



REKREACIJOS IR TURIZMO PLĖTRA

Straipsnių rinkinys

ISSN 2335-8017

Leidinį sudarė:

KU Rekreacijos ir turizmo katedros lekt. Jurgita Raišutienė

Straipsnių rinkinio mokslinio komiteto nariai:

Prof. dr. Diana Šaparnienė

Prof. dr. Ramūnas Povilanskas

Prof. dr. Albinas Stankus

Straipsnių rinkinyje publikuojami straipsniai, kuriuose įvairių rekreacijos ir turizmo plėtros Lietuvoje taikomųjų tyrimų rezultatai, rekreacijos ir turizmo plėtros aktualijų, tendencijų ir perspektyvų palyginamosios analizės Lietuvoje bei užsienio šalyse.

Straipsniai recenzuoti.

Straipsnių autoriai atsako už pateikiamą medžiagą.

2017 06 06. Apimtis 160 psl. Tiražas 60 egz.



TURINYS

KAIMO TURIZMO PLĖTROS LIETUVOJE SOCIOEKONOMINIAI VEIKSNIAI. Lekt. Jurgita Raišutienė, Viktorija Abromavičiūtė	4-18
SVEIKATOS TURIZMO SĄVOKOS TRAKTUOTĖ IR RAIŠKA. Prof. dr. Diana Šaparnienė, Vaiva Jablonskytė	19-27
AKTYVIŲ VANDENS PRAMOGŲ PLĖTRA LIETUVOJE. Lekt. Edgaras Vaškaitis, Gabija Liaudanskytė	28-40
KAIMO TURIZMO PLĖTROS LIETUVOJE GAMTINIAI VEIKSNIAI. Lekt. Jurgita Raišutienė, Odeta Dženkauskaitė	41-55
BIRŠTONO KURORTO IR TRAKŲ KURORTINĖS TERITORIJOS LYGINAMOJI ANALIZĖ. Prof. dr. Ramūnas Povilanskas, Lauryna Macijauskaitė	56-67
INOVATYVIŲ TURIZMO PASLAUGŲ RINKINIŲ PLĖTRA BIRŽŲ IR PASVALIO RAJONŲ SAVIVALDYBĖSE. Lekt. Edgaras Vaškaitis, Martyna Avižonytė	68-80
PRIORITETINIŲ VANDENS TURIZMO TRASŲ INFRASTRUKTŪROS PRITAIKYMAS VIEŠIESIEMS POREIKIAMS: MINIJOS IR JŪROS UPIŲ ATVEJIS. Prof. dr. Diana Šaparnienė, lekt. Edgaras Vaškaitis, Aida Varanauskaitė	81-93
KLAIPĖDOS REGIONO GYVENTOJŲ SVEIKATINGUMO PASLAUGŲ POREIKIŲ ANALIZĖ. Lekt. Edgaras Vaškaitis, Dovilė Jokūbaitytė	94-107
RENGINIŲ PASIŪLOS NERINGOS IR PALANGOS KURORTUOSE 2014/2016 METAIS ANALIZĖ. Lekt. Jurgita Raišutienė, Sigita Virbauskaitė	108-118
KOMUNIKAVIMO SU KLIENTAIS TOBULINIMO GALIMYBĖS KLAIPĖDOS KELIONIŲ AGENTŪROSE. Lekt. Jūratė Barauskaitė, Rūta Karlapavičiūtė	119-133
UAB „ATOSTOGŲ PARKAS“ PASLAUGŲ VERTINIMAS LANKYTOJŲ POŽIŪRIU. Lekt. Edgaras Vaškaitis, Goda Sakalauskaitė	134-148
INOVATYVIŲ SPRENDIMŲ TAIKYMAS UAB „EXPO VAKARAI“ ĮMONĖS VERSLO PARODOSE KLAIPĖDOJE. Lekt. Edgaras Vaškaitis, Austėja Rimkevičiūtė	149-160

KLAIPĖDOS REGIONO GYVENTOJŲ SVEIKATINGUMO PASLAUGŲ POREIKIŲ ANALIZĖ

Lekt. Edgaras Vaškaitis, Dovilė Jokūbaitytė

Klaipėdos universiteto Sveikatos mokslų fakulteto Rekreacijos ir turizmo katedra
edgaras.vaskaitis@gmail.com; jokubaityte.dovile@gmail.com

ANOTACIJA

Straipsnyje analizuojama užsienio ir Lietuvos autorių literatūra, apžvelgiama kas yra sveikatingumas ir sveikatingumo paslauga, aprašomos 8 sveikatingumo paslaugų rūšys, vartotojų rinka bei jų įtaka žmogui, analizuojamas sveikatingumo paslaugų pasirinkimo ir vartojimo poreikis, pateikiama ir aprašoma Klaipėdos regiono gyventojų sveikatingumo paslaugų poreikių tyrimo programa bei naudojama metodika, apžvelgiama esama sveikatingumo paslaugas teikiančių įstaigų situacija ir išsidėstymas Klaipėdos apskrityje bei analizuojami gauti tyrimo rezultatai.

Straipsnyje pateikiamos išvalgos leidžia pastebėti, jog žmonės pradeda domėtis sveika gyvensena ir mityba, sveikatingumu, kaip sveikatos gerinimo šaltiniu. Tai turi įtakos žmonių poreikių kitimui ir norui šiuos poreikius patenkinti. Išanalizavus teorinius sveikatingumo aspektus pastebėta ir tai, kad vis dar nėra nagrinėjamas sveikatingumo paslaugų poreikis žmonėms, todėl akivaizdu, jog nepakankamai atsižvelgiama į esamus ir potencialius sveikatingumo paslaugų vartotojus, jų asmeninius poreikius bei sveikatingumo paslaugų pasirinkimo ir vartojimo poreikį.

Atlikus tyrimo duomenų analizę nustatyta, kad sveikatingumo paslaugų poreikiai, lyginant vyrus ir moteris, labai panašūs – fizinė ir dvasinė gerovė, estetinio patrauklumo poreikis. Didžioji dalis respondentų teigė, kad dabartinės įstaigos esančios Klaipėdos regione šiuos poreikius patenkina. Tačiau bendras sveikatingumo paslaugų naudojimo dažnumas tik 29,2%, tad galima daryti prielaidą, kad šiame regione siūlomas sveikatingumo paslaugų spektras nėra pakankamai išplėtotas, o tai, atsižvelgiant į vartotojų amžių, pajamas, statusą ir siūlomų paslaugų asortimentą, teikia mažą naudą regionui. Tikėtina, jog įgyvendinus sveikatingumo paslaugų plėtrą bei atlikus išsamesnius vartotojų poreikių tyrimus, pokyčiai padėtų paslaugų teikėjams geriau segmentuoti rinką ir pritaikyti teikiamas paslaugas vartotojams.

Pasiektas darbo tikslas leidžia pateikti išvadą, kad šiuo metu apskrities gyventojai naudojami žinomomis, išbandytomis ar rekomenduotomis sveikatingumo paslaugų įmonėmis. Dabartinės teikiamos paslaugos vertinamos kaip pakankamai kokybiškos ir patenkinančios gyventojų poreikius, tačiau tyrimo rezultatai leidžia pastebėti, kad daliai gyventojų vis dar trūksta detalaus švietimo ir papildomos informacijos sveikatingumo tema.

Raktiniai žodžiai: sveikatingumas, sveikatingumo paslauga, poreikis, Klaipėdos regionas, vietinis gyventojas.

ĮVADAS

Aktualumas. Nuo seno sakoma, kad sveikata – didžiausias žmogaus turtas. Metai iš metų puoselėjama, tiek fizinė, tiek dvasinė sveikata vis dažniau tampa ne tik būtinumu, tačiau ir gyvenimo būdu (sveiko, ekologiško). Į sveikatą pradėjus žiūrėti ne tik kaip į žmogaus fizinei gerovei ir darbingumui užtikrinti būtiną kriterijų, bet kaip į gyvenimo stilių, pradėjo plėtotis tokios sveikatos kryptys kaip sveikatinimas ir sveikatingumas. Straipsnyje „WhatIsWellnessNow?“ (2016) Kirkland, A. teigia, kad sveikatingumas ypač madingas šių laikų terminas. Vieni domisi sveikatingumo programomis, sveikatingumo centrais, konkursais, konferencijomis, sveikatingumo žurnalais ir kt. Tačiau nors ir yra daug skirtingų

sveikatingumo rūšių bei požiūrių, daugelis autorių nagrinėjančių sveikatingumą ir jo paslaugas (Davis (2008), Kelly ir Dobbin (1998), Edelman, Fuller, Mara-Drita (2001) ir kt.) sutinka, jog sveikata yra daugiau nei vien tik ligos nebuvimas; sveikatos skatinimas ir ligų prevencija turėtų būti aukščiau vyriausybinių (politinių) ir asmeninių prioritetų, o kiekvienas individas gali ir turi siekti optimalaus organizmo funkcionavimo (Kirkland, A., 2016). Pats terminas sveikatingumas (*angl. wellness*) įvairiose literatūrose suvokiamas bei apibūdinamas visai skirtingomis reikšmėmis. Angliškoje literatūroje terminas *wellness* reiškia individų konsultavimą bei švietimą sveikatos ir sveikatingumo klausimais. „SpasandtheGlobalWellnessMarket“ apžvalgoje (2010, p. 78) rašoma, kad Europos sveikatingumo asociacija sveikatingumą įvardina kaip gyvenimo filosofijos reiškinį, kurio tikslas fizinė ir psichinė/dvasinė individo gerovė. Atsakingas požiūris į aplinką yra viena iš pagrindinių sąlygų kuriant: harmoningus asmeninius ryšius, asmeninę integraciją į ekonominę ir socialinę gyvenimą bei ekologinį sąmoningumą. Priešingai *wellness* terminas apibūdinamas Vokietijos sveikatingumo asociacijos. Remiantis vokišku *wellness* suvokimu, teigiama, kad šis terminas reiškia strategiją ar procesą, leidžiantį palaikyti aktyvumą, produktyvumą ir gerą sveikatos būklę, paremtą moksliniais rezultatais, stebėjimais, metodais ir priemonėmis, padedančiomis apsisaugoti nuo lėtinių ligų ar kitų negalavimų. Taigi galima teigti, jog angliška literatūra sveikatingumą įvardina, kaip fizinės ir dvasinės gerovės pusiausvyrą, tarpusavio ryšį ir sudaro pagrindą sveiko gyvenimo būdo puoselėjimui ar palaikymui. Vokietijos literatūroje sveikatingumas labiau traktuojamas kaip turizmo sudedamoji dalis (kelionės sveikatos tikslais) ir yra apibūdinamas kaip priemonė, padedanti išvengti lėtinių ligų ar negalavimų. Lietuvos atveju, pastebima, kad sveikatingumas vartotojams įgyja vis didesnę reikšmę kaip sveikatos palaikymo ir sveikos gyvensenos šaltinis. Sveikatingumo paslaugas vartotojai renkasi vedami psichikos, kultūros, intelektualumo, socialumo, emocionalumo, profesijos ir dvasinių motyvų, kuriuos dar 1961 m. įvardino medicinos mokslų daktaras Dunn'as, H. L.

Problema. Galima daryti prielaidą, kad sveikata, kaip ir sveikatingumas, būtinas žmogaus sveikatos palaikymui ir įvairių poreikių (sveikatos atžvilgiu) tenkinimui. Deja, dėl skirtingų sveikatingumo termino reikšmių Lietuvos ir užsienio literatūroje sunku suformuluoti ir įvardinti esminius, sveikatingumą ir sveikatingumo paslaugas apibrėžiančius, aspektus. Visgi, Lietuvos atveju, sveikatingumą labiau priimtina laikyti fizinės ir psichinės sveikatos palaikymo, sveikos gyvensenos šaltiniu, nei tam tikrų ligų gydymo, ar negalavimų šalinimo, metodu. Analizuojant sveikatingumo paslaugų poreikį susiduriama su problema, jog lietuvių literatūroje tiksliai neįvardinamas sveikatingumo, t.y. sveiko gyvenimo būdo, poreikis. Sunku pasakyti dėl kokių motyvų sveikatingumo paslaugų vartotojai šias paslaugas renkasi, ir, ar vienas iš įtaką darančių veiksnių, galėtų būti noras keisti gyvenimo būdą. Taip pat pastebima, jog šiuo metu, sveikatingumo paslaugas teikiančios įmonės labiau orientuojasi į atvykstančius turistus nei vietinius gyventojus, kurie galėtų būti pagrindinis, sveikatingumo paslaugų, vartotojų segmentas. Todėl atliekant Klaipėdos regiono gyventojų sveikatingumo paslaugų poreikių analizę išryškėja *pagrindinė problema — žinių trūkumas Klaipėdos regiono gyventojų sveikatingumo paslaugų poreikių atžvilgiu.*

Analizuojamos temos aktualumas ir pagrindinė straipsnio problema leidžia formuluoti tiriamąjį klausimą – *ar sveikatingumo paslaugos Klaipėdos regione pakankamai pritaikytos vietos gyventojų poreikiams tenkinti?*

Objektas: Klaipėdos regiono gyventojai, sveikatingumo paslaugos bei jų poreikis.

Tikslas — išanalizuoti Klaipėdos regiono gyventojų sveikatingumo paslaugų poreikius ir pateikti pasiūlymus, kaip, Klaipėdos regione, siūlomas paslaugas pritaikyti vietos gyventojų poreikiams tenkinti.

Uždaviniai:

1. Išanalizuoti sveikatingumo ir sveikatingumo paslaugų sampratas ir rūšis;

2. Apžvelgti sveikatingumo paslaugų poreikį ir įtaką žmogui;
3. Išanalizuoti Klaipėdos regiono sveikatingumo paslaugų teikėjų esamą situaciją;
4. Nustatyti Klaipėdos regiono gyventojų sveikatingumo paslaugų poreikius;
5. Pateikti pasiūlymus kaip sveikatingumo paslaugas pritaikyti Klaipėdos regiono gyventojų esamiems poreikiams.

Naudojami metodai:

1. Literatūros šaltinių (mokslinių straipsnių, konferencijų-pranešimų medžiagos, teisės aktų ir kitų sveikatingumo paslaugas reglamentuojančių dokumentų) ir statistinių duomenų analizė;
2. Atvejo analizė (remiantis įvairiais internetiniais portalais, turizmo informacijos centrų duomenimis analizuojama esama sveikatingumo paslaugų teikėjų situacija Klaipėdos regione);
3. Kiekybinis tyrimas (anketinė apklausa internete) — analizuojama kokie yra Klaipėdos regiono gyventojų sveikatingumo paslaugų poreikiai; ar teikiamos paslaugos (šiuo metu) atitinka regiono gyventojų poreikius. Tyrimo imtis – 384 respondentai gyvenantys Klaipėdos regione (arba iš čia kilę ir dažnai sugrįžtantys siekiant pasinaudoti sveikatingumo paslaugomis), kurių amžius vidutiniškai nuo 18 iki 70 metų.

Sveikatingumo paslaugų ir žmonių poreikių teoriniai aspektai

Sveikatingumo ir sveikatingumo paslaugų samprata. Šiuolaikinėje visuomenėje paslaugos gaunamos kiekviename žingsnyje — apsipirkinėjant parduotuvėje gaunamos prekės, darželiuose/ mokyklose/ universitetuose — pedagoginės paslaugos, SPA centruose teikiamos grožio, sveikatos palaikymo bei gerinimo paslaugos ir t.t. Šiandien tikriausiai negalėtume įsivaizduoti savo gyvenimo be televizijos, interneto, mobiliojo telefono, socialinių tinklų ir daugybės kitų kasdieninėje veikloje teikiamų paslaugų. Vis dėlto, tiksliai įvardinti kas yra paslauga, sunku. Skirtingi autoriai pateikia panašius ir tuo pačiu skirtingus paslaugų apibrėžimus. Išanalizavus Vitkienės, E. (2004), Vengrienės, B. (2006), Kotler, Ph. (2007), Martinkaus, B., Žilinsko, V. (2008), Koncevičienės, N. (2012), Gronroos, Ch. ir kt. autorių pateiktus paslaugos apibrėžimus, apžvelgus pagrindines prekės/paslaugos gyvavimo ciklo stadijas ir susipažinus su paslaugos procesu nepastebėti jokie esminiai skirtumai, kurie išsiskirtų literatūroje. Todėl galima teigti, jog paslauga (priešingai nei produktas/prekė) — veikla, skirta tiesiogiai arba netiesiogiai patenkinti žmonių poreikius, pasižymi neapčiuopiamumu, heterogeniškumu, gamybos ir vartojimo neatskiriamumu, sąveika su klientu, negalėjimu sandėliuoti ir nuosavybės neperdavimu. Sveikatingumo atžvilgiu sveikatingumo paslauga būtent ir apima visus minėtus aspektus, kurie gali patenkinti ne tik bazinius, tačiau ir aukštesnius t.y. savirealizacinius, socialinius ir emocinius poreikius. Todėl šiame straipsnyje paslauga laikomas Koncevičienės, N. (2012) pateiktas apibrėžimas — *paslauga – tai kokia nors nemateriali ekonomikos veikla (pvz., draudimo, viešojo maitinimo įstaigų, kirpyklų, bankų ir t. t.) tiesiogiai arba netiesiogiai prisidedanti prie žmonių poreikių tenkinimo.*

Apžvelgus esminius paslaugos aspektus bei svarstant iš kur atsirado terminas sveikatingumas ir sveikatingumo paslauga, reikėtų nepamiršti svarbiausio fakto — tai anglakalbės kultūros terminas, kuris pasaulyje paplito ir įgavo tam tikrą paskirtį anksčiau nei Lietuvoje. „XX a. pabaigoje pasaulio rekreacinių paslaugų terminijoje paplito angliškas terminas *wellness*, kurį 1961 m. pasiūlė Halbertas L. Dunn‘as (Smith&Puczkó, 2009)“. Šie ir dar daugiau autorių pateikia ir analizuoja sveikatingumo bei sveikatingumo paslaugos sąvokas, kurių palyginimas pateiktas 1 lentelėje (žr. 1 lentelė).

Sąvokų sveikatingumas ir sveikatingumo paslauga palyginimas

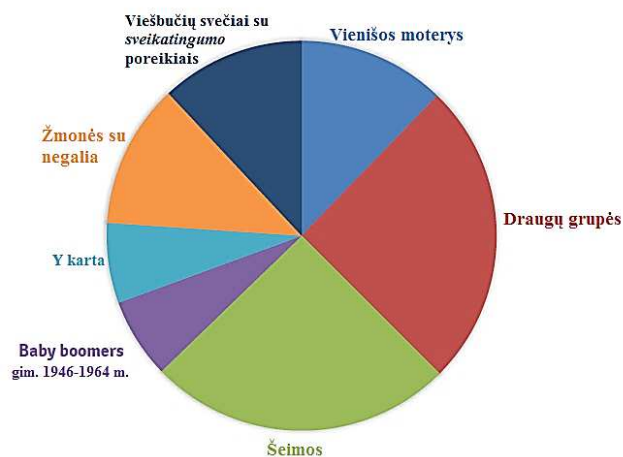
AUTORIUS/METAİ	SĄVOKA
Pilzer'is, P.Z. (2007)	„Wellness” sektorius apima paslaugas, priemones, veiklas ir produktus, kurių paskirtis – padėti sveikiems žmonėms gerai jaustis, būti aktyviems, gražiai atrodyti, išvengti ligų ir sulėtinti senėjimą.
Cohen'as. M. (2008)	Autorius pagilino „wellness” sampratą, pabrėždamas žmogaus psichosomatinę darną kaip „wellness“ paslaugų ir programų pagrindą.
Smith, M., Puczkó, L. (2009)	Sveikatingumo („wellness“) turizmas kartu su medicinos turizmu laikomas sveikatos turizmo sudėtinėmis dalimis.
Puczkó, L. (2011)	Sveikatingumo pramonė apima viską nuo kurortų (SPA), maisto ir sveikos mitybos, tradicinės ir alternatyvios medicinos, iki užsiėmimų su senyvo amžiaus asmenimis, sporto, darbo vietos gerinimo, medicinos ir sveikatingumo turizmo.
Lietuvos Respublikos Turizmo įstatymas (2015)	Sveikatingumo paslauga— sveikatos stiprinimo paslauga, kurią teisės aktų reikalavimus atitinkančiose patalpose teikia specialistas, teisės aktų nustatyta tvarka įgijęs reikiamą kvalifikaciją.
„StudentHealthandCounselingServices“ (2016)	Sveikatingumo paslauga yra aktyvus procesas, susijęs su žiniomis ir sprendimų priėmimu sveikatos ir visaverčio gyvenimo klausimais. Sveikatingumas (paslauga) yra daug daugiau nei laisvė nesirgti, tai yra dinamiškas kaitos ir augimo procesas.

Sudaryta autorių, remiantis Pilzer'io, P.Z., Cohen'o, Smith, M., Puczkó, L. ir „StudentHealthandCounselingServices“ straipsniais bei LR Turizmo įstatymu

Dar tik pradėdant vystyti suvokimui apie sveikatingumą ir sveiką gyvenimo būdą, amerikiečių daktaras Dunn'as, H. L. (1961) jau teigė, kad sveikatingumas – tai pastovus, sąmoningas siekimas (noras) realizuoti savo gyvenimo potencialą, patenkinant kūno poreikius, protą ir sielą („SpaandWellnessDestinations: weredoes it gofromhere?“). Pilzer'is, P.Z. (2007) nurodo svarbiausią sveikatingumo paskirtį — padėti ne sergantiems, tačiau sveikiems žmonėms jaustis dar geriau, būti dar aktyvesniems, gražiai atrodyti ir išvengti ligų, arba sulėtinti esamų ligų senėjimą. Kitas autorius, Cohen'as, M. (2008) pabrėžė psichosomatinę gerovę — kūno ir proto veikimą išvien. Pasak Smith, M. ir Puczkó, L. (2009) klasifikacijos sveikatingumas tai tik dalelė turizmo ir medicinos, kurios kartu padengia tarsi pagrindą tolimesniam sveikatos turizmui. Kitas šaltinis, t.y. LR Turizmo įstatymas (2015) pateikia sveikatingumo paslaugos sąvoką, nurodydamas, jog tai sveikatos stiprinimo paslauga, Puczkó, L. (2011, p. 10) teigia, jog sveikatingumo pramonė apima viską nuo kurortų (SPA) iki darbo vietos gerinimo, medicinos ir sveikatingumo turizmo, na, o Kalifornijos universiteto interneto svetainėje pateikiamoje skiltyje „StudentHealthandCounselingServices“ sakoma, jog sveikatingumo paslaugos yra aktyvus procesas, kuris pirmiausia susijęs su žmonių mentaliteto ugdymu ir žinių, apie sveikatą ir visavertį gyvenimą, kaupimas. Tad apžvelgus įvairių autorių pateikiamas sąvokas apie sveikatingumą ir jų reikšmes, pastebėjimus skirtingų autorių akimis, matyti, jog išryškėja esminiai skirtumai — vieniems tai sveikų žmonių sveikatos stiprinimas, sveikos gyvensenos, mitybos ir grožio puoselėjimas, kitiems — tai darba tarp medicinos ir turizmo, siekiant palaikyti psichologinę (emocinę) ir fiziologinę (sveikatos) pusiausvyrą. Lietuvos atveju sveikatingumo paslauga priimtina laikyti LR Turizmo įstatyme (2015) pateiktą apibrėžimą, jog *sveikatingumo paslauga — sveikatos stiprinimo paslauga, kurią teisės aktų reikalavimus atitinkančiose patalpose teikia specialistas, teisės aktų nustatyta tvarka įgijęs reikiamą kvalifikaciją*. Šis apibrėžimas nurodo, jog sveikatingumo paslauga yra

būtent sveikatos stiprinimo, o ne ligų prevencijos šaltinis. Aiškiai pabrėžiama, jog tai paslauga, kuri yra vykdoma teisės aktų nustatyta tvarka, kas leidžia daryti prielaidą dėl teikiamų paslaugų patikimumo. Patalpų įrengimas pagal specialius reikalavimus ir kokybiškumo užtikrinimas pasitelkiant kvalifikuotus sveikatingumo srities specialistus, taip pat, vienas iš svarbiausių kriterijų leidžiančių tinkamai įvardinti sveikatingumo paslaugą.

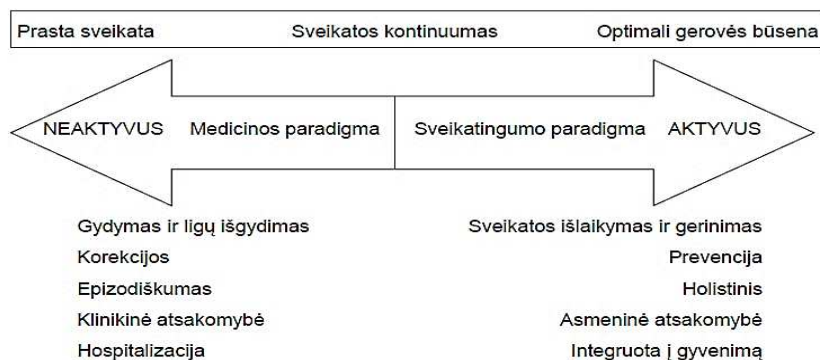
Sveikatingumo paslaugų rūšys, vartotojų rinka ir įtaka žmogui. Išanalizavus Lietuvos Respublikos sveikatos apsaugos ministro įsakymą „Dėl sveikatingumo paslaugų rūšių sąrašo ir sveikatingumo paslaugų teikimo reikalavimų patvirtinimo“ (2012) matoma, jog sveikatingumo paslaugas sudaro 8 skirtingos paslaugos bei procedūros: halokamerų, masažo paslaugos, kūno ir veido priežiūros paslaugos, vandens procedūros, pirčių, baseinų bei kūno kultūros paslaugos. Visos šios paslaugos ir procedūros — tai dirbtinai suformuotos, įrengtos patalpos, kuriose teikiamos sveikatos palaikymo, gerinimo ir puoselėjimo paslaugos. Kai kuriose teikiamose paslaugose naudojami natūralūs ar performuoti gamtiniai sveikatos veiksniai. Tai leidžia daryti prielaidą, jog sveikatingumo paslaugos sudarytos ir teikiamos ne tik dirbtiniu (patalpose) tačiau ir, kiek įmanoma, natūraliu (gamtiniai veiksniai) būdu. Visas 8 teikiamas sveikatingumo paslaugų rūšis galima sugrupuoti į kvėpavimui naudingas procedūras (halokameros, pirtys), grožio procedūras (kūno ir veido priežiūra) bei kūno raumenų (arba organizmo) stiprinimo procedūras (masažai, vandens procedūros, baseinai ir kūno kultūra). Puczkó, L. (2016), pranešime „Whereisthegrowth?“, pateikiama diagrama (žr. 1 pav.) apie sveikatingumo paslaugų vartotojų segmentus.



1 pav. Vartotojų segmentai

Šaltinis: „Whereisthegrowth?“ (2016) ITB Berlin

Didžiąją dalį vartotojų rinkos sudaro draugų grupės ir šeimos. Šie du vartotojų segmentai pasižymi tuo, kad mėgsta laiką leisti grupėse žmonių, bendrauti, dalintis išgyvenimais ir naujais potyriais. Šių grupių poreikis rūpintis savimi ir savo sveikata, toks pat didelis, kaip ir noras (poreikis) būti socialiu, t.y. bendrauti, būti būryje žmonių, jaustis svarbiu ir naudingu. Leidžiant laiką su draugais, ar šeima, mėgaujantis sveikatingumo paslaugomis, tai tarsi dviguba nauda — rūpiniesi savimi, savo grožiu ir sveika gyvensena, tuo pačiu neatitrukdamas nuo bendravimo ir socialinių poreikių tenkinimo. Svarbu tai, jog būtent šios grupės gana dažnai sudaro didžiausią užsienio turistų skaičių. Svarbu atsižvelgti ir į tai, kad sveikatingumo paslaugos turi įtakos žmogaus gyvenimo būdo palaikymui, gebėjimui užkirsti kelią dar neprasidėjusioms ligoms bei suvokimui, kaip tai svarbu siekiant asmeninės sveikatos gerovės. Žemiau esančioje schemeje (žr. 2 pav.) pateiktos medicinos ir sveikatingumo paradigmos, kurios nurodo esminius skirtumus tarp gydymosi ir sveikatos palaikymo.

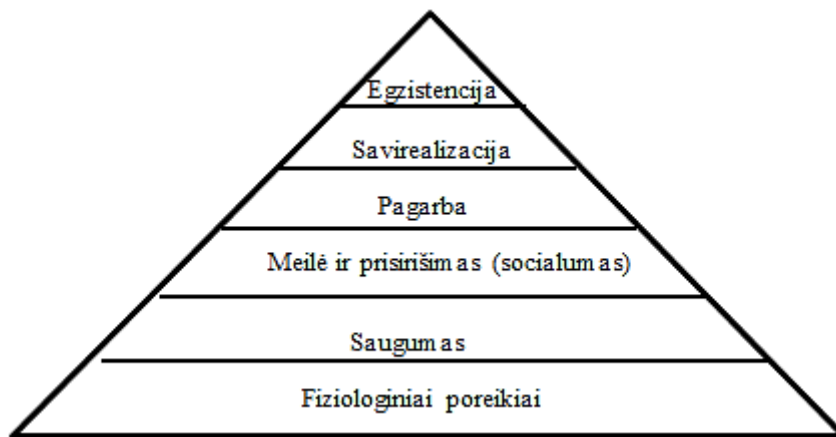


2 pav. Sveikatingumo paslaugų įtaka žmogui

Šaltiniai: Travis, J. (1972, 1988, 2004) „A new vision of wellness“, „The wellspring school“, „The Global Wellness Tourism Economy 2013“ ir Vaškaitis, E. RT vadybos paskaitų medžiaga (2016)

Kaip matoma, sveikatingumo paradigma akcentuoja sveikatos išlaikymą ir gerinimą. Vadinasi, čia susiduriama su ligų prevencija, siekiu ne tik išvengti galimų ligų, tačiau joms atsiradus, didelė galimybė sulėtinti jų raidą. Sveikatingumo paslaugų atžvilgiu ugdomas holistinis požiūris ir asmeninė atsakomybė savo sveikatos atžvilgiu. Sveikatingumas (kaip paslauga) turėtų būti integruotas į kiekvieno žmogaus gyvenimą, taip siekiant visavertiškumo ir sveiko gyvenimo būdo palaikymo.

Sveikatingumo paslaugų pasirinkimo poreikis. Vartojimo poreikis. Aiškinantis sveikatingumo paslaugų pasirinkimo ir vartojimo poreikį, atsižvelgiama į Maslow, A. pateiktą poreikių piramidę, kuri nurodo žmonių poreikius remiantis skirtingais lygmenimis. Poreikių hierarchija yra modelis, kuriame Maslow, A. mėgino užfiksuoti skirtingo lygmens žmogaus motyvaciją. Ši piramidė (žr. 3 pav.) parodo, kad žmonės yra „varomi“ į priekį skirtingu laiku dėl skirtingų motyvacijos veiksnių — biologinių ir psichologinių poreikių, „aukštesnių tikslų“.



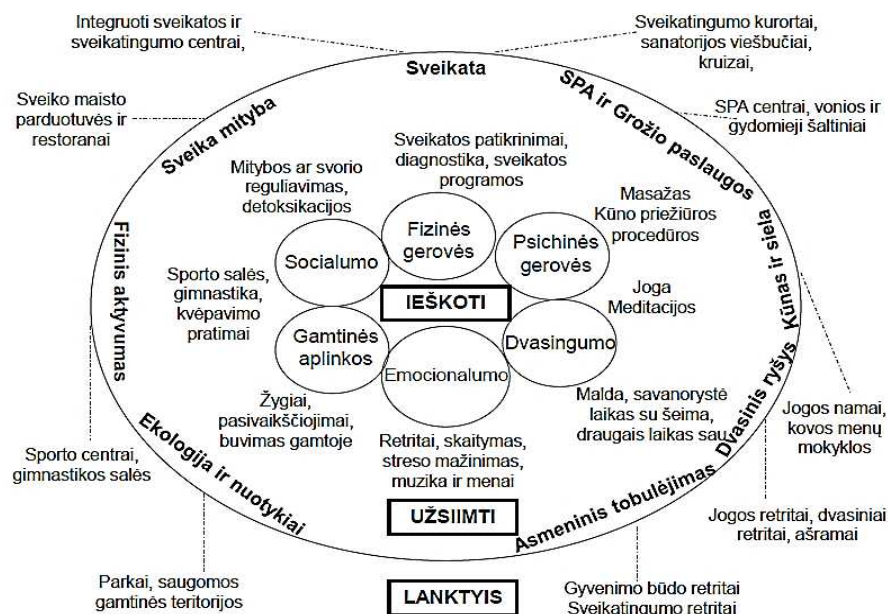
6 pav. Maslow, A. poreikių hierarchija

Šaltinis: „The Hierarchy of Human Needs: Maslow's Model of Motivation“ (2016)

„The Hierarchy of Human Needs: Maslow's Model of Motivation“ (2016) rašo, kad pirmasis lygis, piramidės apačioje, sudaro mūsų trumpalaikius pagrindinius poreikius, žinomus kaip fiziologinius poreikius: maisto, vandens, šilumos, meilės. Antrasis lygis sudaro ilgesnės trukmės saugumo poreikius: saugumo, tvarkos, stabilumo. Trečiasis socialinis lygmuo žinomas kaip „meilės ir prisirišimo“. Mes norime būti priimami kitų, turėti stabilius santykius. Ketvirtasis lygis atspindi savigarbos poreikius. Savo socialinėje erdvėje mes norime būti pripažintais asmenimis, norime prestižo ir galios. Piramidės viršuje esanti savirealizacija yra noras patirti vis gilesnius savęs realizavimo išgyvenimus, atskleisti savo žmogiškąjį potencialą. Pačioje piramidės viršūnėje yra transcendencijos (egzistencijos) troškimas. Taigi apžvelgus šiuos poreikių piramidės lygmenis, galima daryti prielaidą, kad

biologiniai ir psichologiniai žmogaus poreikiai yra asmeninio pasitenkinimo pagrindas. Iš šių poreikių kyla „aukštesniųjų tikslų“, ar dar kitaip, savirealizacijos ir egzistencijos poreikis. Tad akivaizdu, kad visavertiškumas ir bazinių poreikių patenkinimas skatina žmogų siekti dar aukštesniųjų tikslų. Vadinasi, tam tikri asmeniniai motyvai kyla iš bazinių (pirmųjų piramidės lygių) poreikių patenkinimo.

Poreikių hierarchijos nesilaikymas, ar nepakankamas kiekvieno poreikių lygmens patenkinimas, gali sukelti asmeninį nepasitenkinimą, ar net diskomfortą. Todėl noras atsisakyti šio nemalonaus, nevisavertiško jausmo skatina žmonių vartojimo poreikį, kuriuo siekiama patenkinti iškilusius poreikius. Geriausiai, sveikatingumo paslaugų pasirinkimo poreikiai, atsiskleidžia *asmeninio lygmens sveikatingumo modeliuose*. Apžvelgus Dunn'o, H. L. (1961), Hettler'io, B. (1976), Ardell'io, D. B. (1977, 2010) ir „TheGlobalWellnessTourismEconomy 2013“ pateiktus sveikatingumo modelius matyti (žr. 4 pav.), kad šie sveikatingumo modeliai susideda iš visų autorių išskirtų esminių dalių: sveikatos, SPA ir grožio paslaugų, kūno ir sielos darnumo, dvasinio ryšio, asmeninio tobulėjimo, ekologijos ir nuotykių, fizinio aktyvumo bei sveikos mitybos.



4 pav. Sveikatingumo paslaugų modelis

Šaltinis: „TheGlobalWellnessTourismEconomy 2013“, Vaškaitis, E. kurortologijos paskaitų medžiaga (2016)

Šis (pagrindinis) modelis ne tik sudaro pagrindą šiuolaikinio sveikatingumo paslaugų vystymuisi, tačiau aiškiai leidžia apibrėžti svarbiausią — sveikatingumo paslaugų vartojimo poreikį. Pirmiausia šis modelis paaiškina tai, ko individai ieško, t.y. kokie asmeniniai poreikiai, skatina rinktis sveikatingumo paslaugas, t.y: fizinės gerovės ieškojimas; psichinės gerovės ieškojimas; dvasingumo paieškos; emocionalumo paieškos; gamtinės aplinkos poreikis; socialumo poreikis. Taigi apžvelgus Maslow, A. poreikių hierarchiją, sveikatingumo modelius ir juose pateikiamus galimus sveikatingumo paslaugų pasirinkimo poreikius, išsiaiškinus šių modelių panašumus, galima teigti, kad sveikatingumo paslaugų pasirinkimui įtakos gali turėti tiek biologiniai (baziniai poreikiai), tiek asmeniniai, emociniai aspektai. Todėl, dėl kokių priežasčių sveikatingumo paslaugas pasirinks kiekvienas individas, įvardinti nėra lengva. Tačiau išanalizavus teorinius, įvairių autorių pateiktus, aspektus, galima daryti prielaidą, jog sveikatingumo paslaugų pasirinkimo poreikiams įtakos gali turėti tiek išoriniai (gamtinė aplinka), tiek vidiniai (dvasingumo) veiksniai.

Klaipėdos regiono gyventojų sveikatingumo paslaugų poreikio tyrimas

Sveikatingumo paslaugų teikėjai Klaipėdos regione. Atlikus Klaipėdos apskrities sveikatingumo paslaugų teikėjų analizę ir išsiaiškinus esamą šios apskrities situaciją sveikatingumo paslaugų teikimo atžvilgiu, sužinota, kad tiriamojoje apskrityje yra net 233 sveikatingumo paslaugų teikėjai (apytiksliais duomenimis). Rezultatai leidžia pastebėti, jog daugiausiai šių paslaugų teikėjų yra Klaipėdos miesto ir rajono savivaldybėse bei Palangos miesto savivaldybėje. Tai leidžia daryti prielaidą, jog sveikatingumo paslaugų teikėjai telkiasi tose vietose, kuriose šių paslaugų vartojimas ir paklausa yra didžiausia, t.y. kurortuose, administraciniuose apskričių centruose ar tiesiog didžiuosiuose miestuose. Kitos apskrities savivaldybės — Neringos miesto, Kretingos rajono, Skuodo rajono ir Šilutės rajono, sveikatingumo paslaugų teikėjų skaičius nesiekia 40. Tam įtakos gali turėti ne tik mažesnis šių sričių žinomumas, siauras gamtinių išteklių ar lankomų objektų pasirinkimas (Skuodas, Šilutė, Kretinga), bet ir sudėtingesnis šių vietovių pasiekiamumas (Neringos miesto sav.). Sveikatingumo paslaugų teikėjų išsidėstymui Klaipėdos apskrityje, taip pat, gali turėti įtakos ir kitų, specializuotų, įstaigų išsidėstymas, pvz.: švietimo ir ugdymo įstaigos Klaipėdos mieste, kurios rengia šios srities specialistus. Atliekant tyrimą pastebėta, jog mažesnėse (gyventojų skaičiumi ir teritorija) ir ne kurortinėse vietovėse sveikatingumo paslaugų teikėjų skaičius mažesnis dėl šios srities specialistų, galinčių teikti kokybiškas paslaugas, trūkumo. Rastose įstaigose dirbančiųjų skaičius dažniausiai neviršydavo 10 asmenų. Tad galima teigti, jog mažesnis profesinis išsilavinimas, žinių bei patirties stoka daro gana didelę įtaką ne tik kokybiškų sveikatingumo paslaugų teikimo atžvilgiu, bet ir kokybiškų, reikalavimus atitinkančių įstaigų steigimuisi.

„Klaipėdos regiono gyventojų sveikatingumo paslaugų poreikių“ tyrimo rezultatų analizė. Siekiant išsiaiškinti Klaipėdos regiono gyventojų sveikatingumo paslaugų poreikius buvo apklausti 384 respondentai gyvenantys arba kilę iš šio regiono ir dažnai čia sugrįžtantys pasinaudoti sveikatingumo paslaugomis. Apibendrinus tyrimo rezultatus galima teigti, jog statistinis tyrimo respondentas yra aukštąjį išsilavinimą turintis, dirbantis 26-40 metų amžiumi, gaunantis vidutinį (minimalų) darbo užmokestį Lietuvoje (apytiksliai nuo 380 eurų iki 500 eurų). Tai leidžia daryti prielaidą, kad ganėtinai jauno amžiaus asmenys (siekiantys patenkinti ne tik fiziologinius, tačiau ir aukštesnius poreikius) turi pakankamai didelius asmeninius poreikius, tačiau juos patenkinti dėl amžiaus, darbinės patirties, gyvenimo stiliaus, asmeninių prižasčių ir finansinių aspektų ne visuomet gali pavykti taip dažnai, kaip norėtusi.

Analizuojant sveikatingumo paslaugų naudojimo intensyvumą pastebėta, jog moterys dažniau nei vyrai naudojasi veido ir kūno priežiūros paslaugomis. Siekdamas patenkinti estetinius poreikius šiomis paslaugomis jos naudojasi bent kartą per mėnesį. Vyrai 1-2 kartus per mėnesį linkę naudotis kūno kultūros paslaugomis. Kitos paslaugos (masažų, pirčių, baseinų, halokamerų, vandens procedūrų) tiek vyrų, tiek moterų naudojamos labai panašiai – nuo 1 iki 4 kartų per metus. Atsižvelgiant į tai, kad tam tikrose paslaugose išskirtinai dominuoja vienos lyties atstovai, tas paslaugas (veido ir kūno priežiūros paslaugas, kūno kultūros paslaugas) reikėtų teikti vietose, kuriose telkiasi didžiausias mastas potencialių vartotojų, pvz.: mini SPA centrai ir grožio salonai – miesto centruose, netoli įvairių biurų ar netgi prekybos centrų, kaip traukos centrai moterims, o kūno kultūros paslaugų teikėjai, t.y. įvairūs sporto klubai, turintys reikiamą įrangą sportui – šiek tiek nutolę nuo centro ir miesto šurmulio. Šių paslaugų teikėjai turėtų turėti didesnes, papildomas erdves, kuriose būtų įrengtos pirtys ar baseinai, skirti atsipalaiduoti po sporto vyrams. Tai galėtų padidinti pirčių ir baseinų naudojimo intensyvumą. Visos analizuotos amžiaus grupės naudojasi tam tikromis paslaugomis, išskyrus 18-25m. asmenis. Manoma, kad viena iš pagrindinių priežasčių ribojanti šios amžiaus grupės naudojamą sveikatingumo paslaugomis — nestabilios ir nepakankamos pajamos, kurias galima skirti laisvalaikiui bei asmeniniams poreikiams tenkinti. Kaip svarbiausias kriterijus — kainos ir kokybės santykis bei pasiekiamumas esminis aspektas visų, ne vien tik

sveikatingumo, paslaugų atžvilgiu. Siekiantiems pailsėti ir atgauti tiek fizines, tiek dvasines jėgas svarbu, kad jų nevargintų tolimesnė kelionė (ilgų distancijų važiavimas, vairavimas kelia įtampą bei nuovargį). Kadangi pagrindiniai sveikatingumo paslaugų vartotojai 26-40 metų asmenys uždirbantys, vidutiniškai, iki 500 eurų, atsižvelgiant į pragyvenimo lygį ir fiziologinių poreikių tenkinimą, tikėtina, kad asmeniniams interesams lieka riboti finansiniai ištekliai. Todėl renkantis sveikatingumo paslaugas, kainos, kokybės ir pasiekiamumo santykis — esminis kriterijus darantis įtaką vietos pasirinkimui ir atsiskaitymui už paslaugas (dažniausiai renkamas, kiek įmanoma, pigesnes paslaugas teikiančias įstaigas, esančias arčiau gyvenamosios vietos, dėl trumpesnės ir pigesnės kelionės). Analizuojant respondentų atsakymus, vienas iš svarbiausių aspektų – išsiaiškinti, kokius poreikius, sveikatingumo paslaugų vartotojai, siekia patenkinti (žr. 2 lentelė).

2 lentelė

Veiksniai lemiantys pasirinkimą naudotis sveikatingumo paslaugomis

	Labai svarbu	Svarbu	Iš dalies svarbu	Nesvarbu	Visiškai nesvarbu
Noras atgauti fizines jėgas	51.3%	34.9%	12.8%	0.8%	0.3%
Noras atgauti dvasines jėgas	42.4%	37 %	19%)	0.8%	0.8%
Sveikos gyvensenos propagavimas	23.2%	24.2%	37.2%	13.3%	2.1%
Estetinio patrauklumo (išorinio grožio) poreikis	26.8%	31%	30.7%	10.4%	1%
Siekis linksmai praleisti laiką su draugais/šeima/giminaičiais	13.5%	25%	46.9%	13.8%	0.8%
Smalsumas	3.9%	12.2%	45.6%	32.8%	5.5%
Profesija (verslo ar kito pobūdžio darbo kelionės)	3.9%	6.2%	17.7%	54.4%	17.7%

Sudaryta autorių, remiantis apklausa.lt ir SPSS programos duomenimis

Po atlikto tyrimo paaiškėjo, kad 51% respondentų svarbu atgauti fizines jėgas, palaikyti energiją ir darbingumą. 42,4% respondentų, ne ką mažiau, svarbu palaikyti ir dvasinę pusiausvyrą, atsigauti emociškai nuo streso, įtampos ir greito gyvenimo tempo. Beveik 27%, taip pat, įvardino, kad sveikatingumo paslaugos jiems būtinos norint palaikyti išorinį grožį ir tiesiog patenkinti estetinio patrauklumo poreikį. Apžvelgus kokiomis veiklomis tyrimo dalyviai labiausiai norėtų užsiimti laisvu metu, išsiaiškinta, jog šiems būtų priimtina dažniau tikrinti savo sveikatą bei save palepinti masažais ir kitomis kūno priežiūros procedūromis, išmokti sveikiau maitintis bei susipažinti su detoksikacijos procesu. Šios veiklos, kaip labiausiai pageidaujamos įvardintos dėl esminės priežasties — negalėjimo jomis naudotis, taip dažnai, kaip norėtųsi. Kadangi tyrimo dalyviai yra daugiausia dirbantys asmenys, galima manyti, jog dienos ritmas yra greitas, pakankamai įtemptas, varginantis ir keliantis nemažai streso. Tai daro įtaką mitybos atžvilgiu (greitas, nesveikas maistas) taip sukeldamas įvairias valgymo, ypatingai virškinimo, problemas. Reta sveikatos diagnostika tarsi leidžia nepastebėti galimų sveikatos sutrikimų, o retas sveikatingumo paslaugų (masažų ar kitų atpalaiduojančių veiklų) naudojimas neleidžia atsipalaiduoti tiek fiziškai, tiek dvasiškai. Esminiai tyrimo dalyvių įvardinti aspektai, darantys įtaką renkantis sveikatingumo paslaugas— sveikata, vaikai, asmeniniai interesai ir gyvenimo būdas. Tai leidžia daryti prielaidą, jog nemaža dalis sveikatingumo paslaugų vartotojų jau propaguoja sveiką gyvenseną, rūpinasi savo sveikata ir siekia sveikatą puoselėti asmeniniais tikslais ne tik šeimos ar draugų kompanijoje.

Atliktas „Klaipėdos regiono gyventojų sveikatingumo paslaugų poreikių“ tyrimas parodė, kad sveikatingumo tendencijos, lyčių atžvilgiu, yra ganėtinai panašios. Iš beveik 40% vyrų ir ~60% moterų dalyvavusių tyrime matyti, kad teikiamos 8 sveikatingumo paslaugos atitinka tiek vienos, tiek kitos lyties poreikius. Bendrai, tiek vyrai, tiek moterys nuo 1 iki 4 kartų per metus naudojami daugiausiai pirčių, baseinų, masažų ir vandens procedūrų paslaugomis. Akivaizdesnis yra veido ir kūno priežiūros paslaugų naudojimo intensyvumas, kuriame dominuoja daugiausia moterys. Aiškinantis kokius esminius poreikius vartotojai siekia patenkinti, sužinota, jog respondentams svarbiausia atgauti fizines ir dvasines jėgas bei patenkinti estetinio patrauklumo poreikį. Visgi, nepaisant kokius poreikius sveikatingumo paslaugų vartotojai siekia patenkinti, verta pastebėti, jog sveikatingumo paslaugos kainuoja ir tai gali turėti įtakos ne tik renkantis kokias paslaugas naudoti, bet ir kaip dažnai tai galima daryti. Atlikus koreliacijas tarp sveikatingumo paslaugų naudojimo dažnumo ir respondentų vidutinių mėnesio pajamų, naudojant *PearsonChi-Square* metodą įvertintas kintamųjų statistinis ryšys, panaudojant χ^2 kriterijų. Koreliacijos parodė, kad visos 8 sveikatingumo paslaugos (lyginti kintamieji) yra reikšmingai susijusios su gaunamomis pajamomis (žr. 5 pav.).

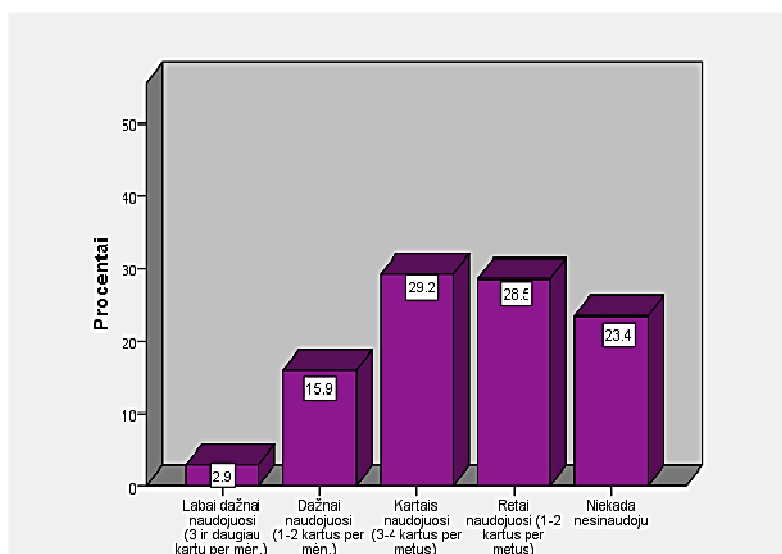
Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)		Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	96,203 ^a	16	,000	Pearson Chi-Square	110,780 ^a	12	,000
Likelihood Ratio	112,613	16	,000	Likelihood Ratio	101,961	12	,000
Linear-by-Linear Association	39,194	1	,000	Linear-by-Linear Association	37,196	1	,000
N of Valid Cases	384			N of Valid Cases	384		

5 pav. Statistiškai susijusių kintamųjų palyginimas

Šaltinis: SPSS programa

Asmenų uždirbančių nuo 381-500 eurų iki 800 eurų ir daugiau tarpe matyti, jog jie gali savo poreikių tenkinimui skirti didesnes pinigų sumas, tad ir jų naudojimosi sveikatingumo paslaugomis intensyvumas yra didesnis. Visgi atsižvelgiant į tai, jog šiuo metu bendras sveikatingumo paslaugų naudojimas Klaipėdos regione (vyrų ir moterų atžvilgiu) vos 29,2% (žr. 6 pav.), o naudojimosi dažnumas siekia vos 3-4 kartai per metus, galima daryti prielaidą, kad šiame regione siūlomas sveikatingumo paslaugų spektras nėra pakankamai išplėtotas.

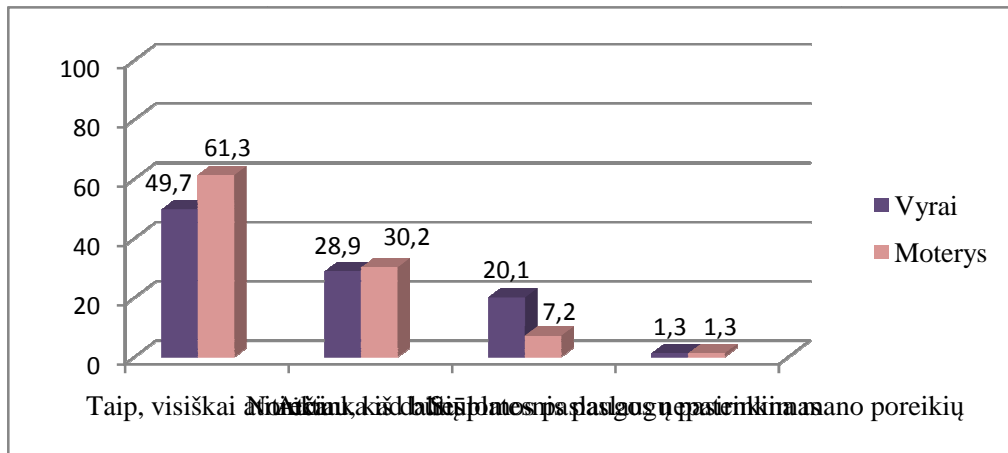


6 pav. Vyrų ir moterų sveikatingumo paslaugų naudojimo dažnumas

Šaltinis: SPSS programa

Verta manyti, kad pradėjus teikti platesnį sveikatingumo paslaugų asortimentą, tai paskatintų didėti konkurenciją tarp šių paslaugų teikėjų ir padidintų vartotojų srautus, kurie atvyktų išbandyti naujas paslaugas. Tikėtina, jog tokie pokyčiai verstų paslaugų teikėjus laviruoti kainų ar kitų pasiūlymų atžvilgiu bei paskatintų lojalių klientų augimą.

Bendrai vertinant respondentų nuomonę sveikatingumo paslaugas teikiančių įstaigų atžvilgiu, pastebėta, jog visgi didžioji dauguma yra patenkinti teikiamomis paslaugomis (žr. 7 pav.).



7 pav. Klaipėdos regione teikiamų paslaugų atitikimas žmonių poreikiams tenkinti
Šaltinis: SPSS programa, MS word/excel (2010)

49,7% vyrų ir net 61,3% moterų teigė, jog jie yra visiškai patenkinti Klaipėdos regione teikiamomis paslaugomis, jų pasiekiamumu, paslaugų kokybe ir darbuotojų kvalifikaciniu pasirengimu. Apie 30% tiek vyrų, tiek moterų nurodė, jog jiems, šiame regione teikiamos paslaugos, yra pakankamai priimtinos. Visgi beveik 21% vyrų ir tik 7,2% moterų įvardino, jog norėtų, kad Klaipėdos regione būtų platesnis sveikatingumo paslaugų pasirinkimas. Na, o 1,3% vyrų ir tiek pat moterų teigė, jog nėra patenkinti teikiamomis paslaugomis ir jų asortimentu.

IŠVADOS IR REKOMENDACIJOS

Tyrimo rezultatai ir teorinės išvados leidžia atsakyti į straipsnio pradžioje iškeltą *tiriamąją klausimą* – ar sveikatingumo paslaugos Klaipėdos regione pakankamai pritaikytos vietos gyventojų poreikiams tenkinti? Klaipėdos apskrityje teikiamos sveikatingumo paslaugos yra pakankamai pritaikytos vietos gyventojų poreikiams tenkinti, o sveikatingumo įstaigų pasirinkimas yra gana didelis. Apibendrinus tyrimo rezultatus pastebėta, jog net 66,4% respondentų nurodė, kad analizuojamojoje, Klaipėdos apskrityje, jų atžvilgiu, teikiama pakankamai sveikatingumo paslaugų ir šios visiškai patenkinta gyventojų poreikius (net 61,3% moterų ir 49,7% vyrų tyrimo metu įvardino, jog regione teikiamos sveikatingumo paslaugos atitinka jų poreikius).

Vis dėlto, nemaža dalis tyrimo dalyvių, t.y. 33,6%, pasisakė už tai, kad sveikatingumo paslaugų pasiūla būtų didinama, o kokybė gerinama. Tai leidžia teigti, jog analizuojamoje apskrityje teikiamos sveikatingumo paslaugos, nors ir tenkina didžiosios gyventojų dalies poreikius, tačiau nėra iki galo išplėtotos. Klaipėdos apskrityje nėra atlikti jokie papildomi poreikio tyrimai, gyventojams trūksta švietimo ir suvokimo kas yra sveikatingumas, kokia jo nauda žmogui, kam to reikia, kaip ir kur galima naudotis sveikatingumo paslaugomis. Tai sukelia nepatogumus šias paslaugas teikiančioms įmonėms, kurios negalėdamos nusakyti konkrečios vartotojų rinkos, nepakankamai pritaiko savo paslaugas potencialiems vartotojams. Todėl, nors tyrimo rezultatai rodo sveikatingumo paslaugų pakankamumą

Klaipėdos regione, likę procentai, kuriems tokių paslaugų trūksta, parodo aiškias problemas sveikatingumo paslaugų teikimo srityje.

Pasiektas darbo tikslas (*išanalizuoti Klaipėdos regiono gyventojų sveikatingumo paslaugų poreikius ir pateikti pasiūlymus, kaip, Klaipėdos regione, siūlomas paslaugas pritaikyti vietos gyventojų poreikiams tenkinti*) leidžia pateikti vieną esminę išvadą – didžiąjai daliai Klaipėdos regiono gyventojų pakanka apskrityje teikiamų sveikatingumo paslaugų, kadangi gyventojai naudojami jau žinomomis, išbandytais ar rekomenduotomis sveikatingumo paslaugų įmonėmis. Nemažai daliai gyventojų vis dar trūksta detalaus švietimo ir papildomos informacijos sveikatingumo tema, o paslaugų teikėjams – išsamių gyventojų poreikių tyrimų, kurie leistų tinkamai segmentuoti rinką ir paslaugas pritaikyti atsižvelgiant į prioritetinius individų poreikius. Šiuo metu sveikatingumo paslaugų teikėjai Klaipėdos apskrityje turėtų labiau atsižvelgti į pateikiamus paslaugų aprašymus internetiniuose puslapiuose ir paslaugų vartotojų švietimą, o naujai besikuriančios įmonės – pirmiausia atlikti būtinus tyrimus, tinkamai parengti visą paslaugų infrastruktūrą ir atsižvelgti į esminius poreikius bei paslaugų paklausą vietinių gyventojų atžvilgiu.

LITERATŪRA

1. Cohen, M., Bodeker, G. 2008. *Understanding the Global Spa Industry: Spa Management*. London, New York: Routledge. ISBN: 978-0-7506-8464-4;
2. Kirkland, A. 2016. What Is Wellness Now? *Journal of health politics, policy and law*.: 39 (5), p. 957;
3. Koncevičienė, N. 2012. *Verslo ekonomika: mokymo(si) rinkinys*. Marijampolė: Piko valanda leidykla. p. 61. ISBN 978-609-422-064-7;
4. Lietuvos Respublikos Sveikatos apsaugos ministro įsakymas Nr. V-75 „Dėl sveikatingumo paslaugų rūšių sąrašo ir sveikatingumo paslaugų teikimo reikalavimų patvirtinimo“. 2012. [Interaktyvus]. [žiūrėta 2016 m. spalio 19 d.]. Prieiga per internetą: <<https://www.e-tar.lt/portal/lt/legalAct/TAR.339C216E5EB8>>;
5. Lietuvos Respublikos Turizmo įstatymas. 2015. [Interaktyvus]. [žiūrėta 2017 m. gegužės 4 d.]. Prieiga per internetą: <<https://www.e-tar.lt/portal/lt/legalAct/TAR.F0E2E67B1F2F/LOBmFTNYTh>>;
6. Pilzer, P. Z. 2007. *The wellness revolution. How to make a fortune in the next trillion dollar industry*. New Jersey: John Wiley & Sons. ISBN: 9780470106181. [žiūrėta 2016 m. spalio 17 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.amazon.com/New-Wellness-Revolution-Trillion-Industry/dp/0470106182/ref=tmm_hrd_swatch_0?encoding=UTF8&qid=&sr=>>;
7. Puczkó, L. 2011. *4WR: Wellness for Whom, Where and What? Wellness Tourism 2020*. Wellness Tourism Worldwide. [Interaktyvus]. [žiūrėta 2016 m. spalio 20 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.slovenia.info/pictures%5CTB_board%5Catachments_1%5C2012%5C4WR_WellnessTourism_2020_fullreport_14328.pdf>;
8. Puczkó, L. 2016. *Where is the growth?* ITB Berlin Kongress. [Interaktyvus]. [žiūrėta 2016 m. spalio 26 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.itb-kongress.de/Zusatzseiten/Downloadcenter/>>
9. Smith, M., Puczkó, L. 2009. *Health and wellness tourism*. New York: Taylor & Francis. ISBN: 978-0-7506-8343-2. [žiūrėta 2016 m. spalio 17 d.]. Prieiga per internetą: <<https://www.amazon.com/Health-Wellness-Tourism-Melanie-Smith/dp/0750683430>>;

10. *SpasandtheGlobal Wellness Market: Synergies and Opportunities*. 2010. [Interaktyvus]. [žiūrėta 2017 m. gegužės 4 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.sri.com/sites/default/files/publications/gss_sri_spasandwellnessreport_rev_82010.pdf>;
11. Stevens, T. *SpaandwellnessDestinations: Wheredoes it gofromhere?* ITB BerlinKongress. [Interaktyvus]. [žiūrėta 2016 m. spalio 13 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.itb-kongress.de/Zusatzseiten/Downloadcenter/>>;
12. *StudentHealthandCounselingServices*. 2016. [Interaktyvus]. [žiūrėta 2016 m. spalio 20 d.]. Prieiga per internetą: <<https://shcs.ucdavis.edu/wellness/what-is-wellness>>
13. *TheGlobalWellnessTourismEconomy*. 2013. GlobalWellness Institute. [Interaktyvus]. [žiūrėta 2016 m. gruodžio 8 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.globalwellnesssummit.com/images/stories/pdf/wellness_tourism_economy_exec_sum_final_10022013.pdf>;
14. *TheHierarchyofHumanNeeds: Maslow'sModelofMotivation*. 2016. [Interaktyvus]. [žiūrėta 2016 m. lapkričio 23 d.]. Prieiga per internetą: <<http://personalityspirituality.net/articles/the-hierarchy-of-human-needs-maslows-model-of-motivation/>>;
15. Vaškaitis, E. 2015-2016. Rekreacijos turizmo vadybos ir kurortologijos paskaitų medžiagos. Klaipėdos universitetas.

ANALYSIS OF A DEMAND FOR WELLNESS SERVICES AMONG THE RESIDENTS OF KLAIPĖDA REGION

Edgaras Vaškaitis, Dovilė Jokūbaitytė

Klaipėda University, Faculty of HealthSciences, Department of Recreation and Tourism
edgaras.vaskaitis@gmail.com; jokubaityte.dovile@gmail.com

SUMMARY

The present paper analyses the literature by foreign and Lithuanian authors; reviews the concepts of wellness and wellness service; describes eight types of wellness services as well as the customer market, and the influence of the listed factors on the person; analyses the choice of and consumer demand for wellness services; presents and describes Klaipėda region consumer demand survey program and the methodology used; reviews the current situation and location of establishments providing wellness services in Klaipėda region; and analyses the obtained survey results.

The insights presented in the paper reveals that people started to take interest in healthy lifestyle, healthy diet, and wellness as means of health improvement. This in turn leads to changes in consumer demand and willingness to satisfy such demands. After analysing the theoretical aspects of wellness, it was also noticed that consumer demand for wellness services is still lacking analysis; therefore it becomes clear that current and potential users of wellness services as well as their personal needs and demands for the choice and use of wellness services have not been sufficiently taken into account.

Data analysis showed that the needs related to wellness services for men and women are very similar, i.e. physical and emotional wellness, and the need for aesthetic appeal. The major part of the respondents claimed that such needs are currently satisfied by the current

establishments in Klaipėda region providing wellness services. However, the overall frequency of use of wellness services is as low as 29.2 percent, which allows assuming that the spectrum of services offered in the region has not been sufficiently developed, which in turn provides little benefit to the region taking into account the age, income, status of the users, and the range of services offered. Development of wellness services and further studies of consumer needs would likely to help service providers to better segment the market and adapt the services provided accordingly.

The achieved aim of the paper allows making a conclusion that currently the residents of the region use the services of well-known, tested, or recommended wellness establishments. Currently offered services are rated as having sufficient quality and fulfilling the needs of the residents, however the study results indicate that some of the residents still lack detailed knowledge and additional information on the topic of wellness.

Keywords: wellness, wellness services, demand(needs), Klaipeda region, a local resident.