradedančiajam, reikalaujantis kantrybės ir valios. Dažniausiai tai suprantama kaip asmenybės laisvės apribojimas, todėl ne kiekvienam pavyksta pritapti, kadangi reikia „perlipti“ per savo ego. Ir čia labai svarbus mokytojo vaidmuo, kaip ir kokiais metodais jis sugeba sudominti mokinį, priversti gilintis į kovinės technikos arsenalo subtilybes, formuoti pasaulėžiūrą. Mokymo tikslas nėra vien tik fiziniai rezultatai, nors tai irgi svarbu. Labai įdomią mintį yra išsakęs vienas iš žinomų Japonijos kovos menų mokytojų Morihei Ueshiba – „ Ne tai svarbu ką gali padaryti žmogus įvaldęs kovos menų techniką, svarbu ką, ilgalaikis tų technikų mokymasis, padaro su tuo žmogumi“

Treniruotėse metu susikaupimas, koncentracija, judesių tobulinimas ugdo ne tik kūną, bet ir žmogiškąsias savybes. Tai galima pastebėti įvairių turnyrų metu, kai kovotojai pagarbiai elgiasi vienas kito atžvilgiu nors ant tatamio vyksta bekompromisinė kova. Tačiau, kaip rodo praktika, rytų kovos menais ypač kontaktiniais, labiau domisi neypatinga tolerancija artimui pasižymintys jaunuoliai, ar

---

nusikalstamos grupuotės. Ypač tai pastebima įvairių turnyrų metu, kai palaikyti vieną ar kitą kovotoją, ar tiesiog smalsumo vedini, susirenka tam tikro socialinio sluoksnio atstovai. Kita neigiama tendencija, išmoktos technikos perkeliama į gatvę, tarpusavio santykių aiškinimuisi ar nusikalstamai veikai. Norint užkirsti kelią negatyvioms tendencijoms yra svarbi mokytojo, vadybininko, klubo vadovo pasaulėžiūra bei profesiniai bei komunikaciniai gebėjimai.

Tyrimo tikslas: Išnagrinėti komunikacijos ypatumus Lietuvos rytų kovos menų organizacijose

Tyrimo metodai: Literatūros šaltinių analizė, dokumentų analizė, stebėjimas.

Tyrimo organizavimas: Tyrimas vykdomas 2012-2013 metais Lietuvos rytų kovos menų organizacijose bei studijuojant dokumentus bei mokslinės literatūros šaltinius.

Buvo ištirta statistiniai dokumentai, šiuo atveju Lietuvos sporto statistikos metraštis (2011) pagal kuriuos galima įvertinti bendrą Lietuvos dvikovų sporto organizacijų veiklą.

Išvados:

Rytų kovos menų organizacijos turi keturis komunikacijos subjektus, kurie menkai komunikuoja savo grupių viduje, o dar silpnesnė komunikacija vyksta tarp visų grupių.

## **ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ - СРЕДСТВО ПРОФИЛАКТИКИ АСОЦИАЛЬНОГО ПОВЕДЕНИЯ ШКОЛЬНИКОВ И МОЛОДЕЖИ**

*Т.Н. Клепцова, К. Анцыгина, Сибирский государственный аэрокосмический университет имени академика М. Ф. Решетнева, г. Красноярск (Русия)*

Введение. Постановка проблемы. Анализ литературных данных. Дети и молодёжь - наше будущее. Но вот каким станет оно? В современной молодежной среде давно уже угрожающая обстановка, напоминающая тлеющий костер, который, не дай бог, вспыхнет.

Слабое здоровье, множество нерешенных социальных проблем превращают самую незабываемую и яркую страницу в жизни любого человека - детство и юношество в мрачную полосу безрадостного существования, в бесконечную борьбу за выживание. Усугубляют положение окружающие сегодня жестокость, насилие, криминальные разборки, социальная нестабильность в обществе, сумасшедшая индустрия развлечений. Бесконечным потоком обрушивается с рекламных щитов и экранов телевизоров пропаганда сомнительных ценностей и удовольствий. После таких процедур зомбирования, пожалуй, уже трудно рассчитывать на любовь и благодарность со стороны молодого поколения, на его высокую культуру. Зато четко наблюдается совершенно обратное - причины охватившей в последнее время наше общество криминализации.

В последнее время все актуальней становится вопрос влияния физического воспитания на личностные установки человека и на его отношение к окружающим. Ведь с помощью занятий физической культурой и спортом можно проводить профилактику асоциального поведения (алкоголизм, табакокурение, наркомания) юношества и молодежи. Об этом пишут в газетах, говорят по радио и по телевизору, в правительстве проводят круглые столы, посвященные обсуждению этой темы. Вышел приказ Министерства образования Российской Федерации, Министерства здравоохранения Российской Федерации, Государственного комитета Российской Федерации по физической культуре и спорту и Российской академии образования от 16 июля 2002 года «О совершенствовании процесса физического воспитания в образовательных учреждениях Российской Федерации».

Общеизвестно, что здоровье граждан России на протяжении последних 10-15 лет ухудшается. Это объясняется рядом обстоятельств: необустроенностью и прозрачностью границ между сопредельными государствами, экономическим и политическим переустройством общества, переделом форм собственности, свертыванием государственного производства, которые привели к безработице, обнищанию, беспризорности, росту преступности и бездуховности. Как следствие - угрожающее распространение вредных привычек, таких как алкоголизм, табакокурение, проституция и наркомания, и злоупотребление ими.

Под угрозой оказалось само существование системы здорового образа жизни. И в результате была создана Президентская программа «Здоровье нации», которая получила

продолжение в различных регионах государства, в направлениях профилактики злоупотребления психоактивными веществами (ПАВ) и противодействия незаконному обороту наркотиков.

Жизненный опыт показывает, что средства физической культуры и спорта способствуют комплексному решению проблемы повышения уровня здоровья населения, воспитания и образования подрастающего поколения, формированию положительного морально-психологического климата в обществе. Физическая культура и спорт, являясь превентивными средствами поддержания и укрепления здоровья, в силах обеспечивать профилактику не только различных заболеваний и вредных привычек, но и асоциального поведения молодежи.[1-6]

Проблема, как, где и с кем проводить личное, свободное от учебы и работы время молодежи, очень важна: она волновала, волнует и будет волновать общество во все времена.

Цель работы: рассмотреть ситуацию в молодежных кругах на предмет злоупотребления вредных привычек (алкоголизм, табакокурение, наркомания).

Задачи: приобщение детей и молодежи к здоровому образу жизни посредством занятий физической культурой и спортом.

Методы исследования: анализ литературных источников, тестирование оценки уровня знаний о своем здоровье и пагубном воздействии вредных привычек на организм, математическая статистика.

Заключение:

1. Физическая культура и спорт является эффективным средством сохранения и укрепления здоровья, физического развития, улучшения физической подготовленности и повышения работоспособности; достижения физического совершенства; формирования потребности в здоровом стиле жизни; поддержания жизненных и творческих сил людей.

2. Физическая культура и спорт расширяет круг общения людей, дает возможность сопереживать, эстетическое и эмоциональное восприятие.

3. Спорт рассматривается как важное социальное средство приобщение школьников и молодежи к здоровому образу жизни и профилактическая работа по предупреждению их возможного асоциального поведения вредных привычек.

На современных этапах развития общества замечен интерес к физической культуре и спорту, которые являются универсальным механизмом для самореализации и самосовершенствования человека в его дальнейшем развитии. Значительный социальный потенциал физической культуры и спорта необходимо в полной мере использовать в профилактике вредных привычек как наиболее результативный и наименее затратный механизм эффективного оздоровления подрастающего поколения.

Реализация потребности в культурном досуге в настоящее время ограничена всеобщей коммерциализацией этой сферы общественной жизни. Необходимо продолжить работу по организации спортивных клубов, клубов по интересам и т.п. и вовлечению в них на бесплатной основе школьников и студентов.

Необходимо усилить, а главное систематизировать просветительную и профилактическую работу в учреждениях образования и начинать ее на более ранних возрастных этапах.

Дальнейшие исследования предполагается провести в направлении изучения других проблем профилактики асоциального поведения школьников и молодежи посредством занятий физической культуры и спортом.

## **АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ЛЕЧЕБНО - ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В ГРУЗИИ**

*М. Н.Иашвили, Государственный университет имени И.Чавчавадзе, г.Тбилиси (Gruzija)*

*Н.Г. Иашвили, Грузинский технический университет, г.Тбилиси (Gruzija)*

Современная Грузия располагает уникальными природными и историко-культурными ресурсами, представляющими интерес для развития туризма, как самостоятельной и перспективной отрасли экономики. Ясно, что в будущем туризм может стать одним из главных

---

источников валютных поступлений в бюджет государства, в связи с чем туризм признан приоритетным направлением экономики страны.

Нашу Грузию воспринимают как новую, пока не известную страну и поэтому она становится интересной для путешествий и туризма. Желающих посмотреть страну увеличивается после проведенных археологических раскопок в 1999 году, в результате которых были обнаружены в Дманиси, расположенной вблизи Тбилиси, фрагменты скелета древнейшего человека палеолитной эры, которые датируются 1 миллион 700 тысяч лет до нашей эры. Этим открытием Грузия стала родиной первого европейца.

Из всех разнообразных видов туризма страна старается по возможности способствовать развитию почти всех традиционных видов туризма. Это и культурно-познавательный, исторический, развлекательный, горнолыжный и другие виды.

По нашему мнению, это неправильный путь развития туризма в Грузии. Следует откровенно сказать, что в ближайшее 5-10 лет нам будет очень трудно создать такую туристическую инфраструктуру и достигнуть такого уровня обслуживания туристов как в странах западной Европы (Испания, Франция, Италия). Главное - правильно определить основные приоритеты развития туризма в стране. Их должно быть не более 4-5.

Мягкий климат, чистейший воздух, обилие минеральных и термальных источников, месторождений целебных грязей и пляжи Черноморского побережья — вот основные факторы развития в Грузии лечебно-оздоровительного туризма. Известные ещё со времён социализма курорты Боржоми, Цхалтубо, Шови, Саирме, Уцера, Бахмаро, Ахтала, порядком пострадали в беспокойные девяностые — туристов практически не было, санаторные комплексы закрывались, а квалифицированный персонал сидел без работы. Направление это на российском туристическом рынке пока не самое популярное — чтобы поправить здоровье, россияне предпочитают ездить в другие страны: Египет, Чехию и Венгрию, Кипр и Турцию, наконец, на Мёртвое море и Испанию. Ясно, что в любой из вышеперечисленных стран есть чем похвастать в деле отдыха, реабилитации, профилактики и оздоровления людей. Однако и Грузия может внести свой вклад в развитие этого вида туризма.

## **ОЗДОРОВИТЕЛЬНАЯ ХОДЬБА - СРЕДСТВО УКРЕПЛЕНИЯ И СОХРАНЕНИЯ ЗДОРОВЬЯ**

*Е.А. Земба, Сибирский государственный аэрокосмический университет имени академика М.Ф. Решетнёва, г. Красноярск (Rusija)*

Оздоровительная ходьба - вид физической деятельности, который доступен всем, от годовалого малыша до увлеченного сединами человека. К тому же ходьба не знает межсезонья, как, лыжи, хоккей или футбол. Можно ходить и жарким летом, и в весеннюю оттепель, и в осенний дождь, и в погожий зимний день, когда под ногами хрустит снег. Ходьба доступна всем и всегда. Она не требует ни особого мастерства, ни специального инвентаря. Удобная обувь - вот все, что вам нужно для занятий.

Ходьба особенно незаменима в наш век гиподинамии - ограниченной подвижности. Она благотворно воздействует на все жизненные функции организма: тренирует мышцы, улучшает ритм работы сердца, укрепляет сосуды — от мельчайших до самых крупных. Регулярные физические нагрузки заставляют сосудистую систему быть более динамичной. Дыхание способствует улучшению обмена веществ. Если идти со скоростью примерно 3 км в час, обмен веществ повышается почти в 1,5 раза. И не случайно именно ходьба так широко используется, как эффективное лечебное средство.

С полным основанием можно считать, что процесс овладения оздоровительной ходьбой успешно завершен, и теперь начинается последний завершающий этап стабилизации и поддержания физической работоспособности, который должен продолжаться всю оставшуюся жизнь. Это убедительно доказали своим личным примером наши известные ученые: академики Н. Амосов и А. Микулин, которые до последних дней своей 90-летней насыщенной жизни трудились и занимались оздоровительной тренировкой. И многие-многие другие их последователи. Обратите

внимание, что для достижения этой цели достаточно проходить в бодром темпе всего по 4-5 км четыре-пять раз в неделю, и нет необходимости увеличивать дистанцию до 9-12 км и время ходьбы до 1,5-2,0 часа, как это иногда рекомендуют.

Привязанность к ходьбе пешком остается на всю жизнь, и только сильная непогода может помешать выйти на улицу. Поскольку ходьба является обязательным компонентом нашей повседневной жизни, гораздо проще каждый день заниматься ею.

Разумеется, прогулка принесет большую пользу в том случае, если отдаться ходьбе полностью, и не думать в этот момент над решением «мировых проблем», спорить, горячиться.

## STUDENTŲ MOTYVACIJA KARJEROS GALIMYBĖMS TURIZMO SEKTORIJE

*A. Lekešytė, K. Mejerytė – Narkevičienė, Lietuvos Sporto Universitetas*

Anotacija. Per paskutinius kelerius metus, turizmo sektoriaus augimas palietė ir aukštąjį mokslą - turizmas įtrauktas į studijų programas, padidėjo šio dalyko žinovų - dėstytojų, mokslo žmonių, taip pat vadovėlių, žurnalų, tiriamųjų mokslo darbų skaičius. Šiuo metu Europoje turizmo studijas siūlo daugiau nei 80 universitetų. Lietuvoje, pagal Valstybinį statistikos departamentą, turizmo studijų programas siūlo 6 aukštosios universitetinės mokyklos, 11 neuniversitetinių aukštųjų mokyklų ir netgi 36 formalus profesinio mokymo įstaigos.

Aktualumas. Aukštosios mokyklos studentams ypatingai pabrėžia įsidarbinimo galimybes pabaigus tam tikras turizmo studijas, tačiau karjera šiame sektoriuje yra per mažai akcentuojama. Teigiama, jog karjeros galimybės turizme yra labiau prieinamos, nei kad kituose ekonomikos sektoriuose dėl tokių priežasčių, kaip turizmo verslo pobūdžio, stiprių tarptautinių turizmo įmonių susijungimo ir pan. Nors turizmo sektorius užima tik 5% visos rinkos dalies, tačiau baigę šias studijas, šių studijų programų studentai gali užimti žymiai didesnę rinkos dalį. Tačiau dėl informacijos trūkumo, neretai studentams yra sunku apibrėžti sritis, kuriose jie gali siekti karjeros pabaigę turizmo studijas ir dažniausiai renkasi stereotipines turizmo sektoriui priklausančias organizacijas. Taigi kyla probleminis klausimas, kokia yra studentų motyvacija renkantis karjerą turizmo sektoriuje?

Darbo tikslas: išanalizuoti studentų motyvaciją karjeros galimybėms turizmo sektoriuje.

Darbo uždaviniai:

1. Apžvelgti motyvacijos ir karjeros sampratą teoriniu aspektu;
2. Pristatyti karjeros vystymo ir planavimo etapus, bei karjeros galimybes turizmo sektoriuje;

3. Nustatyti Lietuvos Sporto universiteto I pakopos nuolatinės „Sportinės rekreacijos ir turizmo“, bei Turizmo ir jūrinės inžinerijos mokyklos „Turizmo ir rekreacijos“ studijų programos studentų motyvaciją karjerai turizmo sektoriuje.

Darbo objektas: studentų motyvacija karjeros galimybėms.

Darbo metodai: mokslinės literatūros analizė; anketinė apklausa; aprašomoji statistinė duomenų analizė.

Išvados.

1. Motyvacija apima žmogaus poreikius, troškimus, įsisąmonintus norus ir polinkius, interesus, vertybes, pažiūras ir įsitikinimus. Ji nulemia, kas gali elgesį pastiprinti, kas suteikia energijos ir reikalinga tam, kad pakreiptų mūsų elgesį kuria nors linkme. Sėkminga asmens profesinė karjera daugiausia priklauso nuo asmens, kuris turi norėti (motyvuoti save) aktyviai formuoti savo karjerą ir būti atsakingu už ją.

2. Profesinės karjeros planavimo procesas yra tobulėjimas pasirinktoje profesijoje, rengiant ir įgyvendinant savo karjeros planus. Tačiau karjeros planavimas įmanomas tik gerai pažinus save bei tinkamai išanalizavus darbo pasaulį. Studentams, pasirinkusiems turizmo studijų programas, atsiveria plačios karjeros galimybės – jie gali įsidarbinti tiek su turizmu ir laisvalaikio sektoriais susijusiuose darbuose, tiek ir kitose srityse, kuriose galėtų pritaikyti savo įgytas žinias.

Atlikto tyrimo gauti rezultatai parodė, kad dauguma studentų mažai žino apie turizmo sektoriuje esančias karjeros galimybes ir jiems yra sunku apibrėžti sritis, kuriose jie gali įsidarbinti pabaigus šias

---

studijas. Studentai yra prisirišę prie stereotipinių turizmo ir laisvalaikio sektoriaus darbo vietų ir neįsivaizduoja kitų sričių, kuriose galėtų pritaikyti savo įgytas žinias ir kompetencijas. Pagrindinės sritys, kuriose studentai planuoja siekti savo karjeros yra turizmo, laisvalaikio ir pramogų sektoriai, renginių organizavimo įmonės, bei apgyvendinimo sektorius. Rezultatai parodė, jog tik maža dalis studentų įsivaizduoja save dirbant kitose srityse, kurios yra nesusijusios su turizmu, kas demonstruoja tikslinga jų studijų pasirinkimą.

## **КУЛЬТУРА ЗДОРОВЬЯ И РЕКРЕАЦИОННЫЙ ОТДЫХ - СО ШКОЛЬНОЙ СКАМЬИ**

*В.Н. Постникова, С.В. Постников, С.В. Манучарян, И.А. Федяй, В.П. Зайцев, Харьковская государственная академия физической культуры, г. Харьков, Украина, Российская академия естественных наук, г. Москва, Россия, Учебно-воспитательный комплекс «школа – учебно-производственный комбинат №1», АР Крым (Украина)*

Т.Н. Лебедева в предисловии к пособию отмечает, что понимает ли выпускник школы значение собственного здоровья, как главного условия реализации своих планов, сознает ли необходимость постоянно укреплять его и эффективно использовать данные природой потенциальные возможности организма? Ответ на этот вопрос не так прост, как кажется. В хорошем здоровье подрастающего поколения заинтересованы все – и родители, и учителя, и врачи, но практика показывает, что они прикладывают недостаточно усилий для его сохранения. Здоровье детей с возрастом ухудшается: их функциональные возможности в ходе учебы снижаются, что затрудняет усвоение учебной программы, ограничивает выбор будущей профессии. Базовое, а тем более профилированное школьное образование должно не ухудшать, а улучшать здоровье учащихся посредством совершенствования их знаний, формирования умений и навыков, укреплять свое здоровье и здоровье окружающих.

Согласно статистике, современная наука утверждает, что 20% уровня здоровья зависит от наследственных факторов, 20% – от окружающей среды, 10% – от деятельности здравоохранения, 50% – от образа жизни человека. Эти данные свидетельствуют о значимости формирования целостного отношения к здоровью, а также пропаганды здорового образа жизни среди детей и подростков. Здоровый образ жизни (ЗОЖ) требует от человека волевых усилий и осмысления поступков, прогнозирования последствий как для себя лично, так и для других людей. От здоровья конкретного существующего поколения зависит здоровье и счастье потомков.

Работа педагогического коллектива школы в формировании здорового образа жизни учеников показывает, что ни какая, даже своевременно поставленная задача, не может быть решена вне рамок здоровья. В понятие здоровья вкладывается не только физическое, но и здоровье социальное, духовное. Поэтому следует считать, что жизнь и здоровье ребенка – это высшая ценность. В основу оздоровительной работы педагогического коллектива школы положен принцип – создания условий для сохранения и укрепления здоровья учащихся в условиях школы, семьи и социума через формирование навыков и потребностей здорового образа жизни.

## **KAUNO APSKRITIES EKOTURIZMO SITUACIJOS KAIMO TURIZMO SEKTORIUJE ANALIZĖ (teorinis aspektas)**

*V. Stašaitienė, B. Švagždienė, Lietuvos sporto universitetas*

Ekologinės problemos ir aplinkosaugos klausimai yra vieni iš aktualiausių dabarties pasaulyje. Oro, vandens ir dirvos tarša, klimato kaita, biorūšių nykimas, ozono sluoksnio ardymas ir kiti negatyvūs procesai negali nekelti nerimo dėl gyvybės likimo planetoje ir žmonijos ateities. Blogėjanti ekologinė pasaulio būklė reikalauja imtis visų įmanomų priemonių siekiant sustabdyti civilizacijos slinkimą ekologinės katastrofos link. Kaimo turizmo veikla gali būti vadinama, jei ji susijusi su kaimo aplinka, jos pažinimu ir poilsiu bei rekreacine veikla. Pačio kaimo samprata labai susijusi su tradicinių vertybių

puoselėjimu, turistus vilioja ramybės ir erdvės, tradicinio gyvenimo būdo vizija. Tenkinat turistų lūkesčius kaimo turizmas turėtų pabrėžti ir atspindėti kaimo aplinką, būti kaimiškas dydžiu, charakteristikomis ir pastatais, remtis šios aplinkos savybėmis ir požymiais, vietovės fiziniu, socialiniu ir kultūriniu potencialu, panaudoti esamus statinius ir įrengimus, įtraukti vietos bendruomenę. Ekologinis turizmas nuo kaimo turizmo skiriasi apmąstyta, ekologiniu bei ekonominiu požiūriu pagrįsta rekreacinių teritorijų naudojimo politika. Ja siekiama taupiai naudoti gamtos išteklius, išsaugoti ne tik gamtinių rekreacinių teritorijų biologinę įvairovę, bet ir pačios turizmo veiklos stabilumą

Temos aktualumas ir naujumas. Pasaulinės tendencijos turizmą įvardija kaip vieną iš sparčiausiai besiplėtojančių ekonomikos sektorių. Tai industrija, kurios stiprus poveikis jaučiamas ne tik ekonomikoje, politikoje, bet ir aplinkosaugoje. Blogėjanti ekologinė pasaulio būklė reikalauja imtis visų įmanomų priemonių siekiant sustabdyti civilizacijos slinkimą ekologinės katastrofos link (Kalenda, 2003). Vis labiau plinta atsakingo keliavimo tendencija, kur turizmo sąvoka suprantama kaip draugiška aplinkai sistema su identifikuojama aplinkosaugine, ekonomine, socialine atsakomybe (Birgelytė, 2012). Pasaulyje vis daugiau dėmesio skiriant natūralios aplinkos išsaugojimui, populiarėja ekologinis turizmas (ekoturizmas). Anot Baleženčio ir Paulauskienės (2012) ekologinio turizmo plėtra - vienas pagrindinių šio šimtmečio turizmo sektoriaus plėtros iššūkių ir prielaidų, norint išlaikyti konkurencingumą tarptautinėje turizmo rinkoje. Jungtinių Tautų pasaulio turizmo organizacija prognozuoja, kad XXI a. ekologinio turizmo vystymosi tempai tik didės ir šios turizmo rūšies vystymasis skatins regionų socialinį bei ekonominį augimą.

Mokslinė problema. Vystant ekologinį turizmą, vyrauja ekonominis skatinimas, nukreiptas į turitų srautų didinimą, neįvertinant darnios turizmo plėtros principų ir ekoturizmo atskiruose turizmo sektoriuose. Pats kaimo turizmo sektorius analizavimas, grindžiamas mokslu. Kaip pastebėta, šiame sektoriuje plačiausiai gali būti diegiamas ekoturizmas. Tačiau kaip to pasiekti, neišanalizavus ekologinio turizmo vystymo kaimo turizmo versle situacijos, negalime numatyti vystymo gairių. Objektas: kaimo turizmo verslas ir ekoturizmo situacija. Straipsnio tikslas – atskleisti kaimo turizmo verslo ir ekoturizmo situacijos teorinius Uždaviniai: 1. Apibrėžti ekoturizmo sąvoką bei pristatyti pagrindinius ekologinio turizmo principus; 2. Pristatyti ekoturizmo situaciją Lietuvoje ir Kauno apskrityje. Tyrimo metodika: literatūros analizė, anketinė apklausa.

Išvados.

1. Turizmas, ekoturizmas yra kai keliaujama savarankiškai ir nepriklausomai nuo kelionių agentūrų, maršrutai sudaromi savarankiškai, dažnai keliaujama aktyviai, nakvojama gamtoje, mažuose vietiniuose nakvynės namuose ar apsistojama pas vietinius gyventojus, palaikomas glaudus kontaktas su vietiniais gyventojais ir šalies tradicijomis.

2. Ekoturizmo plėtra kaime sietina su esamų išteklių ir pajėgumų efektyvesniu panaudojimu, nesiekiant patenkinti vis didėjančius augančius turistų poreikius. Kaimo turizmas turi stebėti, kad turistų poreikiai būtų tenkinami atsižvelgiant į aplinkosaugos reikalavimus bei darnios plėtros principus. Kaimo išsaugojimas ir atkūrimas priklauso nuo jo gyventojų sugebėjimo rasti naudingas veiklos rūšis ir gauti pakankamai pajamų, kurias gali užtikrinti alternatyvios veiklos rūšys. Sodybų turėtojai turi ne tik teikti maitinimo ir apgyvendinimo paslaugas poilsiuojantiems, bet rengti ekoturizmo produktus – floros ir faunos stebėjimą, pažintines išvykas pėsčiomis (žygius) ir kt.

3. Lietuva dalyvauja „Žaliojo rakto“, „Mėlynosios vėliavos“ programose. " Ekoturizmo situacija Lietuvoje: valstybiniai parkai yra skirti ne tik gamtai saugoti, bet ir turistams lankytis - dažniausiai pėsčiomis arba dviračiais. Lietuvoje yra maršrutų, tinkamų keliauti valtimis ar įveikti žirgais. Turizmo žirgais idėją įgyvendina Kurtuvėnų regioninis parkas. Belmonte ar Trakuose siūloma daugiau pramoginio turizmo paslaugų. Lietuvoje yra pažintinio turizmo trasų, kuriomis galima keliauti ne vieną dieną.

4. Kauno apskrityje kaimo turizmo sodybose yra teikiamos gamtą tausojančios turizmo paslaugos. Norint sodybą priskirti ekologiškam kaimo turizmui, paslaugos turi būti orientuotos ne tik į kaimo gyvenimą, glaudžiai susietą su gamta, gamtos dėsnių supratimu, gamtos vertybių išsaugojimu ir pažinimu, bet ir maitinimu ūkyje, išsaugintais ekologiškais produktais, savanoriškus darbus ūkyje, informacijos teikimą apie netoliese esančius gamtos ir kultūros objektus.



## SUAUGUSIŲJŲ FIZIŠKAI AKTYVIOS VEIKLOS MOTYVACIJA LYTIES ASPEKTU

V. Ivaškienė, G. Levulienė, Lietuvos sporto universitetas

J. Čepelionienė, Mykolo Romerio universitetas

V. Ivanauskienė, Vytauto Didžiojo universitetas

A. J. Jansonienė, R. Račiūnas, Kauno technologijos universitetas

Žmonija greit priprato prie mokslo ir technikos pažangos teikiamo komforto. Paplito pasyvus gyvenimo būdas. Fizinės veiklos sumažėjimas turėjo ir turi neigiamas pasekmes vaikų fiziniam vystymuisi ir parengtumui. Fizinio pasyvumo problema aktuali ne tik suaugusiems. Ji svarbi visais žmogaus gyvenimo tarpsniais. Ypatingai daug žalos tai padaro paauglystės amžiuje. Žmogaus kūnas plastiškiausias augimo ir intensyviausio brendimo laikotarpiu, tačiau tuo pačiu ir lengviausiai pažeidžiamas. Dabar žmogaus kasdieniniame gyvenime nedažnai susiduria su sunkiu fiziniu darbu, aktyvia fizine veikla. Šiandien žmogus išlaisvintas nuo sunkaus fizinio darbo. Akademiko A. Bergo duomenimis, prieš šimtą metų fizinis darbas sudarė 94-96% viso žmogaus darbo, o dabar tik vieną procentą. Skatinant vaikų fizinį aktyvumą labai svarbu suvokti ne tik fiziologinės raidos ypatybes, bet ir psichologinius, socialinės ir kultūrinės aplinkos determinantus. Mokslininkai, kūno kultūros specialistai, pedagogai pabrėžia fizinio aktyvumo skatinimo nuo pat vaikystės reikšmę. Būtinybė būti fiziškai aktyviam tampa akivaizdi dažniausiai dėl ligų vyresniame amžiuje, tačiau aktyvaus gyvenimo įgūdžiai bei įpročiai suformuojami vaikystėje. Nustatyta, kad ankstyvas vaiko įsitraukimas į fiziškai aktyvią sportinę veiklą turi didžiulės reikšmės tolesnei tokios veiklos plėtrai suaugusiojo gyvenime.

Tyrimo tikslas – ištirti suaugusiųjų fiziškai aktyvios veiklos motyvaciją lyties aspektu.

Tiriamiesiems buvo pateikta 56 klausimų standartizuota F. Herzberg (1996) anketa, aprobuota ankstesniuose tyrimuose (Čepelionienė ir Ivaškienė, 2005; Ivaškienė ir kt., 2007), siekiant nustatyti šiuos aštuonis veiklos motyvus: finansinį, pripažinimo ir dėkingumo, atsakomybės, santykių su vadovu, karjeros, laimėjimų, darbo turinio, bendradarbiavimo. Didžiausias kiekvieno motyvo įvertinimas – 28 balai.

Anoniminis anketavimas buvo vykdomas 2010 metais Kauno sporto ir sveikatingumo klubuose. Tiriamąją imtį sudarė 217 Kauno mieste laisvalaikio sportuojančių asmenų, kurių vidutinis amžius  $30,8 \pm 3,5$  metų.

Rezultatų skirtumų patikimumas nustatytas pagal Studento t kriterijų. 95 proc. patikimumo lygmuo ( $p < 0,05$ ) vertintas kaip statistiškai patikimas.

Nustatyta, kad suaugusiųjų vyrų fiziškai aktyvioje veikloje svarbiausi yra darbo turinio ( $18,5 \pm 2,40$  balo) ir bendradarbiavimo ( $18,0 \pm 2,80$  balo) motyvai, o moterims - bendradarbiavimo ( $17,2 \pm 1,24$  balo) ir darbo turinio ( $17,0 \pm 1,84$  balo) motyvai. Vyrams darbo turinio motyvas svarbesnis ( $p < 0,05$ ) nei moterims, o moterims svarbesnis ( $p < 0,05$ ) bendradarbiavimo motyvas. Tiek vyrams, tiek moterims nereikšmingiausi yra pripažinimo ir dėkingumo (atitinkamai  $7,8 \pm 2,17$  balo ir  $7,7 \pm 2,15$  balo) motyvai.

## PIGIŲ SKRYDŽIŲ AVIAKOMPANIJOS „RYANAIR“ TEIKIAMŲ PASLAUGŲ KOKYBĖS ĮVERTINIMAS

A. Visockaitė, E. Jasinskas, Lietuvos Sporto Universitetas

Anotacija. Straipsnyje apibrėžiama teikiamų paslaugų kokybė ir reikšmė avialinijų versle, taip pat pristatomas avialinijų reitingavimo modelis. Remiantis šiuo modeliu atliktas tyrimas, kurio rezultatai, atsižvelgiant į gautus vartotojų teikiamų paslaugų kokybės įvertinimus, atskleidžia aviakompanijos „Ryanair“ spragas, bei padeda vadovams suprasti kaip geriau aptarnauti klientus, stebėti ir plėtoti paslaugų kokybę, bei pasiekti aukščiausių keleivių pasitenkinimo lygį.

Reikšminiai žodžiai: pigių skrydžių aviakompanija, teikiamos paslaugos, paslaugų kokybė;

Temos aktualumas. Pasak Archana ir Subha (2012) šių dienų konkurencingoje aplinkoje aukštos kokybės paslaugų teikimas, bei klientų norų supratimas yra pagrindiniai pranašumai lemiantys aviakompanijų pelningumą. Šiuo metu plačiai tyrinėjama teikiamų paslaugų kokybė, bei vartotojų pasitenkinimas įprastose aviakompanijose. Tačiau itin mažas dėmesys skiriamas pigių

skrydžių aviakompanijoms, kurios susiklosčius esamai ekonominei situacijai tampa vis populiariesnės. Plačiai tyrinėta pelningiausias Europoje pigių skrydžių aviakompanijos „Ryanair“ skverbimosi į rinką strategija (John F. O’Connell, George Williams, Paolo Malighetti, Peter Kangis ir kiti), tačiau mažai gilinamasi į šios aviakompanijos teikiamų paslaugų kokybę.

Darbo objektas - teikiamų paslaugų kokybė.

Darbo tikslas – įvertinti pigių skrydžių aviakompanijos „Ryanair“ teikiamų paslaugų kokybę.

Darbo uždaviniai:

1. Apibrėžti paslaugų kokybės sampratą, terminus ir reikšmę avialinijų versle;
2. Pristatyti avialinijų reitingavimo modelį remiantis teikiamų paslaugų kokybe;
3. Nustatyti teikiamų paslaugų kokybę pigių skrydžių aviakompanijoje „Ryanair“ remiantis vartotojų požiūriu.

Metodai: Literatūros analizė. Apklausa žodžiu (fokus grupės interviu), ekspertų interviu.

Išvados.

1. Kokybė pripažinta pagrindine konkurencingumo didinimo priemone Europoje. Tačiau dėl jos apibrėžimo ilgą laiką nesutariama. Ją itin sunku apibrėžti ir išmatuoti dėl jos prigimties ir išskirtinių savybių. Literatūros analizė parodė, jog paslaugų kokybė yra subjektyvi sąvoka, kiekvienai vartotojų grupei suvokiama skirtingai. Taip pat ji traktuojama, kaip paslaugos savybių ir charakteristikų visuma, sukurta tenkinti vartotojų poreikius. Saugumas, kokybė ir kaina yra pagrindiniai rodikliai renkantis avialiniją tiek tarp verslininkų, tiek tarp poilsiautojų. Norint išlikti konkurencingai kompanijai - kokybė turėtų būti vienas iš pagrindinių įmonės siekių. Paslaugų kokybė atlieka svarbų vaidmenį prabangiose aviakompanijose, tačiau didėjant konkurencijai ji tampa vis reikšmingesnė ir pigių skrydžių aviakompanijose.

2. Ilgą laiką avialinijų kokybei išmatuoti buvo naudojami tokie modeliai kaip: kokybės spragų modelis (V.A. Zeithaml ir L.L. Berry), pasitelkiant „Servqual“ metodiką ar „Servperf“, tačiau šiai dienai tinkamiausias modelis siekiant nustatyti avialinijos paslaugų kokybę yra

„Airline quality rating“, sukurtas D. Bowen ir D. E. Headley (2000). Šio modelio tikslas - ištirti avialinijų kokybę ir jas palyginti tarpusavyje. Šiuo metodu avialinijos siekia didinti laimingų keleivių skaičių tolygiai didinant pelną. „Airline quality rating“ identifikuoja įmonių stiprybes ir silpnybes, kurių dėka dėka yra gerinama kokybė.

3. Atliktas tyrimas parodė, jog pigių skrydžių aviakompanijos „Ryanair“ teikiamų paslaugų kokybė, remiantis vartotojų požiūriu yra itin bloga, tačiau jie jos nesureikšmina. Šios aviakompanijos keleiviams itin svarbi kelionės bilieto kaina. Kol ji bus pakankamai žema klijantai priekaištų dėl kokybės aviakompanijai „Ryanair“ nereikš. Tačiau intervantai pastebėjo, jog aviakompanijos „Ryanair“ bilietų kainos vis labiau kyla, kadangi šios aviakompanijos keleiviai itin jautrūs kainai, todėl iki šiol buvę lojalūs „Ryanair“ klientai vis dažniau skrenda su brangesne, bet kokybiškesne pigių skrydžių avialinija „Wizzair“.

## THE HUMAN RIGHTS OF OLDER PERSONS: DEVELOPMENT OF A SPECIFIC REGIME FOR THE ELDERLY

**A. Komanovics**, *Faculty of Political and Legal Sciences, Janus Pannonius University (Vengrija)*

**D. Perkumienė**, *Kauno kolegija*

Abstract. According to a UN survey, world’s population is ageing at an unprecedented rate. Older people will outnumber children for the first time in history 2050. The Population Division of the Department of Economic and Social Affairs of the United Nations Secretariat stated that “[t]he number of older people over 60 years is expected to increase from about 600 million in 2000 to over 2 billion in 2050. This increase will be greatest and the most rapid in developing countries, where the number of older people is expected to triple during the next 40 years. By 2050, over 80 per cent of older people worldwide will be living in developing countries.” In addition, ageing has a gendered nature: women tend to live longer than men, and more older women than men live alone. The symptoms are similar in the European Union: the old age dependency ratio, showing the level of support of the dependent generation (65 years of older) from the working age population (15-64 years), in the EU 27 increased from 21.1% in 1992 to 26.8% to 2012. In 2012, the old age dependency ratio ranged from 18% in

---

Slovakia, Ireland and Cyprus to 32% in Italy and 31% in Germany. Population ageing is no longer limited to low-fertility countries. Today, two-thirds of the world's older people live in low-and middle-income countries and this proportion will rise to 80 per cent by 2050. Due to declining fertility and increasing longevity, population ageing is fastest in the low-fertility countries. Longevity raises a range of distinct human rights issues. Older persons face difficulties in many aspects of everyday life, including access to (decent) employment, adequate social support networks, the autonomy of older persons, including treatment with dignity, their right to privacy and intimacy, the right to die with dignity. Increasing longevity results in the prevalence of a number of long-term chronic conditions (Alzheimer's disease, Parkinson's disease, HIV/AIDS, cancer, heart disease and respiratory diseases), loss of capacity, physical and mental disability, increased personal care needs, and the challenges this poses to families as well as the health and social services. Due to the difference in life expectancy between men and women, old age became feminized.

Conclusions:

1. The Advisory Committee of the UN Human Rights Council argued that "[j]ust as women, children, and the disabled have been recognized as distinct groups requiring special care and concern under the existing human rights regime, the elderly population must be recognized as a distinct group whose human rights are protected by international law." In our view, transition towards demographic maturity necessitates the development of specific standards on the human rights of elderly persons.

2. Currently, notwithstanding the complexity of the problem, low political priority is given to ageing issues, partly because older persons are not usually an organized and visible group that demands attention, partly due to the lack of resources.

3. A specific convention on older persons would foster a paradigm shift from older people being considered recipients of welfare to rights holders with responsibilities. Society should recognize the valuable contribution of older persons to the common good. Hopefully, a specific convention on the elderly would further promote a rights-based approach to ageing policies.

## **STRESS MANAGEMENT TECHNIQUES USED BY BOXERS AND BUSHIDO FIGHTERS (PUPILS AND STUDENTS)**

**D. Daukšas**, Sporto klubas "Dainralfas"

**V. Ivaškienė, G. Levulienė**, Lithuanian Sports University

**J. Čepelionienė**, Mykolas Romeris University

Stress management refers to a wide spectrum of techniques and psychotherapies aimed at controlling a person's levels of stress, especially chronic stress, usually for the purpose of improving everyday functioning. In this context, the term 'stress' refers only to a stress with significant negative consequences, or distress in the terminology advocated by Hans Selye, rather than what he calls eustress, a stress whose consequences are helpful or otherwise positive. Stress produces numerous symptoms which vary according to persons, situations, and severity. These can include physical health decline as well as depression. The process of stress management is named as one of the keys to a happy and successful life in modern society. Although life provides numerous demands that can prove difficult to handle, stress management provides a number of ways to manage anxiety and maintain overall well-being. Despite stress often being thought of as a subjective experience, levels of stress are readily measurable using various physiological tests, similar to those used in polygraphs.

Many practical stress management techniques are available, some for use by health practitioners and others for self-help, which may help an individual to reduce stress, provide positive feelings of being in control of one's life and promote general well-being.

The effectiveness of the different stress management techniques can be difficult to assess, as few of them have received significant attention from researchers. Consequently, the amount and quality of evidence for the various techniques varies widely. Some are accepted as effective treatments for use in psychotherapy, whilst others with less evidence favouring them are considered alternative therapies. Many professional organisations exist to promote and provide training in conventional or alternative therapies.

---

There are several models of stress management, each with distinctive explanations of mechanisms for controlling stress. Much more research is necessary to provide a better understanding of which mechanisms actually operate and are effective in practice.

The research *aim* - to determine the stress management techniques used by boxers and bushido fighters (pupils and students)

Hypotheses of the research:

1) Bushido fighters experience less stress.

2) Students apply more measures of coping with stress than pupils.

The methods and organization of the research

*The methods of the research:* analysis of references, questionnaire, statistical analysis.

An anonymous questionnaire survey was carried out at sports clubs x, y and z in Kaunas city during the autumn of year 2010. The survey was executed after workout. Filling in the questionnaires took 15–20 minutes in the presence of the investigator. The group of subjects was selected using target selection. The research analyzed 117 respondents (55 boxers and 62 bushido fighters). Their age varied from 15 to 30 years. The respondents were classified according to two criteria: sort of sports and training status (pupils and students).

The results of the study were statistically analyzed using software SPSS 17.0 package. For the comparison of different group results the research used chi criterion ( $\chi^2$ ).

Results. It was found that boxers usually plain to their family members, use self pity, cry, blame their selves, complain to their friends, use alcohol, as the measures of coping with stress. However, bushido fighters listen to music and communicate after experiencing stress ( $p < 0,05$ ).

After stressful situations pupils watch movies, communicate, and maintain the sense of humor. However, students smoke tobacco, use self pity, alcohol, complain to friends, spend their time with a lover and do additional training.

## **AN INTRODUCTION TO HUMAN RIGHTS**

**S. Navarro**, Charles University, Prague (Čekija)

**A. Silva**, University of Extremadura (Ispanija)

**D. Perkumienė**, Kauno kolegija

Abstract. Human rights are rights possessed by people simply as, and because they are, human beings and it does not matter the part of the World where he was born in, despite that each culture has its own set of ideas and values. Cultures are different from each other therefore human right as a concept, but Human Rights are linked to culture-specific and don't apply to all cultures.

Introduction. The concept of human rights is only present in certain cultures; it is not a universalist concept. We can find philosophical and religious origins: a) In Philosophy (John Locke) that says it was part of God's natural law that no-one should harm anybody else in their life, health, liberty or possessions, and b) religion (- Judaism, Hinduism, Christianity, Buddhism, Taoism, Islam, and others -) that have all sought to establish comprehensive, coherent moral codes of conduct based on divine law. All contain profound ideas on the dignity of the human being, and are concerned with the duties and obligations of man to his fellow human beings, to nature and indeed to God and the whole of creation and some attempts in Towards the end of the 18th century, according to the philosopher John Locke, it was argued that these rights could never be given up. The existence of this natural law also established the right to do whatever was necessary to protect such rights. The more outstanding moments in the development of their legal recognition were: a) Code of Hammurabi (1780 BC), where it was said that if any one steal the minor son of another, he shall be put to death, if any one break a hole into a house, he shall be put the death before the hole and be buried, b) in the VI th. century Cyrus the Great, said that everyone is free to choose a religion (everyone is limited: free man...) and that no one could be penalized for his or her relative's fault, c) Magna Charta Libertatum in England (1215 AD), was written that all free men has certain rights and even the King has to respect them, d) Bill of rights (1689), that made the King subject to the rule of law, like any citizen, instead of claiming to be the law's (divine) source. It required the King to respect the power of Parliament - elected by the people-, e) the

---

American colonies' Declaration of Independence in (1776). This not only asserted that governments were established by the consent of the people to protect rights, but unforgettably expressed these rights in the terms that: *"all men are created equal, that they are endowed by their Creator with certain inalienable rights, that among these are Life, Liberty and the pursuit of Happiness"*). In 1788, as a result of the French Revolution, the Declaration of the Rights of Man and of Citizens, that asserted the primacy of natural rights, g) 1945 UN Charter (1945): starts the internalization of the Human Rights, h) the greatest 20th century statements of 'natural' or human rights can be dated to 1948, the Universal Declaration of Human Rights.

As a result, the most common 'universal' rights are the right to life; to freedom; to own property (limiting where government may intrude); citizenship rights (voting, nationality and participation in public life); rights to standards of good behavior by governments (or protection of the rule of law), and social, economic and cultural rights. The latter have become important during the 20th century, and raise important and still controversial issues about social justice and the distribution of wealth.

The purpose of the work is to introduce human rights concept.

Object of the research- human rights concept.

Research methods. The following research methods have been used: analysis and generalization of scientific literature, analysis of legal acts, comparative and analytical methods. conclusions.

1. All contain profound ideas on the dignity of the human being, and are concerned with the duties and obligations of man to his fellow human beings.

2. As a result, the most common 'universal' rights are the right to life; to freedom; to own property (limiting where government may intrude); citizenship rights (voting, nationality and participation in public life); rights to standards of good behavior by governments (or protection of the rule of law), and social, economic and cultural rights.

3. The most influential religion in Europe where human rights were first created and where the contribution to human rights was the idea of human worth and dignity, equality of all human beings before God.

## **COLLISION BETWEEN FUNDAMENTAL RIGHTS IN SPAIN: RIGHT TO HONOR, PRIVACY AND SELF-IMAGE VERSUS THE RIGHT TO FREEDOM OF EXPRESSION**

**A. Silva, Á. Acedo**, *University of Extremadura (Ispanija)*

**D. Perkumienė**, *Kauno kolegija*

The right to honor, privacy and self-image are often seen as the paradigm and the essence of personality rights, and also enjoy the status of fundamental rights, of course, enhanced judicial protection. Also are recognized as a whole and guaranteed in Article 18.1 of the Spanish Constitution of December 27<sup>th</sup>, 1978 (EC), with the following and concise expression: "The right to honor, personal and family privacy and own image".

Introduction. Furthermore, the Spanish Constitution itself provides two specific limits to be respected to guarantee these rights explicitly:

a) The art. 18.4 SC: "The law limited the use of information technology to ensure the honor and personal and family privacy of citizens and the full exercise of their rights".

b) The art. 20.4 EC: the freedoms of expression and information, and the other recognizing this section "are limited by respect for the rights recognized in this Part, the provisions of the laws implementing it and, especially, the right to honor, to privacy, to personal reputation and the protection of youth and childhood".

The privileged constitutional protection provided for in Article 53.2 of EC: "Any citizen may claim the protection of freedoms and rights recognized" in Section 1 of Chapter 2, which houses the art. 18.1, "ordinary courts by a procedure based on the principles of preferential and summary and, where appropriate, through the appeal with the Constitutional Court (TC)".

But access to the appeal with the Constitutional Court, individuals recognized by art. 53.2 EC, is only possible when seeking to challenge the judgment upon which it has not granted constitutional

---

protection that guarantees the art. 18.1, and then only when they have completed all legal remedies through the courts, because we must not forget that the Constitutional Court is not part of the judiciary called, or jurisdiction, whose top is the Supreme Court (TS).

However, although very high number of resources under that stand in this matter by individuals, mostly politicians and celebrities, there are very few that pass "filter" of admissibility for further knowledge and resolution TC by sentence, given the issues that have saturated the constitutional body.

In terms of these rights have been major tensions between the Constitutional Court and the 1st Chamber of the Supreme Court Civil, mainly as a result of the revocation by the first solid judgments of the second, in the balance, politicians and celebrities, stand out much better ("protected") by the TC, TS leaning, in these cases, by giving preference to the freedoms of expression and information.

The purpose of the work is to disclose a collision between fundamental rights in Spain: right to honor, privacy and self-image *versus* the right to freedom of expression.

Object of the research- collision between fundamental rights in Spain: right to honor, privacy and self-image *versus* the right to freedom of expression.

Research methods. The following research methods have been used: analysis and generalization of scientific literature, analysis of legal acts, comparative and analytical methods.

Conclusions.

1. The Spanish Constitution itself provides two specific limits to be respected to guarantee these rights explicitly.

2. Very high number of resources under that stand in this matter by individuals, mostly politicians and celebrities, there are very few that pass "filter" of admissibility for further knowledge and resolution TC by sentence, given the issues that have saturated the constitutional body.

3. As for the confrontation of these conflicting fundamental rights, have highlighted the importance of the criteria to be taken into account when addressing the balance between rights and freedoms in collision as in the case of free speech or information on the one hand, or the protection of the right to honor, privacy or image on the other.

4. The constitutional protection of freedom of information, against the right to honor guaranteed in Art. 18.1 CE, "is conditional on the information is accurate and that concerns made public importance within the meaning of newsworthy.

## **MARIJAMPOLĒS KOLEGIJOS ĪVAIZDŽIO ANALIZĒ**

### ***J. Ūsaitē, G. Žilaitytē, Marijampolēs kolegija***

Anotacija. Organizācijas īvaizdis – susieda iš daug veiksmų ir įvairių sudedamųjų elementų, be kurių organizacija negalėtų tinkamai gyvuoti. Todėl organizacija turi nuolatos žinoti visuomenės poreikius, tam kad būtų palengvintas darbas kuriant teigiamą organizacijos īvaizdį. Organizacijos īvaizdžio kūrimas – tai visuomenės suvokimas organizacijos atžvilgiu, todėl pati visuomenė labai stipriai įtakoja organizacijos īvaizdį. Organizacijos īvaizdį įtakoja daug veiksmų, todėl ji turi „neužmigti“ tam, kad apie organizacijos īvaizdį būtų atsiliepiama tik gerai ir kad būtų visiems žinoma ir populiaru. Todėl tokiam siekiui yra sukurti īvaizdžio kūrimo principai, kurie padeda sukurti geresnį tos organizacijos īvaizdį. Organizacijos sukurtas īvaizdis yra įvairių principo kūrimo elementų derinio rezultatas. Kiekviena organizacija turi būti išsikėlusai sau tam tikrus tikslus, kurie turi sąžiningai įtakoti savo īvaizdžio formavimosi principus ir kad jie būtų aiškūs bei nuoseklūs, ir tam kad dar geriau būtų sukuriamas īvaizdis reikia žinoti īvaizdžio struktūros sudedamąsias dalis. Visos organizacijos, siekiančios sėkmingai ir ilgai egzistuoti, turi pelnyti visuomenės paramą, todėl kiekviena struktūrinė dalis negali būti atmesta kaip neesminė, nes tokiu atveju pati visuomenė gali surasti tinkamos informacijos, tačiau ji nebūtinai patiks organizacijai. Marijampolēs kolegija, kaip mokymo institucija, turi daug dėmesio skirti, nes turi būtų patraukli studentui, darbuotojui, verslo organizacijoms. Tam, kad kolegija būtų šiuolaikiška ir einanti koja kojon su laikmečiu, vadovai turi ieškoti inovacijų, keistis iš vidaus, keisti

nusistovėjusią tvarką, įvesti naujoves, kurios būtų patrauklios ir įdomios visiems suinteresuotiems asmenims

Temos aktualumas ir naujumas. Įvaizdžiui sukurti gali būti pasitelkiamos įvairios priemonės, kurios gali pasitarnauti kaip informacijos apie tam tikrą organizaciją nešiklis. Svarbiausia, kad tai neturėtų neigiamų asociacijų ir kažkokiu būdu pasiektų norimą auditoriją. Tai gali būti smulkios dovanos, suvenyrai, darbuotojų apranga, internetinio tinklalapio dizaino iki reklamos „balso“ ir „veido“, firminio transporto ir t.t. Įvaizdis kuriamas ir pasitelkus nestandartines priemones, pvz., organizacijos pasisveikinimas, specialios frazės, šūkiei ir pan. Organizacijos įvaizdį sudaro ir vizualinės dalys tai logotipas, specialios spalvos, dizaino elementai taip pat šūkis ir jo apipavidalinimas. Pagal visa tai sukuriama priemonė skirtos organizacijos savireklamai – įvaizdžiui. Tai yra naudinga ir būtina organizacijai, kuri nori dirbti su potencialiais bei naujais klientais bei partneriais. Geras organizacijos įvaizdis svarbus ieškant kvalifikuotų darbuotojų. Konkretus įvaizdžio sukūrimas priklauso nuo organizacijos verslo strategijos, tačiau apie tai reikėtų galvoti kai kuriamas prekės ženklas ir pozicionavimas. Daugiau dėmesio tam paprastai skiria paslaugas parduodančios įmonės, kadangi firminio stiliaus priemonė padeda vizualizuoti ir labiau apčiuopiamai pristatyti savo paslaugą. Taigi marketingo ir reklamos specialistai kuria priemones skirtas organizacijos įvaizdžiui. Kaip teigia Arnoldas Ž. (2012) kainos priklauso nuo to, kokio sudėtingumo įmonei, paslaugai ar produktui kuriamos firminio stiliaus priemonės, kaip sudėtinga sukurti atitinkamus sprendimus, o gal visiškai naujas priemones. Šiandieninėmis rinkos sąlygomis įmonės įvaizdis gali labai padėti konkurencinėje kovoje, kuri kasdien vis labiau juntama. Vis daugiau kompanijų suvokia įvaizdžio svarbą, jį formuoja pasitelkdami profesionalus ir taip siekia ekonominės sėkmės ir stabilumo. Įvaizdis „iš esmės, yra emocinis organizacijos, jos produktų ir paslaugų suvokimas, kuris, būdamas nematerialus įmonės turtas, padeda užtikrinti ir ilgalaikę materialią gerovę.

Tyrimo problema: Neatlikta Marijampolės kolegijos, kaip mokymo institucijos įvaizdžio analizė, todėl negalime teigti kaip ji yra vertinama pačių studentų. Straipsnio tikslas: Išanalizuoti Marijampolės kolegijos įvaizdį. Objektas – įvaizdis. Straipsnio uždaviniai:

1. Apibrėžti įvaizdžio teorinę esmę;
2. Ištirti Marijampolės kolegijos įvaizdį I ir III kurso nuolatinųjų studijų studentų požiūriu.

Tyrimo metodika: literatūros analizė, anketinė apklausa.

Išvados

1. Organizacijos įvaizdis – susideda iš daug veiksnių ir įvairių sudedamųjų elementų, be kurių organizacija negalėtų tinkamai gyvuoti. Todėl organizacija turi nuolatos žinoti visuomenės poreikius, tam kad būtų palengvintas darbas kuriant teigiamą organizacijos įvaizdį. Organizacijos įvaizdžio kūrimas – tai visuomenės suvokimas organizacijos atžvilgiu, todėl pati visuomenė labai stipriai įtakoja organizacijos įvaizdį. Daug veiksnių įtakoja organizacijos įvaizdį ir todėl organizacija turi „neužmigti“ tam, kad apie tos organizacijos įvaizdį būtų atsiliepiama tik gerai ir kad ji būtų visiems žinoma ir populiari. Todėl tokiame siekiui yra sukurti įvaizdžio kūrimo principai, kurie padeda sukurti geresnį tos organizacijos įvaizdį. Organizacijos sukurtas įvaizdis yra įvairių principo kūrimo elementų derinio rezultatas.

2. Kiekviena organizacija turi būti išsikėlusiai sau tam tikrus tikslus, kurie turi sąžiningai įtakoti savo įvaizdžio formavimosi principus ir kad jie būtų aiškūs bei nuoseklūs, ir tam kad dar geriau būtų sukuriama įvaizdis reikia žinoti įvaizdžio struktūros sudedamąsias dalis. Visos organizacijos, siekiančios sėkmingai ir ilgai egzistuoti, turi pelnyti visuomenės paramą, todėl kiekviena struktūrinė dalis negali būti atmesta kaip neesminė, nes tokiu atveju pati visuomenė gali surasti tinkamos informacijos, tačiau ji nebūtinai patiks organizacijai. Sukurti ir reklamuoti kolegijos įvaizdį gali atrodyti labai paprastas ir nesudėtingas darbas, atrodo tereikia sugalvoti tinkamą šūkį, kurį būtų galima lengvai įsiminti. Tačiau tokį paprastumą nelengvą pasiekti. Reikia visapusiškai pažinti savo busimus klientus, o tai įmanoma tik nuodugniai viską planuojant ir tyrinėjant aplinką.

3. Marijampolės kolegija turėtų didesnę dėmesį skirti auditorijų temperatūrai pagerinti. Marijampolės kolegija turėtų atsižvelgti į studijų aktualumą ir dėstytojų objektyvumą vertinant, atsižvelgiant į studijų kokybę šie kriterijai vertinami blogai. Galima teigti, kad šiuo metu kolegijos įvaizdis tarp studentų nėra ypatingai teigiamas, nes nelabai daug procentų apklaustų respondentų teigiamai vertina Marijampolės kolegijos įvaizdį pateiktais kriterijais. Tam, kad Marijampolės kolegija būtų patrauklesnė, turėtų pasiūlyti studentams naujų studijų programų. Apibendrinant tyrimo

---

rezultatus, galima daryti išvadas, kad Marijampolės kolegija būtų patraukli studentui, kolegijos vadovai turi keistis iš vidaus, pakeisti nusistovėjusią tvarką, įvesti naujovių, kurios būtų patrauklios ir įdomios studentams.

## **ПОВЫШЕНИЕ МОТИВАЦИИ СТУДЕНТОВ К ЗАНЯТИЯМ «ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРОЙ» ПОСРЕДСТВОМ ФОРМИРОВАНИЯ ИХ ТЕЛЕСНО-ДВИГАТЕЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ**

*М. И. Евстигнеева, И. В. Ерёмин, Ставропольский государственный медицинский университет (Rusija)*

Аннотация. В статье рассматривается вопрос о сущности и содержании понятия «телесно-двигательная культура», её влиянии на мотивационно-ценностную потребность студентов в занятиях «Физической культурой». По результатам эксперимента разработанная авторская программа формирования телесно-двигательной культуры способствует повышению устойчивой мотивации студентов к регулярным занятиям физическими упражнениями.

Актуальность. Телесное совершенство личности как концентрированное выражение ее телесной культуры – это следствие, совместный результат собственных, индивидуальных усилий личности и общественного воздействия на личность, результат управления со стороны общества телесным развитием личности, выполненный социальный заказ. Как и другие виды культуры, телесная культура личности, в определенной мере, является результатом «наложения» телесной культуры общества на индивида, результатом трансформации телесной культуры общества в телесную культуру личности.

Основу совершенствования духовного и телесного потенциалов человека составляют закономерности становления форм общения по поводу совершенствования внешних и внутренних органов человеческой телесности, духовно-телесного единства человека. Такой подход встречает все большее понимание и применительно к физической культуре который позволяет реализовать единство превосходных духовных, душевных и телесных качеств. Физическая культура, как никакая иная сфера культуры, содержит в себе наибольший потенциал воспроизводства личности как целостности в своем телесно-духовном единстве. Поэтому культурная деятельность (в том числе и телесная) приобретает общественно полезную значимость, поскольку ее предметом, целью и главным результатом является развитие самого человека.

В этой связи проблему формирования физической культуры можно плодотворно решать только на основе идеи единства и взаимообусловленности социального и биологического, духовного и телесного начал. Телесная культура в отличие от других сфер культуры соединяет эти компоненты в человеке в единое целое и является сферой их гармонизации, областью ценностно-ориентированного разрешения постоянно воспроизводимых противоречий между ними.

Выводы.

1. Телесно-двигательная культура образовывается на базе сформированности деятельностного компонента физической культуры личности, что проявляется в достижении высокого уровня физического развития, физической подготовленности. В результате осознания позитивного влияния достигнутых изменений на жизнедеятельность человека формируемый более высокий телесно-двигательный статус, рассматривается личностью как необходимая для жизни ценность. Данная ценностная ориентация приводит к расширению потребностной и мотивационной сферы личности в отношении телесно-двигательного развития. Таким образом, в содержании мотивационно-ценностного компонента физической культуры личности формируется мотивационно-ценностный компонент телесно-двигательной культуры.

2. Возникновение новой мотивационно-ценностной сферы личности приводит к необходимости получения новых знаний и освоения новых видов деятельности для удовлетворения потребностей телесно-двигательного развития. В результате в содержании когнитивного и деятельностного компонентов физической культуры личности формируются одноименные компоненты телесно-двигательной культуры.



3. Экспериментальная программа и методика формирования телесно-двигательной культуры студентов медицинского вуза показали себя результативными по динамике следующего показателя, принятого в качестве критерия эффективности: – положительное изменение мотивации к целенаправленным занятиям, средствами и методами, обусловленными авторской программой у юношей с 83,4% до 92%, у девушек от 63,7% до 72% ( $p < 0,001$ ).

### **ФИЗИЧЕСКАЯ РЕКРЕАЦИЯ И ДВИГАТЕЛЬНАЯ РЕАБИЛИТАЦИЯ В АДАПТИВНОЙ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЕ**

*И. В. Еремин, Л.А. Небытова, Ставропольский государственный медицинский университет (Rusija)*

В статье обозначается социально-психологический подход к физической рекреации, посредством двигательной реабилитации. При этом системообразующим фактором физической рекреации служит конечный результат – здоровье, как создание оптимального психофизического состояния человека, которое не ограничивается лишь состоянием организма, но содержит, помимо биологической стороны, социальные и психологические аспекты. Кроме того, в статье раскрывается роль адаптивной рекреации и реабилитации. Подчеркивается необходимость для восстановления физических и психических функций, а также оптимальной социализации в обществе людей с ограниченными возможностями занятий доступными формами физической культуры и спорта, так как инвалидность сопряжена не только с потерей трудоспособности, но и ограничением двигательной активности.

Вышеизложенное позволяет констатировать, что Российское общество вступило в фазу поступательного развития, в условиях которого социально-экономические и политические преобразования направлены на утверждение гуманистических ценностей и идеалов, создание развитой экономики и устойчивой демократической системы. Важное место в этом процессе занимают вопросы, связанные с жизнедеятельностью самого человека, его здоровьем и образом жизни. Из всей совокупности понятия «здоровый образ жизни», объединяющего все сферы жизнедеятельности личности, наиболее актуальной и универсальной является физическая рекреация. Сфера физической рекреации выполняет в обществе множество функций и охватывает все возрастные группы населения, включая и лиц с ограниченными возможностями. Полифункциональный характер этой сферы проявляется в том, что физическая и психоэмоциональная рекреация и реабилитация – это развитие физических, эстетических, нравственных качеств человеческой личности, организация общественно полезной деятельности, досуга населения, профилактика заболеваний и восстановление после них, зрелище и коммуникация. Именно физическая рекреация и реабилитация могут стать важнейшим фактором, способным помочь людям противостоять неблагоприятным условиям жизни.

### **САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ И ТВОРЧЕСКАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ВЫПУСКНИКА АДАПТИВНОЙ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ**

*И. С. Бушенёва, И. В. Ерёмин, ГБОУ ВПО «Ставропольский государственный медицинский университет» Министерства здравоохранения РФ (Rusija)*

Важнейшим компонентом в системе подготовки конкурентоспособного специалиста является самостоятельная работа студентов, т.к. это необходимое условие формирования потребности в самоорганизации будущего специалиста, способности творчески решать профессиональные задачи, а также способности к постоянному обновлению своих знаний в течение всей трудовой деятельности.

---

Создание системы организации самостоятельного труда студентов учитывает ряд факторов, оказывающих влияние на развитие их творческой активности.

Самостоятельную работу студентов можно рассматривать как:

1) сферу проявления творческой активности личности, средство формирования ее интеллектуальных, технологических и идейно-нравственных качеств;

2) как форму деятельности студента, оказывающую влияние на формирование психологических установок, на активный образ жизни, воспитание потребности к самоорганизации и самоконтролю.

Таким образом, интенсификация и повышение эффективности формирования у студентов самостоятельной и творческой работы требуют активизации взаимоотношений педагога и студента, использования диалога между преподавателем и будущим специалистом, использования творческих возможностей традиционных и освоение нетрадиционных форм и методов обучения, соответственной организации учебного процесса, связи с спортивными организациями, школами, клубами, а также развития материальной базы подготовки будущих специалистов

## **RENGINIŲ ORGANIZAVIMO KAIP PASLAUGOS SUVOKIMAS (TEORINIS ASPEKTAS)**

*K. Marcinkevičiūtė, Marijampolės kolegija*

*I. Krikštaponytė, Lietuvos sporto universitetas*

Pasak R. Agybetovos (2012) turizmas yra svarbi gyvenimo dalis šiandieniniame, moderniam, pasaulyje. Dėl didelio išsivystymo turizmas yra pripažįstamas kaip ryškus globalinio, socialinio-ekonominio, 20-ojo šimtmečio pavyzdys. Pastaruoju metu, turizmą per rekreacijos prizmę tyrinėja ir analizuoja JAV, Rusijos, Olandijos, Norvegijos, Anglijos, Australijos ir kitų šalių mokslininkai (A. Armaitienė, P. Grecevičius ir kt. 2002). Rekreacija - tam tikra laisvalaikio ar veiklos rūšis, imta per laisvalaikį, kuris gali apimti kelionę ir turizmą. Tam tikri pagrindiniai skirtingumai yra tai ar veikla vykdoma viduje/lauke, namuose/ išvykus iš namų, aktyvus/pasyvus poilsis (S. Medlik, 2003). Rekreacija – žmogaus fizinių ir dvasinių jėgų atgavimo procesas, žmogaus laisvalaikio veikla, kurios tikslas – poilsiauti, keliauti bei gydytis sanatorijoje, kurortuose. Rekreacinės vietovės – tai rekreacinės teritorijos, pasižyminčios rekreacinių išteklių koncentracija ir didelėmis rekreacinės plėtros galimybėmis, kurioms valstybės, regionų, savivaldybės lygmens bendruosiuose ir atitinkamos rūšies specialiuosiuose teritorijų planavimo dokumentuose (valstybinių parkų, biosferos rezervatų tvarkymo planuose (planavimo schemose)) nustatytas rekreacinio naudojimo prioritetas. Renginių pasaulis yra labai platus ir įvairus, todėl vienareikšmiškai apibrėžti, kas yra renginys, sudėtinga. Paprastai renginys – tai bet koks specialus įvykis, projektas ar atrakcija, turintis kokią nors reikšmę. Dažniausiai jis traukia publikos ar aistraulių ir / ar žiniasklaidos dėmesį, nes turi demonstravimo ypatybę. Pasak Stonkaus (2002), renginys – tai ugdymo forma. Tai kas pagal tam tikrą programą bei vidinę struktūrą padaryta arba daroma kultūros, sporto ir kitose srityse.

Temos aktualumas ir naujumas. Rekreacinė žmogaus aplinka yra natūrali ir sukurta. Natūrali žmogaus aplinka – tai gamtinė, natūrali, atitinkanti tikrovę vieta tam tikrame kontinente, valstybėje, jos teritorijoje, tinkanti rekreacijai. Natūraliai rekreacijos aplinkai priskiriama: šalies, krašto kraštovaizdis, kalnai, ežerai, upės, jūra ar vandenynas, išskirtinio grožio vietovės, tokios kaip kriokliai, kanjonai, kopos, gamtinės ir klimatinės sąlygos. Žmogaus sukurta žmogaus rekreacijos aplinka – tai rekreacijai suprojektuota, suplanuota ar pritaikyta žmogaus rekreacijai aplinka. Šiai aplinkai priskiriama: istoriniai miestai, kurortai, kaimo gyvenamosios vietos, įvairios architektūrinės priemonės, parkai, įvairių civilizacijų architektūra, įvairaus pobūdžio ir paskirties parkai, pramogų centrai. (Vitkienė, 2008). Renginys - organizuotas, viešas žmonių susibūrimas, nepriklausomai koku pobūdžiu rengiamas: kaimo šventės, sporto šventės, gimtadienio pokyliai, miesto šventės iki Europos krepšinio vyrų žaidynių, fejerverkų šventės. Nepaisant to kokią šventę ar renginį nori suorganizuoti reikia turėti patikimą komandą, kuri savo darbą atliktų profesionaliai. Taip pat svarbu turėti aiškiai ir gerai suplanuotus organizuojamo renginio tikslus, uždavinius, laiką bei biudžetą, kurie įtakoja organizuojamo renginio rezultatus ir sėkmę.

Renginių lankymas, kaip laisvalaikio forma, ypač populiarūs miestuose. Dažniausiai, miesto žmonės tikisi gauti išskirtinį dėmesį bei patrauklias paslaugas, kurios patenkintų jų poreikius. Atsižvelgdami į miesto žmonių poreikius, įvairių renginių organizatoriai siekia sukurti įdomias, linksmas, skatinančias apsilankyti programas..

Probleminis klausimas: Kaip yra organizuojami renginiai, kad jie galėtų būti suvokiami ir vartojami kaip laisvalaikio ir rekreacijos paslauga? Tikslas: išanalizuoti renginių organizavimo kaip paslaugos suvokimo teorinius aspektus. Objektas: renginio organizavimas. Tikslui pasiekti suformuluoti uždaviniai: 1. Atskleisti renginio suvokimo sampratą; 2. Pristatyti renginio organizavimo teorinius aspektus. Tyrimo metodai: literatūros analizė ir interpretavimas.

Išvados.

1. Siekiant efektyviau panaudoti šalies turizmo potencialą ir plėtoti konkurencingus turizmo produktus, kurie turėtų paklausą ir sudarytų sąlygas atvykstantojo ir vietos turizmo srautų didėjimui, išskiriami šie turizmo plėtros prioritetai: sukurti viešąjį turizmo infrastruktūrą, pagerinti turizmo paslaugų kokybę ir įvairovę bei plėtoti turizmo informavimo ir rinkodaros paslaugas. Renginiai, kuriems skiriama daugiau žiniasklaidos dėmesio bei reklamos sulaukia ir didesnio žmonių skaičiaus, didesnio susidomėjimo visuomenėje. norint suorganizuoti gerą renginį reikia turėti labai gerą ir patikimą komandą, kurią sudarytų profesionalai. Taip pat labai svarbu turėti aiškius ir gerai suplanuotus organizuojamo renginio tikslus, uždavinius, laiką ir biudžetą. Taigi rekreacija yra žmogaus veiklumo, energijos išsaugojimo galimybė, darbas, poilsis, pramogos, ir kaip tradicinė visuomenės iš kartos į kartą perduodama humanistinė, žmonių gyvenimo būdo filosofinė proceso schema, įgalinanti spręsti laikmečio problemas

2. Renginiai ir projektai yra glaudžiai susiję tarpusavyje. Renginiai vykdomi taikant tam tikrus vadybos stilius ir metodus. Pirma: renginiui reikia koordinatoriaus, kurio vaidmuo ir stilius yra svarbiausi. Antra: renginiui svarbu preciziškumas, tvarkaraščio laikymasis ir greiti sprendimai. Trečia: geras administracijos darbas, darbų sekos laikymasis ir kontrolinio sąrašo naudojimas padeda pasiekti numatytų tikslų ir atlikti darbus laiku. Ketvirta - verslininko savybės, geri administracinio darbo įgūdžiai gali duoti geriausią rezultatą. Penkta, renginiai yra orientuoti į uždavinius, vėlesniais jų organizavimo etapais gali prireikti autoritetingesnio vadovavimo stiliaus.

3. Norint suorganizuoti gerą renginį ir sulaukti didelio visuomenės, bei žiniasklaidos dėmesio reikia išskirtinės idėjos, įdėti daug kruopštaus darbo, pasirengimo ir pastangų. Labiausiai įsimintini renginiai yra susiję su tradicijomis, sportu, kultūriniai renginiai. Renginiai lankomi todėl, kad juose galima atsipalaiduoti, patogiai ir gerai jaustis, kad renginys pasižymi išradingumu, naujomis idėjomis. Labai svarbus renginių lankymo motyvas yra jų kryptingumas, atitikimas pomėgiams, išradingumas. Renginių finansavimo klausimas mažiausiai domina jų dalyvius. Labiausiai patinka pramoginiai renginiai ir renginiai, susiję su rekreacija ir turizmu.

## **SOCIALINIO MARKETINGO PRITAIKYMO, VYKDANT FANŲ CHULIGANIŠKO ELGESIO PREVENCIJĄ, GALIMYBIŲ ANALIZĖ**

### ***D. Komskienė, I. Plioplytė, Lietuvos Sporto universitetas***

Temos aktualumas. Žiniasklaidoje periodiškai pasikartojant pranešimams apie krepšinio fanų konfliktus ir chuliganišką jų elgesį tampa aišku, kad priemonės taikomos tokio jų elgesio prevencijai nėra veiksmingos. Sporto fanai yra itin specifinė socialinė grupė – komandų palaikymo kultūros išdava – atitinkamų sporto klubų fanų klubai, kurie pagal tam tikrus požymius yra identifikuojami kaip atskira žmonių grupė, kuri kuria organizuotą komandos palaikymą, nuolat lankosi varžybose, o dažnai turi ir oficialaus gerbėjų klubo statusą (Armonas, 2012; Maxim, 2009). Čia ypatinga misija tenka socialiniam marketingui, kurio pagalba galima mėginti pakeisti fanų suvokimą apie komandos palaikymo būdus ir skatinti draugiško palaikymo idėją (Dann, 2010; Domenan, 2008; Thorne, 2011). Dar nėra tyrinėta socialinio marketingo pritaikymo krepšinio fanų chuliganiško elgesio prevencijai galimybės ir kaip šias priemones vertina patys fanai. Šis straipsnis yra parengtas teoriniu pagrindu, paaiškinant, kas tai yra socialinis marketingas ir kaip jis gali būti susiejamas ir panaudojamas fanų chuliganiško elgesio prevencijai, fanų socialinio marketingo vertinimo tyrimas dar vykdomas.

Darbo naujumas ir mokslinė problema. Darbo naujumas ir mokslinė problema. Šio straipsnio mokslinė problema – kaip pritaikyti socialinį marketingą fanų chuliganiško elgesio prevencijai. Atlikus mokslinės literatūros analizę paaiškėjo, kad dar nėra tyrinėta socialinio marketingo pritaikymo krepšinio fanų chuliganiško elgesio prevencijai galimybių tema.

Raktiniai žodžiai: socialinis marketingas, fanai, fanų klubai, chuliganiškas elgesys, prevencija.

Darbo tikslas – nustatyti socialinio marketingo pritaikymo, vykdant fanų chuliganiško elgesio prevenciją, galimybes.

Darbo uždaviniai:

1. išnagrinėti socialinio marketingo sampratą ir prielaidas;
2. išanalizuoti fanų tipus ir chuliganiško elgesio prevencijos galimybes per socialinio marketingo raišką.

Tyrimo metodai: mokslinės literatūros analizė.

Išvados. Socialiniame marketinge produktas – tai trokštama tikslinės auditorijos elgsena, pagrįsta asmeniniu pasirinkimu ir vidine motyvacija. Norint, kad socialinis marketingas būtų veiksmingas pirmiausia reikia nustatyti, kokia elgsena gali būti veiksminga skatinant chuliganiško fanų elgesio prevenciją. Atlikus mokslinės literatūros analizę paaiškėjo, kad fanai skirstomi į penkis tipus: laikinas, vietinis, atsidavęs, fanatiškas, disfunkcinis fanas. Fanų tipai skirstomi pagal tai, kiek stipriai jie sieja save su komanda ir kokioms aplinkybėms esant lankosi varžybose. Priklausomai nuo fanų tipo, galima apibūdinti ir jų polinkį į chuliganišką elgesį. Labiausiai linkę į chuliganizmą rungtynių metu yra disfunkciniai fanai. Chuliganiško elgesio prevencijai yra taikytinas socialinis marketingas, kur ryšiai su visuomene įgalina ilgalaikių tikslų siekimą, kuriant savanoriškus sporto klubo ir bendruomenės ryšius, fanų bazės didinimo ir suvaldymo bei identiteto keitimą.

## SKIRTINGO FIZINIO AKTYVUMO STUDENTŲ POŽIŪRIO Į SVEIKATĄ IR RŪPINIMĄSI JA YPATUMAI

*J. Čepelionienė, Lietuvos sporto universitetas, Mykolo Romerio universitetas*

*V. Ivaškienė, A. Danilevičienė, Lietuvos sporto universitetas*

*A. J. Jansonienė, R. Račiūnas, K. Raškevičius, Kauno technologijos universitetas*

*D. Velička, Lietuvos sveikatos mokslų universitetas, Sporto institutas*

Visame pasaulyje susirūpinimą kelia jaunų žmonių sveikata, jų sergamumo tam tikromis ligomis didėjimas, kurį dažniausiai lemia modernėjantis šiuolaikinis gyvenimas, kupinas skubos, stresų, bei pasyvus gyvenimo būdas. Vaikų ir jaunimo fizinės būklės, sveikatos blogėjimo tendencijos pastebimos visame pasaulyje. Domėjimasis savo sveikata, gebėjimas tiksliai įvertinti savo fizinę būklę skatina ieškoti būdų nuolatos fiziškai tobulintis, ugdyti tobulo kūno ir judesių poreikį elementariausių žinių apie savo organizmą. Jo sandaros ir funkcinės veiklos trūkumas gali būti rimta kliūtis įgyvendinti šiuos uždavinius. Studentų fizinio aktyvumo sąsajos su sveikata įvairiaisiais aspektais yra dar nepakankamai iširtos, todėl aktualu atlikti tyrimus, siekiant palyginti skirtingo fizinio aktyvumo studentų požiūrį į sveikatą ir rūpinimąsi ja.

Tyrimo tikslas – nustatyti skirtingo fizinio aktyvumo studentų požiūrį į sveikatą ir rūpinimąsi ja

Tyrimo hipotezė: sportuojančių studentų požiūris į savo sveikatą geresnis, jie labiau ja rūpinasi nei nesportuojantys studentai.

Tyrimo metodai: 1. Anketavimas. 2. Statistinė analizė.

Pagal A. Zaborskio (1997) klausimyną pateiktos anketos pagalba nustatytas studentų fizinis aktyvumas, požiūris į sveikatą, rūpinimasis ja.

Tyrimė dalyvavo 249 studentai; iš jų buvo 120 vaikinių ir 129 merginų. Iš tiriamųjų 144 studentai studijavo universitete, kuriame buvo privaloma kūno kultūra (ASU), o 105 – universitete, kuriame nebuvo privalomos kūno kultūros (VDU). Tyrimai atlikti 2010 m. pavasarį,

Išvados: Nustatyta, kad fizinis aktyvumas lėmė studentų požiūrį į savo sveikatą ir rūpinimąsi ja: sportuojantys studentai savo sveikatą vertino geriau ir ja rūpinasi labiau nei nesportuojantys ( $p < 0,05$ ). Studentai, kurių universitete yra privaloma kūno kultūra, savo sveikatą vertino geriau nei studentai, kurių universitete nebuvo privalomos kūno kultūros ( $p < 0,05$ ), bet rūpinimasis savo sveikata nesiskyrė.

## „PATVIRTINIMO“ INTEGRACIJOS Į SĖKMINGĄ ORGANIZACIJOS VERSLĄ GALIMYBIŲ ANALIZĖ

*D. Komskienė, J. Misiūnas, Lietuvos Sporto Universitetas*

Sporto vadybininkui jo profesionalus darbas nėra įsivaizduojamas be sporto marketingo taikymo. Daugumos marketingo elementų, tokių kaip reklama, atmosfera ar viešieji ryšiai, taikymas yra aiškus ir nesukeliantis didesnių problemų. Tačiau „patvirtinimas“ (angl. endorsement) mažai analizuotas elementas. Tai yra reklamos elemento atšaka, kurios esmė – kviestis įžymius sportininkus dalyvauti reklamos ar jų kampanijose, norint populiarinti savo produktą ir būtent taip bandyti sėkmingai vystyti verslą.

Aktualumas. Sporto industrija nepaliaujamai plečiasi ir tampa vis svarbesne ekonomikos sudedamąja dalimi. Viso to variklis yra sporto marketingo kompleksas. Tačiau anaipol ne visi jo elementai yra išnagrinėti ir aiškūs tyrėjams ir žmonėms dirbantiems sporto versle. Neišimtis ir vienas brangiausių ir efektyviausių jo elementų – „patvirtinimas“. Pirmiausia, prieš jį taikant praktiškai, yra privalu išaiškinti teorines jo panaudojimo galimybes ir naudą verslo organizacijoms, siekiančioms sėkmės ir pripažinimo.

Tyrimo objektas – „patvirtinimo“ integracija.

Tyrimo tikslas – atskleisti „patvirtinimo“ galimybes sėkmingam organizacijos verslo vystymui teoriniu aspektu.

Uždaviniai:

1. Apibūdinti rėmimo komplekso raišką sporto marketingo kontekste;
2. Išanalizuoti „patvirtinimo“ integracijos galimybes sėkmingam organizacijos verlui vystyti.

Tyrimo metodai – literatūros analizė.

Išvados. Rėmimo kompleksas yra neatsiejama sporto marketingo dalis, kurianti taisykles, kuriomis turi vadovautis rinkodaros profesionalai. Sporto verslas yra verslo rūšis, savyje talpinanti daug papildomų prekių ir paslaugų, kurių pateikimas ir pasiekiamumas turi būti patrauklus ir įsimintinas eiliniam žmogui. Būtent sportininko atvaizdo „tvirtinamą“ produktą ar paslaugą leidžia susieti su jo propoguojamomis vertybėmis, asmeniniais bruožais, kaip pavyzdžiui, valia, stiprybe ir atsivimu darbui. Pasąmonėse žmonėms kylančios asociacijos leidžia formuoti sėkmės lydimos organizacijos įvaizdį. Tai yra pagrindinė „patvirtinimo“ (angl. endorsement) filosofija ir idėja. Kol kas Lietuvoje tai dar neišbandyta; galbūt trūksta iniciatyvos iš verslo pusės, o gal paprasčiausiai sporte stokojama ryškių ir kartu visiems patinkančių ir priešpriešos neskatinančių asmenybių. Svarbu ir varta suvokti, kad organizacijos pasiryžusios investuoti į sportininką kaip savo veidą visuomenėje turi apgalvoti pasėkmes, kurios gali būti tiek teigiamos, tiek neigiamos.

## PASLAUGŲ KOKYBĖ IR JOS VERTINIMO POŽYMIAI

*J. Vasiljevaitė, R. Navickienė, Lietuvos sporto universitetas*

Šiuo metu pasaulyje esant ekonominiam nuosmūkiui vartotojai vistiek reikalauja kokybiškų paslaugų. Kokybiškas paslaugas ne tik lengviau parduoti klientams, bet ir pelnyti jų lojalumą, pasitikėjimą, bei gerą nuomonę, todėl daugelis organizacijų skiria didelį dėmesį teikiamų paslaugų kokybei. Kokybiškos paslaugos neabejotinai daro įtaką finansiniams rezultatams t.y ne tik įmonės pajamoms, bet ir grynajam pelnui. Organizacijos dėl prastos kokybės patiria ne tik moralinę žalą, bet ir materialių nuostolių. Mokslininkų apskaičiavimais, paslaugų kokybė sąlygoja ne tik organizacijos konkurencingumą, bet yra ir efektyvumo prielaida (Bagdonienė, Hopenienė, 2005). Būtina rinktis tinkamiausias ir didžiausią naudą teikiančias priemones bei jas teisingai panaudoti, kad įmonė gautų pelną ir suteiktų kokybiškas paslaugas klientams. Paslaugų kokybės vertinimas yra svarbus tiek seniai esančios rinkoje įmonėms, tiek naujai įėjusioms. Kad išanalizuotume paslaugų kokybę remsimės tokių autorių šaltiniais kaip: Keller (2007), Albrecht (1988), Johns (1999), Bagdonienė ir Hopinienė (2004), Lethinen (1983), Tocquer ir Langlois (1992). Gronroos (1990), Kotler (2007), Vitkienė (2008), Čerečka ir Pauža (2005), Jurkauskas (2001), Barczyk (1999), Langvinienė (2005), Juozaitienė (2004) ir kt.

Tarptautiniame ISO 9400-2 (1991) standarte teigiama jog kokybė – tai objekto savybių visuma, įgalinanti jį tenkinti išreikštus ir numatomus poreikius. Paslaugų kokybę vertina ne tik vartotojas, bet ir paslaugų teikėjas. Paslaugų teikėjas vertindamas paslaugų kokybę atsižvelgia į dvi kriterijų grupes: vidines ir vartotojo. Vidiniai kriterijai analizuojami ir išaiškinami įmonės viduje. Vidiniai kriterijai įmoniai aktualūs ir svarbūs, nes gali išanalizuoti savo ir kitų įmonių teikiančių tokias pat paslaugas rezultatus ir taip nustatyti savo stipriąsias ir silpnąsias puses. Vartotojo kriterijai – įvertinus jo nuomonę apie įmonės teikiamas paslaugas bei pačią įmonę. Šis kriterijus svarbus tuo jog jis parodo vartotojo nuomonę apie teikiamą paslaugą ir įmonę, o tai leidžia paslaugos teikėjui geriau pažinti vartotoją ir geriau patenkinti jo poreikius. Pasaulinė turizmo organizacija (PTO) paslaugų kokybę vertina pateikdama dešimt turizmo paslaugų kokybės kriterijų: priimtina kaina, rezultatai, poreikiai, procesai, produkto reikalavimai, pasitenkinimas, vartotojai, lūkesčiai, teisiniai elementai World Tourism Organization (2003). Paslaugų kokybę apibrėžti yra be galo sudėtinga, nes kokybė gali būti kelių rūšių: objektyvi ir subjektyvi. Objektyvi kokybė siejama su išoriniais daiktais, objektais, kuriuos galima išmatuoti, paremti faktais. Objektyvumą stiprina tikslūs apskaičiavimai, duomenys, sąnaudos, trūkumai, klaidos ir kt. Subjektyvi – kai įtakoja vartotojo emocijos, asmeniniai išgyvenimai, požiūris, lūkesčiai ir pan. Pasak Bagdonienės ir Hopertienės (2004), labai svarbus paslaugų kokybės aspektas – ją įvertinti galima tik vartojimo momentu, nes paslaugos skirtingai negu prekės, tai patirties produktas, t.y. jas įvertinti gali tik duotuoju momentu – tik vartojant. Toki autoriai, kaip Stoner, Freeman, Gilbert (1999) akcentuoja, jog kokybė šiais laikais reiškia kur kas daugiau nei sukurti geresnį nei vidutinį produktą už prieinamą kainą. Šiai dienai kokybė reiškia sparčiai gerėjančius produktus ir paslaugas konkurencine kaina. Pagrindinis kokybės vertinimo tikslas – nustatyti, ar vykdoma veikla faktiškai atitinka laukiamą idealią įsivaizduojamą veiklą.

## **VIRTUALAUS PASAULIO “SECOND LIFE“ PRITAIKOMUMO GALIMYBĖS TURIZMO SEKTORIUJE**

**A. Papadimitriou, National and Kapodistrian University of Athens (Graikija)**

**G. Kauzaitė, R. Navickienė, Lietuvos sporto universitetas**

Turizmas – vienas iš svarbių ir sparčiai augančių ekonomikos sektorių, kuris susiduria su globalios konkurencinės rinkos iššūkiais ir galimybėmis (Malakauskaitė ir Navickas, 2010). Nepakankamas Lietuvos žinomumas ir atpažinimas užsienio valstybėse, nepakankama teigiamos informacijos apie Lietuvą sklaida, mažina Lietuvos patrauklumą potencialiems investuotojams, lėtina turizmo plėtrą. Siekiant atskleisti Lietuvos patrauklumą tiek viešajame, tiek verslo sektoriuose, pritraukti investuotojų, partnerių, turistų bei tarptautinės žiniasklaidos dėmesį, įvairiomis rinkodaros strategijomis yra stengiamasi formuoti patrauklų šalies įvaizdį.

Labai populiarėja internetinės technologijos bei jų plėtra kasdieniniame gyvenime, nes jos suteikia didesnes galimybes kūrybingiau ir efektyviau paskleisti reklamą platesnei vartotojų rinkai nei tradicinė rinkodara. Pastaraisiais metais iškilusi virtuali informacinių technologijų revoliucija – virtualus pasaulis. Vienas iš labiausiai paplitusių, susilaukęs daugiausiai vartotojų dėmesio bei generuojamų pajamų – virtualus pasaulis "Second Life" („SL“). Jis sudomina ne tik individualius vartotojus bet ir verslininkus, korporacijas, švietimo institucijas bei valdžios įstaigas (Wyld, 2010). Daugelis organizacijų susidomėjo virtualiu pasauliu, kai pamatė potencialią naudą pasiekti klientus bei verslo partnerius (Goel et al, 2011).

Taip pat viena iš galimybių panaudoti virtualų pasaulį, kaip virtualią rinkodaros platformą, skleidžiant informaciją apie vietinį ir nacionalinį turizmą (Wyld, 2010). Virtualus pasaulis „SL“ vis daugiau dėmesio susilaukia ir tampa žinomas, kaip nauja turizmo sektoriaus rinkodaros priemonė (Huang et al, 2012), nes virtualus pasaulio aplinka atveria naujas virtualių kelionių galimybes, prisideda prie bendrosios turizmo plėtros skatinimo. Virtualus pasaulis „SL“ suteikia galimybes sukurti galimos kelionės vaizdinius, kurie suinteresuotiesiems padėtų priimti pagrįstą sprendimą ir paskatintų kelionės planavimą bei įsigijimą (Huang et al, 2012).

Nors virtualų pasaulį „SL“ jau yra bandoma pritaikyti Lietuvos įmonių veikloje, tačiau nėra žinoma ar jis galėtų būti pritaikomas Lietuvos turizmo sektoriuje, kaip efektyvi rinkodaros priemonė.

Probleminis klausimas: kurios iš virtualaus pasaulio „SL“ pagrindinių naudojimo sričių gali būti pritaikomos Lietuvos turizmo sektoriuje?

Tyrimo tikslas: nustatyti virtualaus pasaulio „SL“ pritaikomumo galimybes Lietuvos turizmo sektoriuje.

Tyrimo uždaviniai:

1. Atskleisti virtualaus pasaulio sampratą.
2. Identifikuoti virtualaus pasaulio „SL“ pagrindines naudojimo sritis.

Tyrimo metodas: mokslinės literatūros šaltinių analizė ir apibendrinimas.

Išvados

1. Išanalizavus mokslinę literatūrą atskleista virtualaus pasaulio samprata. Virtualus pasaulis – tai nuolatinė kompiuterinių technologijų imituojama reali aplinka, kurioje didelis kiekis vartotojų susikūrę „avatarus“, sąveikauja realiu laiku vieni su kitais ir su aplinka per įvairių pojūčių kanalus, naudojantis interneto erdve.

2. Išanalizavus mokslinę literatūrą identifikuotos šešios pagrindinės virtualaus pasaulio pritaikomumo sritys: pramogos ir socialiniai tinklai, švietimas ir mokymai, e-komercija ir e-verslas, tyrimai ir plėtros, tele-darbas ir tele-konferencijos, e-valdžia ir viešojo sektoriaus informacija.

## **EKOLOGINIO KAIMO TURIZMO VERSLO ANALIZĖ MARIJAMPOLĖS REGIONE**

**G Kunaitė, Marijampolės kolegija**

**I. Krikštaponytė, Lietuvos sporto universitetas**

Anotacija. Ekologija - mokslas, tiriantis gyvųjų organizmų santykius su gyvenamąja aplinka, įskaitant tokius fizinius veiksnius (faktorius) kaip klimatas, geografinės sąlygos, gyvosios ir negyvosios gamtos sąveika. Ekoturizmas - tai turizmo šaka, orientuota į ekologiją; gamtos, kultūros vertybių lankymas, stengiantis kuo mažiau paveikti natūralias vietovės sąlygas. Biokuras- kuras iš biomasės atliekų. Tai vienas iš atsinaujinančių energijos šaltinių. (AEI). Ekoturistas - tai sąmoningas žmogus, kuris visiškai supranta ir jaučia atsakomybę gamtai, už savo suvartojamus kiekius, tausojantis gamtą. Kaimo turizmas - viena iš turizmo rūšių, siūlanti poilsį užmiestyje, kaime. Turistai traukiami gamtos švara ir ramybe, galimybe pažinti regiono tradicinę buitį, kultūrą. Dažnai kaimo turizmas gali būti ir ekoturizmo rūšis. Kaimo turizmas yra svarbi ūkio šaka kaimuose, kadangi dėl mechanizacijos juose sumažėjęs darbo jėgos poreikis, todėl šis verslas suteikia galimybę gyventi ir dirbti kaime nevystantiems žemės ūkio darbams. Be to, kaimo turizmas skatina puoselėti etnokultūrinės tradicijas, aplinką. LKTA- Lietuvos kaimo turizmo asociacija. Ekologija yra svarbi kiekvienam. Nuo jos priklauso viskas, kas vyksta aplinkoje. Kadangi ekologija jauna mokslo šaka, daugelis dar nežino, ką tiksliai reiškia šis žodis. Tačiau žmonės, kurie gyvena ekologišką gyvenimą, ar jam „prijaučia“ ir nori išvykti ekologiškų atostogų, turi puikią galimybę, kadangi ekoturizmas pradeda labiau klestėti Lietuvoje, ir jau seniai klesti pasaulyje. Ekologiniai veiksniai yra trijų rūšių. Visi veiksniai atitinkamai veikia mūsų planetą, mūsų Žemę. Nuo klimato, edafogeninių bei biotinių priklauso viskas: koku greičiu tirpsta ledynai, kaip greitai vyksta klimato šiltėjimas ir pan. Taigi, visi ekologiniai veiksniai stipriai veikia mūsų aplinką. Kaimo turizmo sodybos, kurios yra užregistruotos Lietuvos kaimo turizmo asociacijoje, turi atitinkamą gandriukų skaičių, kuris nurodo, kokio tipo yra sodyba, kokie yra ir kokių patogumų joje nėra. Yra tam tikros, galbūt ir ne itin griežtos taisyklės, kurių ekologiškos sodybos turėtų laikytis.

Temos aktualumas ir naujumas. XXIa. Ekologija ir ekologinis kaimo turizmo verslas kuo toliau, tuo labiau darosi aktualesnė tema. Ekologiškas kaimo turizmo verslas Lietuvoje, o ypač Marijampolės regione, nors ir yra sąlygos, tačiau nėra pakankamai išvystytas. Žmonės iš miesto šurmulio pradeda bėgti į kaimą, ieškoti ramybės, ekologiškų paslaugų, rekreacinės veiklos. Problema yra ta, jog žmonės, turintys poreikį pailsėti ekologiškoje kaimo turizmo sodyboje Marijampolės regione neturi iš ko rinktis. Didelės, neišnaudotos ekologinio kaimo turizmo perspektyvos Marijampolės regione. Paklausai didėjant, reikia ieškoti sprendimų didinti ekologiško kaimo turizmo plėtrą. Tai ir formuoja straipsnio problemą: neišanalizuotas ekologinis kaimo turizmo verslas Marijampolės regione. Objektas: ekologinis kaimo turizmo verslas. Straipsnio tikslas: išanalizuoti ekologinį kaimo turizmo verslą Marijampolės regione. Tikslui pasiekti iškelti uždaviniai:

1. Apibrėžti ekologijos ir ekoturizmo teorinę esmę
2. Pristatyti Marijampolės regione esančias kaimo turizmo sodybas
3. Ištirti ekologinę kaimo turizmo verslo situaciją Marijampolės regione pačių kaimo turizmo sodybų šeiminkų požiūriu.

Metodai: literatūros analizė ir anketinė apklausa.

Išvados:

1. Ekologija- tai mokslas, tiriantis kaip atitinkamos organizmų rūšys tarpusavyje sąveikauja su juos supančia gyvąja ir negyvąja aplinka, įskaitant tokius veiksnius kaip klimatas ar geografinės sąlygos. Ekoturizmas tikslingai siejamas su ekologija, nes remiantis ja ekoturizmas ne tik apsaugo gamtinius išteklius, bet taip pat manoma, kad ir vietos bendruomenės kultūros ir socialines vertybes. Į tai įeina gamtos, kultūrinių vertybių lankymas, stengiantis kuo mažiau pakenkti natūraliai vietovės aplinkai.

2. Visos kaimo turizmo sodybos, kurios yra užregistruotos LKTA, turi atitinkamą gandrų skaičių, kuris nurodo, kokio tipo yra sodyba, kokie joje yra patogumai. Yra tam tikros, galbūt ir ne itin griežtos taisyklės, kurių ekologiškos sodybos turėtų laikytis. Marijampolės regione įvairių kaimo turizmo sodybų (Dvarų, paprastų poilsinių kaimo turizmo sodybų, kempingų-poilsiaviečių, šiuolaikiškai įrengtos sodybų ir kt.) yra pakankamai, išskyrus ekologišką.

3. Tyrimu nustatyta, kad daugiau nei pusę apklaustųjų respondentų teigia, kad labiausiai ekologijos samprata siejama su gamtos saugojimu, jos tausojimu, bet visiškai nesiejama su gyvenimo būdu. Ekoturizmas nėra orientuotas tik į ekologiškai, socialiai išsilavinusius žmones. Jis orientuotas ir į paprastus žmones, taip pat respondantai teigia, kad keliavimas ekologiškai saugo gamtos išteklius. Ekologinį kaimo turizmą labiausiai veikia ekologiniai veiksniai, kurie tiesiogiai veikia ekologinį kaimo turizmo verslą (Medžioklės, žvejybos, žemės ūkio, kalnakasybos, transporto, pramonės ir kitų veiklos sričių poveikis aplinkai). Ekologinės sodybos turi būtų statomos tik iš ekologiškų medžiagų. Taip pat ekologiškoje kaimo turizmo sodyboje turėtų būti sukurtas ekologiškas maršrutas. Ekologinė kaimo turizmo sodyba turėtų būti kuo toliau nuo triukšmingų kelių, ir arčiau miškų, vandens telkinių, nacionaliniuose parkuose ar kitose saugomose valstybės teritorijose. Ekologiškoje kaimo turizmo sodyboje svabu, koks bus pastatas, kokios bus patalpos, ar bus tinkamai pasirūpinta higienos reikalavimais ir bus atitinkama aplinkos apsauga.

## **SPORT MARKETING: IS THERE A DIFFERENCE?**

*L. Pilelienė, Vytautas Magnus University*

Aim of the study. Sport marketing can be called as a relatively new and still growing field of scientific discussion. Therefore, the polemic exists about the usage of traditional marketing methods in sport. The aim of the study is to determine differences between sport marketing and marketing “in general”.

Subject and methods. Qualitative content analysis of scientific literature was provided to reveal the principal aspects of sport marketing. Various approaches to the discipline provided by different authors were reviewed. General scientific research methods of logical analysis and synthesis of scientific literature were applied for theoretical research.

Results. The main implication found in scientific literature on sport marketing mix is that sport services are significantly different from other products and services in their essence. Therefore, traditional elements of marketing mix often tend to be inefficient – every particular situation can make a huge impact to their effectiveness. The user of sport service is voluntarily involved in service provision and becomes a part of such service. The main task of sport marketing is to ally customer with a favourite team or sportsman. Moreover, customer has to percept a sport game like its' own. Thus, other elements of marketing mix have to be changed. While traditional marketing methods are used to encourage product usage, sport marketing mix has to make consumer responsible.

Conclusions. Despite the discussion of who and when has established the term of sport marketing, many companies worldwide have adopted sport as a part their business. Scientific analysis highlighted the interrelation between sport and general marketing. On one hand, sport marketing can



---

be envisioned as sport sponsorship exclusively; however, the wider point of view can treat sport as even one of marketing methods with its own rules and business purposes.

## **APPLICATION OF NEUROMARKETING PRINCIPLES IN PRICING**

*L. Pilelienė, Vytautas Magnus University*

Longevous practice of marketing school of thought implies that the only one element of marketing mix which generates revenue and profits to organizations is pricing. However, when seen from customers' point of view, price is the element which highlight customer the amount of product-related expenses. Accordingly, it can be stated that pricing decisions can be decisive for organization's success or failure in the market. Application of neuromarketing principles in organization's activity can be held as one of modern and successive ways to look at the market. Neuromarketing's application areas are provided and theoretically analyzed; subsequently, the possibilities of application of this paradigm in pricing are highlighted. Endeavouring to highlight the common guidelines for the usage of neuromarketing principles in pricing, the algorithmic model is composed. The proposed model can be further used for either scientific pricing researches, either practical pricing decision making.

## **VILKAVIŠKIO MIESTO PARKO INFRASTRUKTŪROS ANALIZĖ**

*S. Barkauskaitė, Marijampolės kolegija*

*K. Bradauskienė, Lietuvos sporto universitetas*

Pastaraisiais dešimtmečiais Lietuvos miestuose didėjant gyventojų skaičiui, spartėjant gyvenimo tempui, didėjant informacijos srautams, darbo ir studijų procesui tampant vis sudėtingesniais, didėja ir žmogaus fizinė bei dvasinė įtampa, todėl atsiranda poreikis pailsėti nuo miesto šurmilio. Parkas – yra žmogaus sukurtas ar jo pertvarkytas želdynas, skirtas mokslo, kultūros tikslams, aplinkos kokybei gerinti, žmonių laisvalaikiui, renginiams organizuoti, paprastai valdoma ir prižiūrima vietinės valdžios. Parko nauda žmogui, visuomenei yra įvairialypė: laisvalaikis parke gerina žmogaus sveikatą, skatina ekonominę plėtrą, teikia ekologinę ir socialinę naudą. Žmogaus sveikatos gerinimas pasižymi streso mažinimu, depresijos lengvinimu, triukšmo sulaukymu, imuninės sistemos stiprinimu, gyvenimo trukmės ilgėjimu, treniruočių dažnėjimu ir fizinio pasirengimo gerėjimu, tam tikrų ligų pavojaus mažėjimu ir apskritai psichinės ir fizinės sveikatos gerėjimu. Taip pat parkas naudingas ir ekonomiškai dėl: kaimynystėje esantys parkai didina nekilnojamojo turto kainas, pritraukia ir išlaiko verslą ir gyventojus, pritraukia turistus, nes praturtina miestų estetinę išvaizdą. Ekologiškai parkas naudingas - mažina oro užterštumą, reguliuoja oro temperatūrą, suteikia pavėsį ir prieglobstį karštomis vasaros dienomis. Padėti palaikyti švarų vandenį, mažina upių eroziją, upių tėkmės intensyvumą, populiarina naudojimąsi viešuoju ir dviračių transportu, skatina vaikščioti pėsčiomis. Socialiniu aspektu parkas reikalingas, nes ugdo toleranciją kitiems, sąlygoja sveiką vaiko vystymąsi, kuria stiprias bendruomenes, sąlygoja nusikaltimų skaičiaus mažėjimą, turi įtakos savanorystės didėjimui, skatina visuomenės sąmoningumą aplinkos atžvilgiu, palaiko žmones su negalia, senjorus, jaunimą, mažina svaigalų vartojimą. Dažniausiai sutinkami bendro naudojimo, mišrios paskirties želdynai. Lietuvoje dažniausiai pasitaikantys parkų infrastruktūros bruožai: žaidimų aikštelės, sodai, pasivaikščiavimui, bėgiojimui, jodinėjimui ar kiti sveikatingumui skirti takai ar keliai, suoliukai ir stalai, skirti ramiam poilsiui. Miesto parkai stipriai siejami su laisvalaikio sąvoka ir jo praleidimo būdais, taip pat visokeriopa nauda žmogui. Taigi, parkas užima svarbią vietą miesto gyventojų gyvenimo kokybės gerinime.

Temos aktualumas ir naujumas. Lietuvoje didėjant gyventojų skaičiui miestuose, didėja ir laisvalaikio užimtumo žaliosiose zonose - miesto parkuose – poreikis. Opiausia yra bendro naudojimo parkų miestuose problema – vietiniai gyventojai, bei miesto svečiai neturi galimybės atsipalaiduoti ir aktyviai poilsiauti. Daugumos miesto atvirų žaliųjų zonų infrastruktūra nėra visiškai pritaikyta gyventojų reikmėms, todėl bet koks tyrimas, sietinas su miestų parku, tame tarpe ir Vilkaviškio parku, yra aktualus ir naujas. Straipsnio problema: Netyrinėta Vilkaviškio miesto parko, kaip gyventojų

laisvalaikio praleidimo vieta ir neišanalizuota pati parko infrastruktūra. Objektas – miesto parko infrastruktūra. Tikslas - Išanalizuoti Vilkaviškio miesto parko kaip gyventojų laisvalaikio praleidimo vietą ir pristatyti infrastruktūrą. Tikslui pasiekti suformuluoti Uždaviniai:

1. Apibrėžti miesto parko infrastruktūros sampratą teoriniu aspektu.
2. Pristatyti Vilkaviškio miesto parką ir infrastruktūrą
3. Iširti Vilkaviškio miesto parką kaip laisvalaikio praleidimo vietą pačių Vilkaviškio miesto gyventojų požiūriu

Metodai: Literatūros analizė, interviu

Išvados

1. Parkas – yra žmogaus sukurtas ar jo pertvarkytas želdynas, skirtas mokslo, kultūros tikslams, aplinkos kokybei gerinti, žmonių laisvalaikiui, renginiams organizuoti, paprastai valdoma ir prižiūrima vietinės valdžios. Laisvalaikio parke nauda žmogui, visuomenei yra įvairialypė: laisvalaikis parke gerina žmogaus sveikatą, skatina ekonominę plėtrą, teikia ekologinę ir socialinę naudą. Parkų buvimas stiprina žmogaus sveikatą ir fizinę savijautą. Parkai naudingi ir ekonomiškai (didina nekilnojamojo turto kainas, pritraukia verslo įmones ir sukuria darbo vietas, pritraukia turistus). Gerina ekologinę būklę: mažina oro užterštumą, vandens švarą, mažina upių eroziją, populiarina naudojimąsi viešuoju, dviračių transportu, vaikščiojimą pėsčiomis. Socialiniu aspektu parkas reikalingas, nes ugdo toleranciją kitiems, kuria stiprias bendruomenes, mažina nusikaltimų skaičių, turi įtakos savanorystės didėjimui, skatina visuomenės sąmoningumą aplinkos atžvilgiu, palaiko žmones su negalia, senjorus, jaunimą ir kt.

2. Lietuvoje dažniausiai pasitaikantys parkų infrastruktūros bruožai: žaidimų aikštelės, sodai, pasivaikščiojimui, bėgiojimui, jodinėjimui ar kiti sveikatingumui skirti takai ar keliai, suoliukai ir stalai, skirti ramiam poilsiui. Parkai skatina turizmo plėtrą.

3. Atlikus Vilkaviškio miesto parko infrastruktūros tyrimą, nustatyta, kad bet kokio dydžio žalioji erdvė yra reikalinga, o kuo jų daugiau tuo naudingiau miestui, gyvūnijai. Psichinės sveikatos gerėjimas priklauso nuo to, kiek žmogui jauku, saugu dėl tinkamo išplanavimo, augmenijos. Fizinės sveikatos gerėjimas priklauso konkrečiai nuo esamos infrastruktūros. Vilkaviškyje infrastruktūros nebuvimo problema, deja, neišspręsta.

4. Ekonominė prasme didesnio poveikio miesto sodas neturi, kadangi turi būti vieninga į turizmo populiarinimą orientuota strategija, o ne tik rajoninius objektus, orientuota sistema. Laisvalaikio aspektu, tokios vietos Vilkaviškyje labai trūksta, nėra kur rinktis jaunimui, jaunom šeimom vestis vaikus, mažas gyventojų sąmoningumas aplinkos rūpinimosi atžvilgiu. Viešosiose erdvėse esama augmenija nepakankamai rūpinamasi, želdynai nepritaikyti visuomenės reikmėms. Nustatyta, kad norų gerinti esamą situaciją yra, tačiau, trūksta suinteresuotų asmenų šią situaciją pakeisti.

## SKRYDŽIŲ SAUGUMO VERTINIMAS (TEORINIS ASPEKTAS)

### **A. Leonavičius, B. Švagždienė, Lietuvos sporto universitetas**

Siejama rizika su oro transportu yra daugeliu atvejų perdėta. Tačiau transporto saugumo klausimas tikrai egzistuoja. Skirtingų transporto rūšių situacija yra sprendžiami įvairiai. Pavyzdžiui, kartu su geležinkelių transporto paslaugų teikėjais, apžiūrimi keleiviniai traukiniai, tikrinamos stočių prieigos; tikrinimas bagažo saugojimas, stebimos mažmeninės prekybos, viešojo maitinimo įstaigos, esančios keleivių terminaluose. Užtikrinti eismo saugumą ir eismo kontrolę, galima diegiant pažangias technologijas. Užtikrinti skrydžių saugumą yra laikoma visų pareiga. Skrydžio grėsmė dažnai įvardijama kai terorizmo reiškiny, stichinė nelaimė (pvz. ugnikalnio išsiveržimas ir dulkių debesys, plikledis, lietus, audros ir kt. gamtos), naudojama prastos kokybės skrydžio įranga. Taip pat egzistuoja ir žmogiškieji veiksniai, iš kurių galima pažymėti ekipažo klaidos, tiek patyrimo, tiek ir įgūdžių stoka. Europos parlamento *Tarybos ir Komisijos pareiškime* (2005) teigiama, kad nusikaltėliai bei teroristai "aktyviai kėsina" į piliečių teises, todėl "mūsų pareiga ir atsakomybė yra padėti [jas] apginti praktinėmis priemonėmis", kurios turi būti "proporcingos". Siekiant veiksmingai užkirsti kelią terorizmui ir kitiems tarptautinio masto nusikaltimams. Šiandien saugumo problema - viena iš pagrindinių pasaulyje veiksmų, nes stipriai yra įtakojamas turizmas. Nuo to priklauso visa turizmo verslo industrija. Stankero

(2012) teigimu, nepaisant tūkstantmečius vykstančių įvairių kataklizmų, žmonija vis dar gyva, ji klesti. Taigi nelaimės byloja tiek apie žmonijos ilgaamžiškumą, tiek apie jos pažeidžiamumą.

Aktualumas ir naujumas. Sparčiai kuriantis naujoms technologijoms, ypač prasidėjus kelionių erai nuo XIX amžiaus pradžios atsirado ir naujos tragedijos. Traukiniai, orlaiviai, dangoraiziai, kosminiai laivai, pramoninė gamyba, - visa tai papildė masinių tragedijų sąrašą. Galbūt jos nenusineša tiek daug gyvybių kaip kad stichinės nelaimės, tačiau vietos masteliu jų padariniai labai skaudūs. Kartais aukų būna nedaug, tačiau nelaimė labai skaudi (Stankeras, 2012). Šiomis dienomis turizmas tapo globaliu reiškiniu ir tik panorėjus galima nuvykti į bet kurią pasaulio vietą. Ypač suaktyvėjo keliavimas oro transportu. Turistui, keliautojui, kelionių organizatoriui ir kitiems dalyviams, susijusiems su oro transportu, yra svarbu žinoti ir suprasti ne tik optimalių maršrutų (susi-)organizavimą, bilietų rezervavimo ir pirkimo sistemas, teises ir pareigas, bet ir sudėtingas keliavimo veiksmo dalis. Skrydis, kaip keliaujančiojo veiksmas, susideda iš daugelio procedūrų, atliekamų pačio keliaujančiojo ir tam tikrų tarnybų ir organizacijų. Šiame straipsnyje sutelktas dėmesys į civilinės aviacijos skrydžių saugumą, kurį Lietuvos oro uostuose užtikrina Aviacijos Saugumo Tarnyba (AST). Skrydžių saugumas siejasi su paslaugos plėtojimu ir palaikymu, bet ir įtakoja ne tik galutinę skrydžio paslaugos kainą, bet ir prisideda prie sukuriamos neapčiuopiamos kelionės produkto vertės. Analizuojant užsienio literatūrą (anglų, rusų kalbomis) randami darbai, kuriuose yra aprašomi tyrimai, apibrėžiantys ryšį tarp aviacijos saugumo ir transporto infrastruktūros, pačio oro uosto terminalo, darbuotojų ir pan. Tiriamas saugumas ir apsauga turizme plačiąja prasme, aptinkama darbų, kuriuose yra analizuojamas pats skrydžių saugumas, tačiau tokių tyrimų Lietuvoje, tuo labiau ryšio su turizmu, aptikti nepavyko. Todėl galima teigti, kad straipsnis aktualus ir naujas tiek teorine tiek ir praktine prasmėmis. Kaip vienas iš svarbių oro transporto paslaugas teikiančių yra Tarptautinis Kauno oro uostas. Oro uostas yra pripažintas, kad 2010 m. sparčiausiai augęs Europoje, 9 metus iš eilės nuosekliai didinęs aptarnaujamų keleivių skaičių, geografiškai patrauklus kaimyninėms šalims, perspektyvus investicijoms ne tik Lietuvos ekonomikos rinkos dalyviams, bet ir užsienio kapitalo įmonėms. Probleminis klausimas: Kokia yra skrydžio saugumo situacija oro transporte? Objektas - skrydžių saugumas. Straipsnio tikslas: Įvertinti skrydžių saugumą. Uždaviniai:

1. Atskleisti logistikos teorinę sampratą keleivių pernežime oro transportu
2. Pristatyti aviacijos ir skrydžių saugumo esmę

Metodai: literatūros analizė ir apibendrinimas

Išvados:

1. Logistika yra sistema, kuria sudaro tarpusavyje susiję elementai – logistikos grandys. Grandžių veikla nesinchronizuota, nesujungta bendrų kaštų principu, tai logistikos sistema nesuformuota. Ryšiai tarp logistikos sistemos grandžių turi būti nustatyti tam tikra tvarka, t.y. jie turi būti organizuojami. Jeigu šie ryšiai neorganizuojami, galima teigti, kad logistikos sistema nesuformuota. Logistinė sistema privalo turėti integracines savybes, būdingas atskiroms grandims, t.y. savybę teikti vartotojams prekes nustatytu laiku į nustatyta vietą minimaliais kaštais ir savybę greitai adaptuotis prie besikeičiančių išorės sąlygų. Jei šių savybių nebuvo nustatyta, šio darinio negalima priskirti prie sistemų

2. Transportavimas yra viena svarbiausių logistikos sistemos dalių. Nuo transporto pasirinkimo rūšies priklauso galutinė produkto kaina. Transportavimo rūšys: sausumos, oro, vandens, geležinkelių ir vamzdinių. Oro transportui yra būdinga: greitis dideliais atstumais; nedidelė krovinių apimtis; aukštos kainos; nedidelis tinklo tankis, t.y. srautas yra orientuotas į aptarnavimo centrus. Oro transporto pasirinkimą lemia: sparta, saugumas, dažnumas.

3. Aviacijos saugumas yra priemonių ir žmogiškųjų bei materialinių išteklių visuma, skirta apsaugoti civilinę aviaciją nuo neteisėtų veikų, kurios kelia pavojų civilinės aviacijos saugumui. Aviacijos saugumas priklauso nuo to koks yra pasirengimas užkirsti kelią teroristų rengiamiems išpuoliams, nukreiptiems prieš orlaivius ar keleivius.

4. Tikimasi, kad įvertinus visas situacijas ir toliau bus imamasi priemonių užtikrinant keleivių vežimo saugumą tiek Lietuvoje tiek ir pasaulyje.

---

## APPLICATION POSSIBILITIES OF MOTIVATION MODEL FOR EMPLOYEE RETENTION IN LEISURE ORGANIZATIONS

*V. B. Fominienė, Lithuanian sports university*

Human resource quality turns to be the crucial factor of organizational success in modern leisure organizations and employee retention becomes a vital human resources management objective for leisure organizations which are seeking to grow and capture market share. In the following article there is discussed employees' motivation as significant human resources management part in employee satisfaction and eventually employee retention.

There is presented theoretical study, the aim of which is to reveal application possibilities of the Motivational model for employee retention in Leisure organizations. To attain this aim the F. Herzberg (2003) two factor theory and Basic Structural Model for retention of employees (Zim et al., 2012) was taken as the basic foundation.

It is likely that employee retention process in small and medium-sized leisure organizations will be more manageable if managers not only perceived the value of employee motivation but also will try to apply the presented Motivation Model in practice.

### GEBĖJIMAS KONKURUOTI SPORTINIUIOSE ŠOKIUOSE: TEORINIS ASPEKTAS

*A. Armas, Lietuvos sporto universitetas*

Tyrimo aktualumas. Konkuravimas yra vienas socialinių gebėjimų, o kartu ir socialinių reiškinių, kurio vaidmuo yra svarbus keletu aspektų. Pirma, konkuravimas skatina veiklos tobulėjimą ir asmenybės lavėjimą. Antra, konkuravimu yra grindžiamas tradicinis pasaulinis ūkis. Tad jo svarba yra didelė. Sportinėje veikloje žmogus paprastai dėl pačios veiklos ir sporto prigimties norom nenorom siekia rezultato.

Sportininkai taip pat dažnai varžosi (konkuruoja) dėl geresnių rezultatų. Siekis laimėti skatina tyrinėti gebėjimo konkuruoti raišką sportiniuose šokiuose.

Tyrimu sprendžiama problema – kaip reiškiasi gebėjimas konkuruoti sportiniuose šokiuose.

Tyrimo objektas – gebėjimas konkuruoti sportiniuose šokiuose.

Tyrimo tikslas – atskleisti gebėjimo konkuruoti raišką sportiniuose šokiuose.

Tyrimo metodai. Siekiant atskleisti gebėjimo konkuruoti raišką sportiniuose šokiuose, atliekama lyginamoji mokslinės literatūros analizė ir sintezė.

Aptarimas ir išvados. Moksliniuose darbuose autoriai nurodo socialinių gebėjimų įtaką asmens elgsenai (Jurevičienė ir kt., 2012, Malinauskas, 2004; Malinauskas, Šniras, 2009). Socialinių gebėjimų sąveika nulemia asmens elgsenos rezultatus (Osarenkhoe, 2010). Būtent rezultato siekimas yra vienas esminių asmens elgsenos motyvų. Sportinėje veikloje asmens elgsenai įtakos turi ir socialiniai įgūdžiai, ir socialiniai gebėjimai, kurių derinys naudojamas siekiant sportinių tikslų. Šiuo požiūriu socialiniai įgūdžiai nulemia techninius sporto pasiekimus, tačiau ne mažiau svarbūs yra ir socialiniai gebėjimai, kurių reikšmę gali lemti asmens ugdymosi rezultatai, t.y. gebėjimas protu suvokti ir tinkamai įvertinti visas sportiniam rezultatui įtakos turinčias socialines aplinkybes.

Kadangi sportinio rezultato pasiekimas neįsivaizduojamas be sportininkų socialinės tarpusavio priklausomybės, būtina nustatyti ir ištirti, kokią įtaką turi gebėjimas konkuruoti, siekiant aukštesnių ir geresnių rezultatų. Tam gali būti pasitelkta įvairių konkuravimo priemonių, nuo kurių pobūdžio konkuravimas gali įgyti skirtingą pobūdį (teisėtą ar neteisėtą). Konkuravimu laikomi veiksmai, kuriais siekiama visais įmanomais teisėtais ir leistiniais, pateisinamais būdais sutelkti pastangas, siekiant įveikti kliūtis ir pasiekti pageidaujamo rezultato (tikslą). Tad gebėjimo konkuruoti sportiniuose šokiuose atskleidimas leidžia įvertinti gebėjimo konkuruoti raišką sportiniuose šokiuose. Gebėjimo konkuruoti raiška sportiniuose šokiuose gali būti analizuojama įvairiai. Kadangi rezultato pasiekimui turi įtakos sportininkų socialinė tarpusavio priklausomybė, svarbu gebėjimą konkuruoti išreikšti tokiais veiksmais, kurie pasitarnautų kaip kooperacijos – aukštesnės sąveikos formos dedamoji. Tai yra prielaida gebėjimo konkuruoti raiškos tyrimams sportinių šokių šakoje.

---

## VAIRUOTOJŲ RENGIMAS KLASIKINĖS IR ŠIUOLAIKINĖS UGDYMO PARADIGMŲ KONTEKSTE

*J. Pauliukaitienė, Šiaulių universitetas*

Straipsniu siekiama atskleisti vairuotojų rengimo aspektus klasikinės ir šiuolaikinės ugdymo paradigmos kontekste. Šiandieninis vairuotojų rengimas grindžiamas klasikine ugdymo paradigma, kurios paskirtis perteikti turimas žinomas ir sąlygiškai nekintamas žinias. Į mokytoją koncentruojamasi, kaip į pagrindinį informacijos ir žinių šaltinį. Mokytojas nustato sąlygas, kuriose vyksta mokymas, ir taiko įvairias skatinimo ir drausminimo priemones, susijusias su mokymu, ar priešingai, nesimokymu. Pagrindinė mokytojo paskirtis perduoti teorines žinias ir praktinius įgūdžius. Tačiau šiandieninė eismo įvykių statistika tai įrodo, jog tik perduotų žinių ir įgūdžių nepakanka, būtinas ugdymas, kurio paskirtis ne tik išmokyti, bet ir lavinti, auklėti, perteikti vertybes ir pagal jas formuoti atsakingą elgesį. Ryškus pedagoginis konservatyvizmas nebegali tenkinti individo ir visuomenės poreikių. Šiuolaikinė mokymosi paradigma akcentuoja kritinį mąstymą, naują požiūrį: išlaisvinti protus, skatinti tarpusavio supratimą, vairuotojų rengimo procese turi būti sudaromos palankios kiekvieno besimokančiojo saviraiškos, savisklaidos ir saviraidos sąlygos, tuomet vairuotojai susiformuos kaip socialiai aktyvūs, kūrybingi, kompetentingi, atsakingi visuomenės nariai. Šiuolaikinė mokymosi paradigma, grindžiama formalaus, neformalaus ir savaiminio mokymosi derinimu. Mokytojui tenka pagalbininko bei mokymosi aplinkų kūrimo vaidmuo. Todėl požiūris į kelių saugumą, siekiant išvengti avarių, turėtų būti paremtas vairuotojų ugdymo sistema ir sutelktas ties žmogaus veiksmu.

## SOCIALUMO KAIP VARTOTOJŲ ELGSENOS KINTAMOJO RAIŠKA SOCIALINIO PAŽINIMO TEORIJŲ KONTEKSTAS

*L. Kromalcienė, Kauno technologijos universitetas*

XXI a. paženklintas naujųjų medijų antspaudo: elektroninėmis technologijomis, kompiuterizacija, kuri pasireiškia įvairiuose diskursuose. Jos turi vis daugiau įtakos tiek mūsų asmeniniam, tiek socialiniam gyvenimui. Iš esmės naujosios medijos, ypač internetas, tarsi panaikino apčiuopiamą, materialaus ir abstraktaus socialinės realybės suvokimo ribas.

Globalizuojanti verslo aplinka ir didėjanti mobiliosios telematikos skvarba nulėmė principinę daugumos profesinių veiklų priklausomybę nuo informacinių technologijų potencialo ir jų nuolatinės raidos. Vis daugiau žmonių, gyvenančių ne tik didžiuosiuose miestuose, bet ir kaimo vietovėse, naudojami interneto teikiamomis galimybėmis ieškodami juos dominančios laisvalaikio ar darbo informacijos, vis daugiau verslo įmonių, valstybės bei savivaldos institucijų bendrauja tarpusavyje naudodamos elektronines ryšio priemones, internete teikia išsamią informaciją apie savo veiklą, sudaro galimybes nuotoliniu būdu užsisakyti prekes ar paslaugas.

Žinios tampa modernios ekonomikos pagrindu ir lemia perėjimą nuo turto prie žinių ekonomikos, skatinančios produkcijos, susijusios su informacinėmis technologijomis, gamybą. Šiuolaikinės informacinės technologijos leidžia veiksmingai apdoroti, saugoti ir perduoti informaciją. Kompiuteriai, ryšių priemonėmis sujungti į sparčius duomenų perdavimo tinklus, leidžia kiekvienam gyventojui kompiuterizuoti savo veiklą. Vis plačiau yra taikoma nauja sąvoka, apibrėžianti žmonijos raidą – informacinė visuomenė.

Informacinių ryšių technologijų (IRT) atsiradimas ir sparti plėtra, pastaraisiais metais vykstanti skaičiavimo, telekomunikacijų ir palydovinių technologijų konvergencija keičia žmonių bendravimo, įmonių veiklos ir visuomenės ekonominės bei žmogiškosios plėtros planavimo būdus.

Tyrimo aktualumas. Informacinių ryšių technologijų plėtra atveria naujas galimybes tiek verslui, tiek vartotojams, o jos sąlygoti socialiniai - ekonominiai efektai sukuria platesnę bei sudėtingesnę įvairių visuomenės grupių bendradarbiavimo aplinką. Vykstant tokioms transformacijoms, stebimi ženklūs vartotojų elgsenos, ypač jų socialumo ir sprendimų priėmimo pokyčiai. Socialumo veiksnys atlieka svarbų vaidmenį vartotojų elgsenoje, o pastarąjį dešimtmetį intensyvėjanti informacinių ryšių technologijų plėtra sustiprino socializacijos galimybes ir sąlygojo intensyvesnę socialumo raišką.

Socialumo raiškos vartotojų elgsenoje pažinimas tampa ypač svarbus socialinio pažinimo teorijų kontekste, tačiau studijų kompleksiskai nagrinėjančių šį reiškinį nėra.

Tyrimu sprendžiama problema – kokie parametrai apibūdina vartotojų socialumą.

Tyrimo objektas – vartotojų socialumo raiška.

Tyrimo tikslas – atskleisti vartotojų socialumo raišką socialinio pažinimo teorijų kontekste.

Tyrimo metodai. Tiriant ir analizuojant vartotojų socialumo raišką straipsnyje taikomi bendramoksliniai metodai: sisteminė, lyginamoji ir loginė analizės.

## KONFLIKTŲ RAIŠKA IR SPRENDIMO BŪDAI SPORTO ORGANIZACIJOSE

*D. Komskienė, Lietuvos sporto universitetas*

*I. Birbalas, VšĮ „Sabonio krepšinio centras“*

*P. Kostis, National and Kapodistrian University of Athens*

Individualybių ar grupių sąveika dinamiškame šių laikų pasaulyje yra neatsiejamas dalykas. Neretai minėtose sąveikose susiduriame su nuomonių, vertybių, suvokimo ir kitais skirtumais, kas bendrai visuomenėje yra suprantama kaip konfliktas. Kalbant apie organizacijas, konfliktai dažnai tampa trukdžiais jos veiklos procese ar siekiant iškeltų tikslų, nes bet kuriuo atveju bus sunaudojami resursai (laikas, pastangos ir kt.) jiems išspręsti. Taip pat jie gali būti panaudojami ir dažnai tampa priežastimis, kaip pagerinti ir labiau atitikti konfliktuojančių pusių poreikius – tai yra rasti kompromisą.

Tikslas. Nustatyti konfliktų raišką ir sprendimo būdus sporto organizacijose teoriniu pagrindu.

Metodai. Šis straipsnis buvo parengtas atliekant literatūros analizę, remiantis naujausia konfliktų valdymų literatūra, šiuolaikinių autorių atliktais tyrimais ir moksliniais straipsniais.

Rezultatai ir išvados. Šiuolaikinėje konfliktų valdymo literatūroje išskiriama nemažai konfliktų skirstymo rūšių, tačiau plačiausiai naudojamas šis konfliktų skirstymas: pseudokonfliktai, vertybių, interesų, struktūriniai, tarpasmeniniai. Konflikto sprendimo procese didžiausią įtaką daro individo savybės ir suvokimas, dėl to yra išskiriami du požiūriai: konstruktyvus ir nekonstruktyvus konfliktų sprendimas.

Sporto organizacijoje konfliktai pasireiškia: tarp vidinės sporto organizacijos aplinkos ir šalių įtakojančių konfliktus. Remiantis konfliktų sprendimo schema (CMG) išskiriame specifinius būdus konfliktams sporto organizacijose spręsti: vidiniai konfliktų sprendimai, 3-ųjų šalių įsikišimas (sporto organizacijos rėmėjai, federacijos, lygos ir kt.), žiniasklaidos įsikišimas, teisinių organų įsikišimas (sporto arbitražas). Įtakojančios šalys sporto organizacijai gali būti ir konfliktų sprendėjai, ir slopintojai. Konfliktų valdymo būdai pagrįsti konstruktyviu požiūriu, kuris remiasi problemos pripažinimu, problemos įvardinimu ir išsprendimu ir gali būti panaudotos priemonės, kaip: spaudos konferencijos, susitikimai/susirinkimai, komunikacija internetinėje erdvėje, taikos sutartys.

## SPORTO VARTOTOJIŠKOS ELGSENOS YPATUMAI

*D. Komskienė, Lietuvos sporto universitetas*

*T. Degutis, O. Polat, VšĮ „Sabonio krepšinio centras“*

Vartotojų elgesio sudėtingumas kelia susirūpinimą marketingo specialistams, verčia ieškoti teorinio pagrindo, atlikti tyrimus, paaiškinančius elgesio ypatumus ir specifiką (Urbanskienė ir kt., 2000). Sparčiai besikeičiančios rinkos sąlygos verčia įmones labiau orientuotis į vartotoją, jį geriau pažinti, atskleisti esminius vartotojo elgseną formuojančius ypatumus. Vartotojų elgsenos svarbiausia ašis – vartotojas, kuris kaip asmenybė yra sudėtingas subjektas, o jo elgseną nelengva prognozuoti. Siekiant kuo geriau tenkinti sporto vartotojų reikmes būtina išsiaiškinti vartotojų norus ir poreikius, kurie transformuojasi į vartotojų elgseną. Anot Pikturnienės ir Grod (2007), vartotojų elgsena yra pakankamai naujas mokslas, kuriuo domėtis pradėta devyniolikto amžiaus, neišimtis ir sporto sektorius. Todėl sporto paslaugų vartotojų elgsenos tyrimai šiuolaikinės rinkos sąlygomis įgauna vis didesnę reikšmę ir naudą, kurie reikalauja teorinio ir praktinio pagrindimo.

---

Tikslas – nustatyti sporto vartotojiškos elgsenos ypatumus teoriniu aspektu.

Metodai. Mokslinės literatūros analizė.

Išvados. Tiek dalyvių, tiek žiūrovų poreikiai yra susiję su socializacija, įsitraukimu ir atsidavimu, todėl galima sakyti, kad ryškėja nauja sporto kultūra, kuri tiesiogiai siejasi su tam tikra vartotojiška elgsena, nes nuo sporto dalyvių ir žiūrovų poreikių, įgūdžių, vertybių bei gyvenimo stiliaus priklauso ir jų pasirinkimas.

Sporto vartotojų elgsenos ypatumų atskleidimas leidžia įmonės vadovams suprasti vienokius ar kitokius vartotojų poreikius, numatyti elgseną ateityje. Sporto vartotojų elgsenos grupavimas pagal požymius: geografinį, demografinį, psichografinį, elgsenos veiksnius arba produkto vartojimą ir naudą įgalina jiems pasiūlyti skirtingus produktų privalumus susijusius su socialiniais, asmeniniais, saviraiškos ar sveikatinimo poreikiais. Visgi sporto sektoriuje vartojimas skirstomas į asmeninį ir organizacinį naudojimą, įtakojamą vidinių (asmenybės, mokymosi, požiūrio ir motyvacijos) ir išorinių (kultūros, įvairių partnerystės sąveikų, socialinės kilmės ir aplinkos) faktorių, kurie siejasi su jo elgsena.

Didžiausią įtaką sporto sektoriuje vartotojiškai elgsenai turi šeima, kadangi jos funkcijos apima emocinį palaikymą, tinkamą gyvenimo stilių ir stabilų ekonominį pagrindą įvairiose amžiaus grupėse ir yra stipriai tarpusavyje susijusios bei gali reikšmingai įtakoti viena kitą per keletą šeimos kartų. Šiame segmente vyrauja penki vaidmenys turintys įtakos sporto produktų pirkimo sprendimų priėmimo procese, tai: naudotojai, įtakojantieji, sprendėjai, pirkėjai, iniciatoriai.

---

TARPTAUTINĖ MOKSLINĖ-PRAKTINĖ KONFERENCIJA

**MOKSLAS IR PRAKTIKA:  
aktualijos ir perspektyvos**

---

KONFERENCIJOS TEZIŲ RINKINYS



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



MARIJAMPOLĖS KOLEGIJA  
VERSLO IR TECHNOLOGIJŲ FAKULTETAS  
VERSLO IR VADYBOS KATEDRA

2013 m. gegužės 9-10 d.