

v

**ROKIŠKIO RAJONO TURIZMO RINKODAROS STRATEGIJA 2021–2025 METAMS**

2020

TURINYS

**2020**

[1. MISIJA, VIZIJA, TIKSLAI 3](#_Toc73698905)

[5. ESAMOS SITUACIJOS ANALIZĖ 4](#_Toc73698906)

[5.1. Turizmo tendencijos Lietuvoje 4](#_Toc73698907)

[5.2. Turizmo tendencijos Rokiškio rajone 6](#_Toc73698908)

[6. ROKIŠKIO RAJONO SAVIVALDYBĖS TURIZMO PASLAUGŲ ANALIZĖ 12](#_Toc73698909)

[6.1. Susisiekimo paslaugos 12](#_Toc73698910)

[6.2. Maitinimo paslaugos 15](#_Toc73698911)

[3.3. Turizmo ištekliai 16](#_Toc73698912)

[3.3.1. Aktyvus laisvalaikis 16](#_Toc73698913)

[3.3.2. Organizuojami žygiai 17](#_Toc73698914)

[3.3.3. Sveikatos turizmo 18](#_Toc73698915)

[3.3.4. Gamtinio turizmo ištekliai 19](#_Toc73698916)

[3.3.5. Kultūrinio turizmo ištekliai 21](#_Toc73698917)

[3.3.6. Piliakalniai 24](#_Toc73698918)

[3.3.7. Muziejai 25](#_Toc73698919)

[3.3.8. Gastronominio turizmo paslaugos 26](#_Toc73698920)

[3.3.9. Renginiai 30](#_Toc73698921)

[3.4. Dalykinio turizmo paslaugos 32](#_Toc73698922)

[3.5. Lėtojo turizmo galimybės 35](#_Toc73698923)

[4. TURIZMO POVEIKIO ANALIZĖ 37](#_Toc73698924)

[5. NAUDOJAMŲ E-RINKODAROS PRIEMONIŲ ANALIZĖ 41](#_Toc73698925)

[7. ROKIŠKIO RAJONO PREKĖS ŽENKLO KOMUNIKACIJA 45](#_Toc73698926)

[8. ROKIŠKIO RAJONO SAVIVALDYBĖS TURIZMO SSGG ANALIZĖ 47](#_Toc73698927)

[9. ROKIŠKIO RAJONO RINKODAROS STRATEGIJA 2021-2025 M. 52](#_Toc73698928)

[6.1. Tikslinių grupių diferencijavimas 58](#_Toc73698929)

[10. ROKIŠKIO RAJONO RINKODAROS TURIZMO RINKODAROS STRATEGIJA 2021-2025 M. 62](#_Toc73698930)

[11. TURIZMO RINKODAROS STRATEGIJOS ĮGYVENDINIMO BEI STEBĖSENOS MECHANIZMAS 70](#_Toc73698931)

# SUMMARY

# MISIJA, VIZIJA, TIKSLAI

**Rokiškio rajono savivaldybės turizmo rinkodaros misija:**

Plėtoti ir vystyti darnų turizmą Rokiškio rajone, sukuriant palankias sąlygas turizmo verslo plėtrai, pateikiant patrauklius turizmo kompleksinius produktus.

**Rokiškio rajono turizmo rinkodaros vizija iki 2025 m.:**

Rokiškis darnaus turizmo kraštas, vystantis tvarų kultūrinį, pažintinį, gamtinį turizmą, plėtojantis tarptautinius ryšius ir horizontaliąją regionų partnerystę.

**Tikslas:**

Didinti Rokiškio rajono, kaip turistinės krypties, žinomumą ir gerinti jo įvaizdį Lietuvoje bei tikslinėse užsienio rinkose, vykdant tikslinę turizmo infrastruktūros plėtrą ir gerinant paslaugų kokybę bei mažinant turizmo sezoniškumą.

***1 lentelė. Rokiškio rajono turizmo rinkodaros iki 2025 m. uždaviniai ir priemonės:***

|  |  |
| --- | --- |
| Uždaviniai | Priemonės |
| 1. Gamtinių objektų parengimas aktyviam turizmui. Gamtinis rekreacinis potencialas. | * 1. Įveiklinti esamą gamtinį rekreacinį potencialą įtraukiant vietos turizmo paslaugų tiekėjus į tvarių turizmo produktų kūrimą;   2. Plėsti gamtinio turizmo infrastruktūrą, kuri būtų pritaikyta įvairioms turistų grupėms;   3. Efektyvinti gamtinio turizmo produktų rinkodarą, skiriant ypatingą dėmesį ne sezono metu vystomiems produktams. |
| 1. Kultūrinio turizmo pritaikymas aktualiems rinkos poreikiams (raritetai). | * 1. Įveiklinti esamą kultūrinio turizmo potencialą kuriant tvarius kultūrinio turizmo produktus, kurie skatintų turistus apsistoti Rokiškio rajone ilgiau;   2. Skatinti vietinius menininkus kurti projektus, instaliacijas, kurios, įkomponuotos miesto erdvėse, didintų miesto atraktyvumą;   3. Pritaikyti kultūrinio turizmo objektus ir produktus įvairaus įsitraukimo į kultūrinio turizmo vartojimą turistų grupėms; |
| 1. Horizontalių partnerysčių aktualizavimas | * 1. Plėtoti vietinių turizmo ir kitose srityse veikiančių verslų bei viešojo sektoriaus bendradarbiavimą: teikiant ne tik kokybiškas ir geros kainos paslaugas, bet ir plečiant turistinių produktų asortimentą;   2. Aktyvinti partnerystes su regiono centru - Panevėžiu bei gretimais rajonų centrais atsižvelgiant į nacionalinius strateginius dokumentus bendrų projektų vystyme;   3. Stiprinti bendradarbiavimo tinklus su esamais tarptautiniais Rokiškio partneriais.   4. Ieškoti naujų nišų bei vystyti turizmo infrastruktūrą, skirtą sezoniškumo mažinimui rajone; |
| 1. Užsienio rinkos pritraukimas | * 1. Intensyvinti bendradarbiavimą turizmo ir gerosios patirties dalijimosi srityje su tarptautiniais Rokiškio miestais partneriais;   2. Rinkodaros priemones orientuoti į atvykstamojo turizmo skatinimą, didinti Rokiškio krašto žinomumą užsienio tikslinėse rinkose;   3. Skatinti vietinius turizmo paslaugų tiekėjus tobulinti žinias bendravimo su užsienio lankytojais srityje; |

# ESAMOS SITUACIJOS ANALIZĖ

## Turizmo tendencijos Lietuvoje

Remiantis Lietuvos statistikos departamento duomenimis, 2018 m. kelionių agentūros ir kelionių organizatoriai aptarnavo 193,9 tūkst. užsieniečių (iš jų 71,8 tūkst. vienadienių lankytojų) ir 500,3 tūkst. Lietuvos gyventojų (iš jų 34,1 tūkst. vienadienių lankytojų). Apsilankiusių Lietuvoje užsienio [turistų](https://osp.stat.gov.lt/statistikos-terminu-zodynas?popup=true&termId=3892) skaičius, kai keliones organizuoja kelionių agentūros arba kelionių organizatoriai, palyginti su 2017 m., padidėjo 7,5 proc., išvykusių į užsienį Lietuvos gyventojų skaičius padidėjo 23 proc.

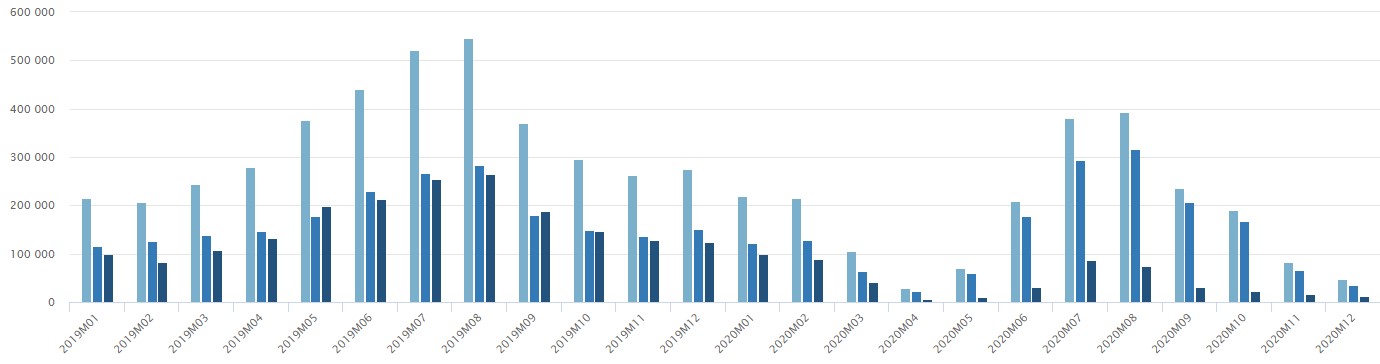
Pasinaudoję kelionių agentūrų arba kelionių organizatorių paslaugomis, daugiausia svečių atvyko iš Vokietijos (32,2 proc.), Prancūzijos (6,8 proc.), Japonijos (6,8 proc.) ir Italijos (5,6 proc.). Lietuviai daugiausia keliavo į Turkiją (29,5 proc.), Egiptą (11,9 proc.), Graikiją (10,1 proc.), Ispaniją (5 proc.), Bulgariją (4,9 proc.) ir Lenkiją (4,3 proc.).

2018 m. Lietuvos [apgyvendinimo įstaigos](https://osp.stat.gov.lt/statistikos-terminu-zodynas?popup=true&termId=3092) sulaukė 11,3 proc. daugiau turistų nei 2017 m. Apgyvendinimo įstaigose buvo apsistoję 3,6 mln. turistų. Užsieniečiai sudarė 48,2 proc. visų apgyvendintų turistų, o jų skaičius, palyginti su 2017 m., išaugo 10,2 proc. Daugiausia užsienio turistų sulaukta iš Vokietijos – 214,1 tūkst. (12,3 proc.), Rusijos – 183,6 tūkst. (10,5 proc.), Lenkijos – 179,2 tūkst. (10,3 proc.), Baltarusijos – 165,6 tūkst. (9,5 proc.), ir Latvijos – 161,7 tūkst. (9,3 proc.).

Turizmo sektoriuje sukurta pridėtinė vertė, palyginti su bendrąja šalies pridėtine verte, nepakito. Turizmo produkcija padidėjo 8,1 proc. ir sudarė 2,5 mlrd. EUR to meto kainomis. 2019 m. šiame sektoriuje dirbo 51,5 tūkst. asmenų, t. y. 5,1 proc. visų privataus sektoriaus darbuotojų.

Lietuvos gyventojų vietinių kelionių su nakvyne skaičius 2019 m., palyginti su 2018 m., padidėjo 7 proc., o užsieniečių kelionių skaičius išaugo 1,8 proc. Vienadienių lankytojų iš užsienio kelionių skaičius sumažėjo 0,5 proc. Lietuvos gyventojai į vienadienes keliones šalyje 2019 m. taip pat vyko mažiau nei 2018 m. – jų skaičius sumažėjo 0,7 proc. 2020 m. liepos–rugsėjo mėn. šalies gyventojo kelionė Lietuvoje vidutiniškai truko 2,68 nakvynės.

Lietuvos Statistikos departamentas praneša, kad per 2019 m. daugiau turistų sulaukė visų apskričių apgyvendinimo įstaigos, labiausiai turistų skaičius išaugo Šiaulių (20,4 proc.), Tauragės (14,9 proc.) ir Panevėžio apskrityse (13,8 proc.).[[1]](#footnote-1)

***1 pav. Lietuvoje apgyvendintų turistų skaičius 2019-2020 m.***

***2 lentelė.*** [***Lietuvos turistų, jų kelionių ir nakvynių skaičius užsienyje***](https://osp.stat.gov.lt/statistiniu-rodikliu-analize?hash=d6a5537d-d49b-4ea4-9268-c8a876458b75#/)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **2019 m. ketvirčiai** | | | | **2020 m. ketvirčiai** | | | |
| **I ketv.** | **II ketv.** | **III ketv.** | **IV ketv.** | **I ketv.** | **II ketv.** | **III ketv.** | **IV ketv.** |
| **Turistų skaičius, tūkst.** | 296,2 | 523,8 | 622,7 | 382,0 | 250,9 | 32,1 | 164,2 | 47,3 |
| **Kelionių skaičius, tūkst.** | 400,1 | 668,1 | 750,4 | 528,7 | 344,0 | 48,8 | 227,4 | 61,8 |
| **Nakvynių skaičius, tūkst.** | 2 468,1 | 3 936,5 | 5 023,5 | 3 309,5 | 2 180,1 | 364,3 | 1 504,4 | 385,6 |
| **Išlaidos, mln. EUR** | 191,0 | 298,8 | 312,4 | 237,5 | 170,9 | 22,7 | 107,5 | 28,9 |
| **Vidutinės vienos kelionės išlaidos, EUR** | 477,5 | 447,2 | 416,3 | 449,2 | 496,8 | 465,9 | 472,6 | 468,3 |
| **Vidutinės dienos išlaidos, EUR** | 77,4 | 75,9 | 62,2 | 71,8 | 78,4 | 62,4 | 71,4 | 75,0 |

2019 m. vienas užsienio turistas kelionei Lietuvoje vidutiniškai išleido apie 340 EUR, o vietinis turistas – 72 EUR. 2020 m. III ketv. po Lietuvą keliavę gyventojai išleido 84,1 mln. EUR. Per vieną asmeninę kelionę šalies gyventojai vidutiniškai išleido 92 EUR, per verslo kelionę – 93 EUR.

***3 lentelė.*** [***Vietinių turistų su viena ir daugiau nakvynių, jų kelionių ir nakvynių skaičius***](https://osp.stat.gov.lt/statistiniu-rodikliu-analize?hash=2b98fb6d-1c45-40b2-b13e-48f687e22aab#/)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **2019 m. ketvirčiai** | | | | **2020 m. ketvirčiai** | | | |
| **I ketv.** | **II ketv.** | **III ketv.** | **IV ketv.** | **I ketv.** | **II ketv.** | **III ketv.** | **IV ketv.** |
| **Turistų skaičius, tūkst.** | 331,7 | 733,0 | 780,3 | 445,7 | 297,9 | 362,3 | 709,8 | 357,3 |
| **Kelionių skaičius, tūkst.** | 533,0 | 782,5 | 925,2 | 586,2 | 463,1 | 603,0 | 910,5 | 461,1 |
| **Nakvynių skaičius, tūkst.** | 1 085,2 | 1 906,3 | 3 036,6 | 1 304,4 | 975,7 | 1 330,0 | 2 443,6 | 1 025,6 |
| **Išlaidos, mln. EUR** | 33,8 | 49,3 | 76,3 | 45,4 | 31,2 | 47,1 | 84,1 | 42,6 |
| **Vidutinės vienos kelionės išlaidos, EUR** | 63,3 | 63,0 | 82,5 | 77,5 | 67,4 | 78,2 | 92,4 | 92,4 |
| **Vidutinės dienos išlaidos, EUR** | 31,1 | 25,9 | 25,1 | 34,8 | 32,0 | 35,4 | 34,4 | 41,5 |

2020 m. III ketv. 53 proc. vietinių turistų nakvojo viešbučiuose, svečių namuose arba moteliuose, nuomojamame būste – 24, sanatorijose ir sveikatinimo įstaigose bei pas gimines ir draugus – po 6 proc., poilsio nuosavame būste –3 proc., kitur – 8 proc. Tačiau 2020 m. šalies apgyvendinimo įstaigos sulaukė 2,2 mln. turistų, arba 46 proc. mažiau nei 2019 m., iš jų užsieniečių – 505,6 tūkst., arba 73,4 proc. mažiau.

Populiariausia transporto priemonė buvo lengvasis automobilis – juo keliavo 90 proc. šalies gyventojų. Autobusu keliavo 6 proc. turistų, traukiniu ir kita transporto priemone – po 2 proc.

2020 m. trečiąjį ketvirtį po Lietuvą keliavę šalies gyventojai savo keliones vertino labai gerai (67 proc.) ir gerai (32 proc.), patenkinamai (1 proc.).

***4 lentelė. Apgyvendinimo įstaigos Lietuvoje***

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Apgyvendinimo įstaigų skaičius, iš viso** | **2015** | **2016** | **2017** | **2018** |
| **2 319** | **2 686** | **2 971** | **3 616** |
| Numerių skaičius | 29 353 | 30 618 | 31 764 | 35 188 |
| Vietų skaičius | 73 762 | 77 024 | 80 766 | 89 813 |
| Apgyvendinta turistų, iš viso | 2 805 808 | 3 064 514 | 3 253 204 | 3 620 390 |
| užsieniečių | 1 388 487 | 1 517 890 | 1 583 801 | 1 744 733 |
| Suteikta [nakvynių](https://osp.stat.gov.lt/statistikos-terminu-zodynas?popup=true&termId=4452), iš viso | 6 581 192 | 6 992 675 | 7 364 924 | 8 091 647 |
| užsieniečiams | 3 010 727 | 3 273 420 | 3 431 233 | 3 736 850 |

## Turizmo tendencijos Rokiškio rajone

Turistų monitoringą Rokiškio r. atlieka BĮ Rokiškio turizmo ir amatų informacijos centras, Ilzenbergo dvaras, Rokiškio krašto muziejus bei apgyvendinimo paslaugas teikiančios įmonės.

***Atvykstamasis turizmas.*** 2 paveiksle pateikiama Rokiškio TTAIKC 2018-2019 m. statistika: atvykstamojo turizmo rinkos pagal turistų srautus. Matyti, kad turistų srautas 2019 m. I ketvirtį padidėjo, palyginus su tuo pačiu laikotarpiu 2018 m. (nuo 898 iki 1103 asmenų). 2019 metų II-ąjį ir III-ąjį ketv. turistų skaičiai mažėjo, lyginant su 2018 metų tuo pačiu laikotarpiu. 2019 m. IV-ąjį ketvirtį turistų srautas padidėjo. Daroma išvada, kad turistai dažniausiai Rokiškio TTAIKC lankosi metų III-ajame ketvirtyje, t.y. nuo liepos iki rugsėjo mėnesio t.y. vasaros sezono metu.

***2 pav. Atvykstamojo turizmo srautai Rokiškio mieste ir rajone***

*Šaltinis: BĮ Rokiškio turizmo ir tradicinių amatų informacijos ir koordinavimo centras*

Fizinių lankytojų srautai Rokiškio TTAIKC auga nežymiai, užsienio lankytojų srautai smarkiai svyruoja, kaip matoma 5 lentelėje, sudarytoje pagal Rokiškio TTAIKC veiklos ataskaitas. Užsienio lankytojų srauto augimas sietinas su vykdytu ES Intereg projektu „Darnaus turizmo paslaugų plėtra, priimant bendrus sprendimus, AttractiveFORyou“ Nr. LLI-211 ir jo metu vykusiais renginiais kartu su užsienio miestais partneriais. Vietinių lankytojų srautas auga dėl didėjančio vietinio turizmo srauto tendencijų visoje Lietuvoje. Lankytojų skaičiaus augimas trečiame ketvirtyje nurodo didelį sezoniškumą.

***5 lentelė. Turizmo informacijos centro lankytojų skaičius***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Lankytojai | Turizmo informacijos centro lankytojų skaičius, vnt. | | |
| **2017** | **2018** | **2019** |
| Lietuvos gyventojai | 6936 | 5527 | 2187 |
| Užsieniečiai | 444 | 2364 | 344 |
| Visi lankytojai | 7380 | 7891 | 8019 |

Rokiškio krašto muziejuje (kartu su padaliniais) 2017 m. pabuvojo 72211 lankytojų, 2019 m. lankytojų skaičius augo – 0,99 proc., 2020 m. lankytojų skaičius drastiškai krito. 2017-2020 m. beveik trečdalis muziejaus lankytojų dalyvavo įvairiose edukacijose. Du trečdaliai muziejuje lankėsi asmenine iniciatyva arba su organizuotomis ekskursijomis. Rokiškio krašto muziejuje renkama lankytojų statistika atskirai neišskiria užsienio lankytojų.

***6 lentelė. Rokiškio krašto muziejaus lankytojai 2017-2020 (įskaitant Obelių ir Kriaunų padalinių lankytojus)***

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Lankytojai | Turizmo informacijos centro lankytojų skaičius, vnt. | | | |
| **2017** | **2018** | **2019** | **2020** |
| Bendras lankytojų skaičius (su renginiais, ekskursijomis, edukacijomis) | 72211 | 72133 | 72923 | 28375 |
| Dalyvių sk. edukacijose | 13655 | 14135 | 13160 | 4648 |
| Muziejaus lankytojų sk. (ekskursijų dalyviai ir pavieniai lankytojai) | 19609 | 21032 | 22023 | 13583 |

7 lentelėje lyginami turistų srautai ir jų procentinis pasiskirstymas Lietuvoje, Panevėžio apskrityje ir Rokiškio rajone. Rokiškio rajonas su lyginamomis teritorijomis ypatingai išsiskiria vietinių turistų srautais (net 81,58 proc.), kai užsieniečių turistų – 18,42 proc. Lietuvos Respublikoje šis pasiskirstymas panašus, atitinkamai, 52,0 proc. ir 48,0 proc. Panevėžio apskrityje – lietuvaičių – 68,58 proc., užsieniečių – 32,42 proc.

***7 Lentelė. Lietuvos, Panevėžio apskrities ir Rokiškio rajono turistų pasiskirstymas 2018-2019 m.***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Lankytojai | 2018 m. | | 2019 m. |
| Lietuvos Respublikos statistika | | | |
| Vietinių turistų skaičius, asm. | 1 875 657 | 2 099 777 | |
| Vietinių turistų dalis, proc. | 51,81 | 52,00 | |
| Užsienio turistų skaičius, asm. | 1 744 733 | 1 937 972 | |
| Užsienio turistų dalis, proc. | 48,19 | 48,00 | |
| Iš viso | 3 620 390 | 4 037 749 | |
| Panevėžio apskrities statistika | | | |
| Vietinių turistų skaičius, asm. | 52 032 | 56 369 | |
| Vietinių turistų dalis, proc. | 72,06 | 68,58 | |
| Užsienio turistų skaičius, asm. | 20 177 | 25 827 | |
| Užsienio turistų dalis, proc. | 27,94 | 31,42 | |
| Iš viso | **72 209** | **82 196** | |
| Rokiškio rajono savivaldybės statistika | | | |
| Vietinių turistų skaičius, asm. | 1 835 | 2 972 | |
| Vietinių turistų dalis, proc. | 82,51 | 81,58 | |
| Užsienio turistų skaičius, asm. | 389 | 671 | |
| Užsienio turistų dalis, proc. | 17,49 | 18,42 | |
| Iš viso | **2 224** | **3 643** | |

*Šaltinis: Lietuvos Statistikos departamentas*

3 paveiksle pateikiami 2019 metų vietinių turistų kelionių į Panevėžio apskritį pasiskirstymas. Panevėžio apskritį savo kelionės tikslu pasirenka vietiniai turistai iš Vilniaus (34 proc.), Kauno (24,6 proc.), Panevėžio (23,4 proc.) ir Šiaulių (17,3 proc.) apskričių. Didžiųjų miestų gyventojai renkasi poilsį vidutiniu nuotoliu nuo gyvenamosios vietovės. Reikėtų atkreipti dėmesį, kad iš Klaipėdos apskr. atvažiuoja net 14,6 proc. vietinių turistų, iš Utenos apskr. tik 4,1 procentai.

***3 pav. Vietinių turistų kelionių į Panevėžio apskritį pasiskirstymas pagal apskritis, 2019 m.***

*Šaltinis: Lietuvos statistikos departamentas*

***Apgyvendinimo paslaugų statistika.*** 4 paveiksle pateikiami Panevėžio apskrities ir Rokiškio rajono savivaldybės apgyvendinimo įstaigose apgyvendintų užsienio turistų skaičiaus pokyčiai. Panevėžio apskrityje 2019 m. apgyvendintų užsienio turistų skaičius padidėjo nuo 36 043 (2018 m.) iki 38 514 asmenų ir tai sudarė 6,9 proc. augimą. Rokiškio rajono savivaldybėje apgyvendintų užsienio turistų skaičius paaugo 552 asmenimis ir tai sudarė 75,3 proc. augimą. Apgyvendintų užsienio turistų skaičius leidžia daryti prielaidą apie augantį susidomėjimą Rokiškio rajonu ir ilgėjančią vizito trukmę. Tačiau imant rezultatus bendrai, akivaizdžiai matoma, kad užsienio turistai retai renkasi Rokiškio rajoną kaip kelionės tikslą.

***4 pav. Apgyvendintų užsienio turistų skaičius Panevėžio apskrityje ir Rokiškio rajono savivaldybėje 2018 ir 2019 metais***

*Šaltinis: Lietuvos statistikos departamentas*

5 paveiksle pateikiami 2019 metų vietinių turistų nakvynių skaičiaus Panevėžio apskrityje pasiskirstymas. Didžiausią dalį vietinių turistų nakvynių sudarė atvykusieji iš Kauno (76,8 proc.), Vilniaus (60 proc.) ir Klaipėdos (55 proc.) apskričių. Iš esamų skaičių galima daryti prielaidą, kad didžiųjų miestų gyventojai 2019 m. išvykdavo iš gyvenamosios vietos su nakvyne ar nakvynėmis t.y. ilgesniam poilsiui, išsamesniam susipažinimui su lankoma vietove.

***5 pav. Vietinių turistų nakvynių skaičius Panevėžio apskrityje***

*Šaltinis: Lietuvos statistikos departamentas*

Žemiau pateikiamoje lentelėje pateikiama informacija apie poilsiautojų apgyvendinimą Rokiškio rajono ir kaimyninių rajonų savivaldybėse (8 lentelė).

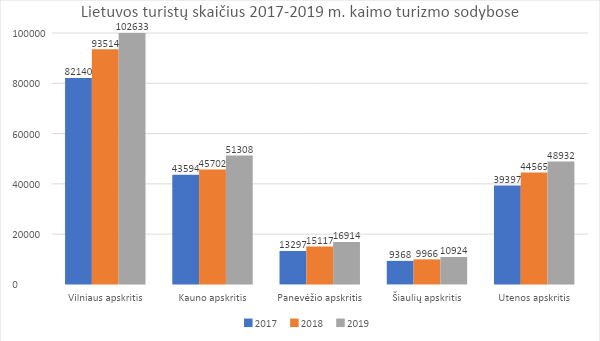
***8 Lentelė. Poilsiautojų skaičius pagal apgyvendinimą rajonuose***

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Rajonai | 2017 | 2018 | 2019 | Pokytis, proc. |
| **Poilsiautojų skaičius** | | |
| Panevėžio apskr. | 62 858 | 72 209 | 82 196 | 30,76 |
| Biržų r. sav. | 6 835 | 7 325 | 7 714 | 12,86 |
| Kupiškio r. sav. | 2 763 | 3 218 | 2 964 | 7,27 |
| Rokiškio r. sav. | 2 180 | 2 224 | 3 643 | **67,11** |
| Utenos apskr. | 118 029 | 132 225 | 143 167 | 31,30 |
| Utenos r. sav. | 8 431 | 7 413 | 7 937 | -5,86 |
| Anykščių r. sav. | 22 810 | 24 532 | 24 857 | 8,97 |
| Zarasų r. sav. | 5 225 | 6 382 | 9 098 | 74,12 |

*Šaltinis: sudaryta autorių, remiantis Lietuvos Statistikos departamento duomenimis*

Iš kaimyninių rajonų apgyvendintų turistų skaičiumi 2017-2019 m. laikotarpyje išsiskiria Anykščių rajonas – daugiau kaip 20 tūkst. apgyvendintų asmenų kasmet. Panašus skaičius turistų apgyvendinti buvo Zarasų, Biržų ir Utenos rajonuose – daugiau kaip 7 tūkst. kasmet. Rokiškio ir Kupiškio rajonuose – apie 3 tūkst. Darytina prielaida, kad akivaizdūs skirtumai atsiranda dėl to, kad Anykščiai yra kurortinė teritorija, kuri aktyviai ir ilgai dirba turistų pritraukimo srityje, t.y. Anykščius turistai pasirenka savo kelionės tikslu. Analizuojant apgyvendinimo paslaugų kiekio pokyčius pastebima, kad labiausiai apgyvendinimo paslaugų kiekis 2017-2019 m. laikotarpiu augo Zarasų rajone – 74,12 proc. ir Rokiškio rajone – 67,11 proc. Įvertinant apgyvendinimo paslaugų pokytį, galima teigti, kad turistai plečia akiratį ir ieško naujų kelionių vietų. Taip pat Zarasų ir Rokiškio rajonai ribojasi su Latvijos Respublika, todėl galima daryti prielaidą, kad dalis turistų srauto atvyksta iš ten. Tikslinga būtų ieškoti bendrų turizmo sąlyčio taškų su Zarasų rajonu, plėtoti bendrus maršrutus, ieškoti bendros rinkodaros galimybių.

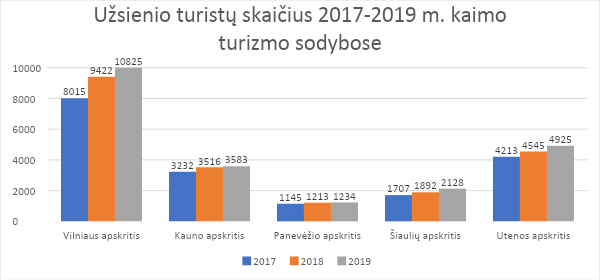
Dar vieni apgyvendinimo paslaugas teikiančių ir turizmo srityje aktyviai veikiančių paslaugų tiekėjų yra kaimo turizmo sodybos. Bendras vietinių turistų skaičiaus rodiklis, kurie apsigyveno kaimo turizmo sodybose augo 22,05 proc. 2017-2019 m. laikotarpiu. Augimas pastebimas ir visose apskrityse, kurios būtent ribojasi su Panevėžio apskritimi, kurioje yra Rokiškio rajono savivaldybė. Didžiausias pastarųjų 2017-2019 m. augimas vyko Panevėžio apskrityje, kuomet lietuvių turistų skaičius kaimo turizmo sodybose augo ženkliausiai – 27,20 proc. Mažiausias augimas pastebimas Šiaulių ir Kauno apskrityse, kur didėjimas buvo, atitinkamai, 16,61 proc. ir 17,70 proc. Utenos apskrityje, į kurios sudėtį įeina netgi 3 (iš 5) kurortinės teritorijos – tai Anykščiai, Ignalinos miesto Strigailiškio ir Palūšės kaimų dalių teritorijos ir Zarasai[[2]](#footnote-2), augimas buvo 24,20 proc. Žymus augimas Panevėžio apskrityje dar kartą patvirtina prielaidą, kad vietiniai turistai ieško dar nematytų turistinių vietovių ir linkę ten leisti daugiau laiko nei 1 diena. Nors lyginant skaičius akivaizdu, kad panevėžio apskritis atsilieka kaimo turizmo paslaugų teikime Lietuvos mastu. Kas kelia daug klausimų dėl šio reiškinio priežasčių. Poilsiautojų kaimo turizmo sodybose pasiskirstymas 2017-2019 metais pateikiamas 6 – 7 paveiksluose.



***6 pav. Lietuvos turistų skaičius kaimo turizmo sodybose 2017-2019 m.***

*Šaltinis: sudaryta autorių pagal Lietuvos Statistikos departamento duomenis*

Vertinant užsienio turistų skaičius, apsigyvenusius kaimo turizmo sodybose (7 pav.) 2017-2019 m., visose lyginamosiose apskrityse pastebimas augimas, tačiau mažiausias Panevėžio apskrityje – 7,77 proc., Kauno apskrityje – 10,86 proc., Utenos apskrityje – 16,90 proc. Didžiausi rodiklio augimo tempai Šiaulių ir Vilniaus apskrityse, atitinkamai – 24,66 proc. ir 35,06 proc.



***7 pav. Užsienio turistų skaičius kaimo turizmo sodybose 2017-2019 m.***

*Šaltinis: sudaryta autorių pagal Lietuvos Statistikos departamento duomenis*

Rokiškio rajone iš viso yra 26 apgyvendinimo paslaugas teikiančių įstaigų: 2 viešbučiai, 8 svečių namai, 17 kaimo turizmo sodybų, 12 stovyklaviečių (9 lentelė). Apgyvendinimo įstaigų skaičiumu Rokiškio rajonas lenkia Kupiškio ir Biržų rajonus, šiek tiek atsilieka nuo Utenos ir Zarasų rajonų bei stipriai atsilieka nuo Anykščių rajono. Anykščių ir Zarasų rajonų apgyvendinimo įstaigos orientuotos į natūralią aplinką, gamtos apsuptį, kuri yra arčiausiai kaimo turizmo sodybose bei stovyklavietėse.

***9 Lentelė. Rokiškio ir kaimyninių rajonų savivaldybių apgyvendinimo sektoriaus apžvalga***

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Rodiklis | Biržų r. sav. | Kupiškio r. sav. | Anykščių r. sav. | Utenos r. sav. | Zarasų r. sav. | Rokiškio r. sav. |
| Apgyvendinimo įstaigos | | | | | | |
| Viešbučių sk. | 1 | 1 | 4 | 1 | - | 2 |
| Svečių namų, apartamentų sk. | 1 | 1 | 24 | 3 | 10 | 8 |
| Kaimo turizmo sodybų sk. | 4 | 8 | 45 | 20 | 53 | 17 |
| Stovyklavietės, poilsiavietės | 14 | 1 | 45 | 3 | 27 | 12 |

*Šaltinis: sudaryta autorių, remiantis rajonų turizmo informacijos centrų skelbiama informacija*

|  |
| --- |
| *Apibendrinimas*  *Apibendrinant galima teigti, jog Lietuvos mastu Panevėžio apskrityje turistų skaičius augo, tiek vienadienių lankytojų, tiek vietinių ir užsienio turistų srautas. Į rajoną atvyksta turistai iš netolimų didžiųjų Lietuvos miestų - Vilniaus, Kauno, teigiama tendencija turistų srautai iš Klaipėdos, kurie leidžia daryti prielaidą, kad vietiniam turistui įdomus Rokiškio kraštas ir jame linkstama praleisti daugiau laiko. Apgyvendinimo srityje Panevėžio apskrityje ir Rokiškio rajone taip pat pastebimas augimas, tačiau Rokiškio rajonas retai pasirenkamas nakvynės vieta, kas kelia klausimus kaip išvengti tranzitinio rajono reiškinio. Rokiškio rajonas išsiskyrė itin aukštais lietuvių turistų srautais, kurie per paskutiniuosius trejus metus išaugo 67 proc. Vadinasi būtina pasinaudoti šia kryptini ir daugiau skirti dėmesio į krašto puoselėjimą ir naujų turistų pritraukimą ir senųjų – sugrąžinimą. Taigi, būtina ieškoti naujų galimybių, kad apie rajoną išgirstų platesnės auditorijos, kad būtų matomos rajono turistinės pasiūlos. Būtina kurti naujas, patrauklias, įdomias priemones, kurios keltų turistų susidomėjimą ir norą keliauti po kraštą.* |

# ROKIŠKIO RAJONO SAVIVALDYBĖS TURIZMO PASLAUGŲ ANALIZĖ

## Susisiekimo paslaugos

Rokiškio rajonas yra šiaurės rytų Lietuvoje, Panevėžio apskrityje. Rytinė riba ribojasi su Latvijos Respublika. Taip pat ribojasi su Biržų, Kupiškio, Anykščių, Utenos ir Zarasų rajonais. Atstumai tarp Rokiškio rajono ir kitų didžiųjų ir kaimyninių Lietuvos miestų bei kaimyninių šalių didmiesčių pateikiami 10 lentelėje. Didieji miestai nuo Rokiškio nutolę per daugiau nei 2 valandų kelionės automobiliu atstumus (išskyrus Panevėžį ir Daugpilį), taigi turistai kelionės tikslu Rokiškis pasirenka ne vienos dienos kelionėse.

***10 Lentelė. Kelių atstumai tarp miestų***

|  |  |
| --- | --- |
| Miestas | Atstumas iki Rokiškio rajono |
| Lietuvos didmiesčiai | |
| Vilnius | ~159 |
| Kaunas | ~180 |
| Klaipėda | ~328 |
| Šiauliai | ~164 |
| Panevėžys | ~89 |
| Kaimyniniai Lietuvos miestai | |
| Biržai | ~63 |
| Kupiškis | ~43 |
| Anykščiai | ~61 |
| Utena | ~65 |
| Zarasai | ~59 |
| Užsienio šalių didmiesčiai |  |
| Ryga | ~163 |
| Daugpilis | ~82 |
| Kaliningradas | ~410 |
| Minskas | ~314 |
| Varšuva | ~620 |

*Šaltinis: Sudaryta autorių, remiantis „Google Maps“duomenimis*

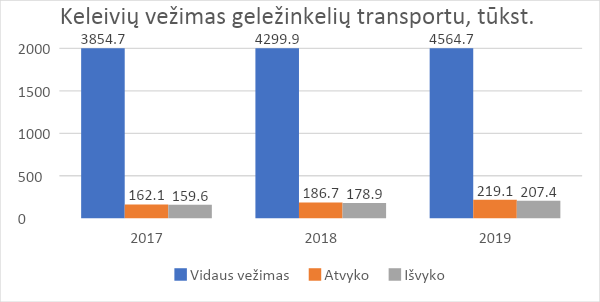
Rajono pasiekiamumas autobusais iš Kauno (9 maršrutai), Vilniaus (13 maršrutų), Panevėžio (7 maršrutai) – pakankamas, tačiau iš Klaipėdos ir iš Šiaulių – susisiekimas menkas, nes yra tik vienas autobusų maršrutas.

Rokiškio rajone veikia trys viešojo transporto rūšys: autobusai, mikroautobusai, taksi. Keleivius perveža UAB „Rokiškio autobusų parkas“ ir privatūs vežėjai. Rokiškio rajono pagrindinis keleivių pervežimo rajone paslaugų teikėjas yra UAB „Rokiškio autobusų parkas“, kuris teikia reguliarias keleivių pervežimo paslaugas mieste, priemiestyje bei tarpmiestiniais maršrutais. Autobusų parkas aptarnauja 3 miesto, 27 priemiestinio, 9 tolimojo reguliaraus susisiekimo maršrutus. Keleivių pervežimui naudojami 45 autobusai. Per 2019 metus bendrovė pervežė 761 tūkst. keleivių. Iš Rokiškio viešuoju transportu galima pasiekti Vilnių, Kauną, Šiaulius, Panevėžį, Zarasus ir kt.

Remiantis UAB „Rokiškio autobusų parkas“ 2018 metų direktoriaus veiklos ataskaita[[3]](#footnote-3), bendrovė yra riboto pelningumo, nes jos darbo efektyvumą sprendžia keleivių srautai ir sezoniškumas. UAB „Rokiškio autobusų parkas“ tolimojo susisiekimo maršrutai driekiasi tais pačiais keliais, kuriuose savo veiklą vykdo ir didžiosios šalies keleivių vežėjų kompanijos – UAB „TOKS“, UAB „Kautra“, UAB „Busturas“ ir Panevėžio autobusų parkas, tačiau įmonė nekonkurencinga dėl senų bei susidėvėjusių autobusų. Siekiant gerų viešojo susisiekimo galimybių patogiai prieinamų turistams nenuomojantiems ar neturintiems automobilio – būtina gerinti keleivių vežimo sąlygas.

Iš Panevėžio, Šiaulių ir Klaipėdos į Rokiškį galima atvykti AB „Lietuvos geležinkeliai“ traukiniais maršrutu Šiauliai–Panevėžys–Rokiškis. Vykstant traukiniu iš Klaipėdos Šiauliuose persėdama į maršruto Šiauliai-Rokiškis traukinį. Šiuo metu traukiniai važiuoja darbo dienomis ir savaitgaliais.

Remiantis Lietuvos statistikos departamento informacija (8 pav.), keleivių vežimas vidaus maršrutais geležinkelio transportu 2017-2019 m. laikotarpiu išaugo 18,42 proc. Turistų srautai, kurie renkasi geležinkelio transportą kelionėms didėja, dėl patogumo ir greičio keliaujant. Esant maršrutui į Rokiškį būtina atkreipti dėmesį į šios transporto priemonės suteikiamus privalumus ir orientuotis į galimą turistų srautą.



***8 pav. Keleivių vežimas (tūkst. asm.) geležinkelių transportu 2017-2019 m.***

*Šaltinis: Lietuvos Statistikos departamentas*

Rokiškio rajono pasiekiamumas iš tolimojo užsienio lygmeniu sudėtingas, nes iki visų tarptautinių oro uostų yra daugiau kaip 160 km atstumas. Į/iš Kauno, Vilniaus, Rygos tarptautinių oro uostų tiesiogiai į Rokiškį veža tik privatūs vežėjai, kuriuos būtina užsisakyti iš anksto. Į/iš Kauno tarptautinio oro uosto patogu (par)atvykti autobusu, jei sutampa autobuso atvykimas ir skrydis. Atstumai nuo tarptautinių oro uostų pateikiami 11 lentelėje.

***11 Lentelė. Atstumas nuo tarptautinių oro uostų***

|  |  |
| --- | --- |
| Oro uostas | Atstumas iki Rokiškio rajono |
| Tarptautinis Vilniaus oro uostas | ~166 |
| Tarptautinis Kauno oro uostas | ~163 |
| Tarptautinis Palangos oro uostas | ~320 |
| Tarptautinis Rygos oro uostas | ~171 |

*Šaltinis: Sudaryta autorių, remiantis „Google Maps“duomenimis*

Atstumai iš artimiausių oro uostų į Rokiškio rajoną yra panašūs kaip ir atstumai tarp didžiųjų miestų. Patogiausia iš oro uostų Rokiškį pasiekti automobiliu. Visuose oro uostuose teikiama automobilių nuomos paslauga. Tarptautinių oro uostų duomenimis yra keli automobilių nuomos punktai, kuriais pasinaudojus galima išsinuomoti automobilius. 12 lentelėje pateiktos paros nuomos kainos (2021 m. kovo mėn. rezultatai). Tinkliniai automobilių nuomos punktai patogesni, nes atvykus į vieną oro uostą, jį galima palikti kitame oro uoste, prie tam tikrų viešbučių ir kt.

***12 Lentelė. Automobilių nuoma iš oro uostų***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Paslaugas teikia | Vidutinė kaina parai, Eur | Pastabos |
| Iš tarptautinių Vilniaus, Kauno, palangos oro uostų | | |
| Enterprise rental car | 51,27 | Grąžinimas galimas į Vilniaus, Kauno, Palangos, Rygos oro uostus |
| Europcar | 65,26 | Grąžinimas galimas į Vilniaus, Kauno, Palangos, Rygos oro uostus |
| Sixt | 150,51 | Galimas grąžinimas keliose vietose: Daugpilyje, Šiaulių traukinių stotyje, Vilniaus centrinėje traukinių stotyje, Vilniaus, Kauno, Rygos oro uostuose |
| Iš tarptautinio Rygos oro uosto | | |
| AVIS | 45,26 | Grąžinimas tik į Rygos oro uostą |
| Budget | 207,62 | Galimas grąžinimas Vilniaus, Kauno ir Palangos oro uostuose |
| Europcar | 152,22 | Galimas grąžinimas Vilniaus, Kauno ir Palangos oro uostuose |
| Sixt | 179,00 | Galimas grąžinimas Vilniaus, Kauno ir Palangos oro uostuose |

*Šaltinis: tarptautinių oro uostų interneto svetainės*

Rokiškio rajono teritoriją kerta krašto keliai Rokiškis-Zarasai 117, Rokiškis-Anykščiai 120, Panevėžys-Daugpilis 122, Rokiškis-Biržai 123, Pandėlys-Skapiškis 193. Rajoniniai asfaltuoti keliai siekia seniūnijų centrus, kiti keliai dengti žvyro danga. Rajoną iš Latvijos Respublikos galima pasiekti asfaltuotu rajoniniu keliu Pandėlys-Neretos 3674 ir krašto keliu Panevėžys-Daugpilis 122 bei žvyro danga dengtais Juodupė-Kacyte 3645 ir Juodupė-Aknysta 3620. Rajono nekerta magistraliniai keliai.[[4]](#footnote-4) Kaip ir visoje Lietuvoje, didžioji dalis vietinės reikšmės kelių Rokiškio rajone yra su žvyro danga. Žvyro danga nėra itin palanki turizmo vystymui dėl didelio dulkėtumo bei susidarančių kelio nelygumų. Atvykimas savo transporto priemone į Rokiškio rajoną - asfaltuotais keliais, tik kai kurie objektai pasiekiami žvyro danga dengtais keliais.

Įvertinus kelių tinklą bei viešojo transporto situaciją, galima teigti, kad asmeninis automobilis viena patogiausių priemonių keliaujant į Rokiškio rajoną ir po jį. Kelionės elektriniu automobiliu galimos, tačiau reikėtų įvertinti, kad vieša elektrinių automobilių įkrovimo stotelė yra tik Rokiškio miesto centre. Privačios elektrinių automobilių įkrovimo stotelės yra kai kuriose kaimo turizmo sodybose. Šis tinklas turėtų plėstis dėl vis dažniau keliautojų naudojamų elektrinių automobilių.

Dviračių takų Rokiškio rajone pagal Statistikos departamento informaciją yra 3,20 km. Mieste dviračių takų dengtų įvairia danga tinklas sukurtas, tačiau takai nesujungti į maršrutus. Pagrindinis mieste esančių dviračių takų trūkumas įvažos į kiemus ir gatves bei ant takų esantys apšvietimo ar elektros stulpai, kurie apsunkina judėjimą. Po Rokiškio rajoną dviračiais judėti patogu dėl gero kelių tinklo, tačiau dėl saugumo reikia atsižvelgti į kelio apkrovas.

|  |
| --- |
| *Apibendrinimas*  *Kompleksiškai turistinių vietovių patrauklumą ir konkurencingumą lemia ne tik turizmo ištekliai ir paslaugų koncentracija, bet ir vietovių pasiekiamumas. Turistinės vietovės pasiekiamumo patrauklumą lemia šie veiksniai: laikas, transporto išlaidos ir transporto rūšių pasirinkimo galimybės.*  *Darytina prielaida, jog iš didžiųjų ar kaimyninių vietovių Rokiškio rajono pasiekiamumas geras - jungia asfaltuoti keliai, tačiau rajonas yra salyginai toli -per 2 val. kelionę atstumą - nuo didžiųjų miestų. Patogiausia transporto rūšis atvykti į Rokiškio rajoną ir keliauti po jį yra automobilis. Atvykimas ir keliavimas po rajoną elektriniu automobilių galimas, nes yra ir viešą ir privačių įkrovimo stotelių. Šį tinklą reikėtų plėsti dėl ekologišku transportu atvykstančių turistų ir aplinkos saugojimo. Viešasis transporto susisiekimas turi spragų tiek atvykstant ar išvykstant į didžiuosius miestus, tiek vietinio susisiekimo srityje. Būtina gerinti viešojo transporto kokybę ir prieinamumą. Susisiekimas oro transportu Rokiškio rajonui nėra aktualus kaip tiesioginis atvykstančių turistų šaltinis, tik kaip papildoma galimybė. Dviračių takų Rokiškio rajone itin mažai, jie neišvystyti, mieste su žymiais trūkumais. Šia situaciją tikslinga koreguoti dėl darnaus judėjimo skatinimo ir rajono aplinkos kokybės gerinimo.* |

## Maitinimo paslaugos

Maitinimo paslaugos yra svarbios keliaujantiems savarankiškai ir planuojantiems aktyvias veiklas nuo rajono centro nutolusiose vietovėse.

***13 Lentelė. Rokiškio ir kaimyninių rajonų savivaldybių maitinimo sektoriaus apžvalga***

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Rodiklis | Biržų r. sav. | Kupiškio r. sav. | Anykščių r. sav. | Utenos r. sav. | Zarasų r. sav. | Rokiškio r. sav. |
| Viešojo maitinimo įstaigų sk. | 22 | 10 | 38 | 26 | 14 | 14 |

Palyginus kaimyninių rajonų maitinimo įstaigų kiekį, Anykščių rajonas išsiskiria jų gausa (13 lent.). daugiausiai maitinimo įstaigų taip pat susitelkę rajono centre, tačiau ir kitomis kryptimis yra maitinimo įstaigų. Utenos, Biržų ir Zarasų rajonuose maitinimo įstaigų apie 20. Utenos rajone 3 maitinimo įstaigos rajone, likusios 23 - rajono centre. Biržuose panaši situacija kaip ir Rokiškyje t.y. dauguma maitinimo įstaigų įsikūrusios rajono centre ir tik 2 rajone. Zarasų rajone 5 maitinimo įstaigos veikia rajono centre ir 9 rajone, taigi maitinimo įstaigos tolygiai pasiskirsčiusios rajono teritorijoje ir suteikia papildomų patogumų keliaujantiems savarankiškai. Rokiškio ir Kupiškio rajonuose po 14 ir 10 atitinkamai. Rokiškio rajone yra 14 maitinimo įstaigų. Dauguma jų įsikūrusios mieste, rajone veikia tik 3 maitinimo įstaigos bei planuojama įkurti dar viena. Vykstant Obelių kryptimi yra 2 maitinimo įstaigos, vykstant Kamajų kryptimi planuojama įkurti dar viena, Juodupės kryptimi 1 (vasaros sezono metu), o vykstant Pandėlio, Jūžintų, Čedasų kryptimis maitinimo įstaigų nėra. Tai kelia papildomų rūpesčių planuojantiems praleisti daugiau laiko nutolus nuo rajono centro.

Atvykstančioms organizuotoms turistų grupėms rajone siūlomos degustacijos. Jūžintų krašto kulinarinio paveldo degustacija padengia Jūžintų kryptimi vykstančių grupių maitinimo problemą. Vykstant Pandėlio kryptimi maitinimo įstaigų ar degustacijų trūkumo problema išlieka.

|  |
| --- |
| *Apibendrinimas*  *Maitinimo įstaigų skaičius Rokiškio rajone palyginus su kaimyniniais rajonais - nedidelis. organizuotoms turistų grupėms siūlomos degustacijos nepadengia maitinimo įstaigų trūkumo. Netolygus maitinimo įstaigų pasiskirstymas rajone sukelia keblumų turistams siekiant praleisti daugiau laiko nutolus nuo rajono centro. Rajone būtina stiprinti skirtingų tipų turizmo srityje veikiančių verslų bendradarbiavimą, siekiant turistų apsilankymą Rokiškio rajone padaryti kuo patogesnį ir patrauklesnį.* |

## Turizmo ištekliai

### Aktyvus laisvalaikis

Laisvalaikis pasirenkamas pagal asmens poreikius, todėl laisvalaikio paslaugos aktualios ir turistui, ir vietiniam gyventojui. Aktyvaus laisvalaikio galimybės Rokiškio rajone išvardintos lentelėje 14.

***14 Lentelė. Aktyvaus laisvalaikio galimybės Rokiškio rajono savivaldybėje***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Laisvalaikio būdas | Aprašymas | Veikia |
| Vandens batutų parkas | Tai pramogos ant vandens batutų | Tik vasaros sezono metu |
| Plaukimas irklente | Plaukti galima Rokiškio tvenkinyje arba kitame Rokiškio r. vandens telkinyje. Irklenčių nuomos paslaugas teikia 2 įmonės | Tik vasaros sezono metu |
| Pasivažinėjimas el. paspirtukais | Yra viena nuolatinė paspirtukų nuomos vieta, viena veikianti tik vasarą. | Tik vasaros sezono metu |
| Skraidinimas parasparniu | Skraidinama dviviečiu parasparniu. Paslaugos teikimo galimybės labai priklauso nuo oro sąlygų | Tik vasaros sezono metu |
| Plaukimas plaustu | Plaukti galima Sartų ir Dviragio ežeruose. Sartų ežere galimi 5 maršrutai. Plaustų nuomos paslaugą teikia 3 įmonės | Tik vasaros sezono metu |
| Paplūdimio tinklinis | Velykalnio bendruomenės paplūdimio tinklinio aikštelėse galima žaisti paplūdimio tinklinį nemokamai | Tik vasaros sezono metu |
| Lauko tenisas | Velykalnio bendruomenės lauko teniso kortuose galima žaisti lauko tenisą nemokamai | Tik vasaros sezono metu |
| Plaukimas baidarėmis | Rokiškio r. plaukiama: Kriaunos upe, Sartų ežeru. Galimi maršrutai kitomis Lietuvos ir Latvijos upėmis. Baidarių nuomos paslaugas teikia 3 įmonės ir keletas kaimo turizmo sodybų | Visus metus |
| Pasivažinėjimas keturračiais | Važiuojama keletu maršrutų bekele. Keturračių motociklų nuomos paslaugą teikia dvi įmonės. Privaloma turėti B kategorijos vairuotojo pažymėjimą | Visus metus |
| Mobili pirtis ir kubilas Rokiškyje | Mobilios pirties ir kubilo nuoma Rokiškio ir aplinkiniuose rajonuose. Pramoga galima bet kuriuo metų laiku | Visus metus |
| Pasivažinėjimas mini bagiais | Pasivažinėjimui mini bagiais pritaikyta 2 km nuo Rokiškio esanti motokroso trasa. Ten pat teikiama mini bagių nuomos paslauga. Pramoga galima tik grupėms | Visus metus |
| Sporto klubai | Yra treniruoklių salė, fitneso, kalanetikos, zumbos, kangoojup treniruotės. Paslaugas teikia 4 įmonės | Visus metus |
| Baseinas | Baseine įrengti 4 plaukimo takai, yra vaikų baseinas, sūkurinė vonia, sauna, turkiška pirtis, lietuviška pirtis, infraraudonųjų spindulių sauna, vėsinamasis baseinas, kavinė, masažo kabinetas | Tik šaltuoju metų laiku |
| Čiuožimas ant ledo | Aikštelėje dažnai vyksta treniruotės. Pramogoms būna nurodytas konkretus laikas. Aikštelei dedamas stogas, todėl tikėtina, kad aikštelė veiks ilgiau | Tik šaltuoju metų laiku |

*Sudaryta autorių*

Pramogos siūlomos ganėtinai įvairios, tačiau didelę įtaką turi sezoniškumas: 7 laisvalaikio praleidimo būdai vyksta tik vasaros sezono metu, 2 – tik žiemos sezono metu ir tik 4 – galimi visus metus. Naujausios, besiplečiančios pramogos yra susijusios su vandens pramogomis – jau veikiantis baseinas, batutų parkas, planuojama įrengti vandens slidžių trasą. Pagal aprėptį – pramogos susikoncentravusios rajono centre, rajone pramogos labiau pritaikytos grupėms. Sporto infrastruktūros objektai – motokroso trasa, autokroso trasa, baseinas, teniso kortai, ledo aikštelė – pritaikyti tarptautiniams sporto renginiams ir varžyboms organizuoti. Tai suteikia papildomos naudos ir turizmo srityje, nes varžybų dalyvius dažnai lydi šeimos nariai ar draugai ir po varžybų bent minimaliai susipažįstama/ supažindinama su varžybų vietos turistiniais objektais, istorija.

### Organizuojami žygiai

Pažymėti dviratininkų ir/ ar pėsčiųjų maršrutai suteikia daugiau galimybių kokybiškai susipažinti su aplankyta vietove. Rokiškio rajone yra sukurtų dviračių ir pėsčiųjų žygių maršrutų (lentelė 15).

***15 Lentelė. Rokiškio rajono savivaldybės laisvalaikio maršrutų pasiūla***

|  |  |
| --- | --- |
| Maršrutas | Aprašymas |
| Dviratininkų maršrutai/žygiai | Dviračių maršrutai labiau pritaikyti pavieniams lankytojams. Dviračių nuomos paslaugą teikia Rokiškio TTAIKC, Sartų ALC ir kai kurios kaimo turizmo sodybos. Paslauga teikiama šiltuoju metų laiku. |
| Pėsčiųjų maršrutai /žygiai | Rokiškio rajone epizodiškai, minint didžiausias valstybines šventes organizuojami epizodiniai pėsčiųjų žygiai. Paslauga kaip pėsčiųjų žygiai nuolatos neteikiama. |
| Šv. Jokūbo kelias | Šiuo metu rengiami interaktyvūs Šv. Jokūbo kelių Lietuvoje žemėlapiai, atliekami infrastruktūros kūrimo (nakvynės namai, kelių ir stočių žymėjimas specialiu ženklu) darbai ir kt. Iš Jokūbo kelio darbų Rokiškyje yra kriauklės ženklu pažymėta Suvainiškio bažnyčia. |
| Kultūros piligrimų kelias | Kultūros piligrimų maršrutas driekiasi 192 km per visą Rokiškio rajoną, apimdamas apie 20 sakralinių-kultūrinių objektų ir ryškų pėdsaką palikusių dvasininkų atminimą. Paslauga skirta grupėms, užsakoma iš anksto. Objektus aplankyti galima ir savarankiškai. |
| Dvarų maršrutas | Dviračių ir automobilių maršrutas po 12 išlikusių rajono dvarų. Keliaujant šiuo maršrutu įveikiami šiek tiek daugiau nei 210 km ir aplankomos Petrošiškio, Salų, Tarnavos, Gačionių, Bagdoniškio, Antanašės, Kraštų, Ignotiškio (palivarkas), Onuškio, Ilzenbergo, Panemunio ir Rokiškio dvarų sodybas. Paslauga skirta grupėms, užsakoma iš anksto. Objektus aplankyti galima ir savarankiškai. |
| Laisvės kovų maršrutas | Sujungti į maršrutą apie laisvės kovas bylojantys rajono paminklai - 12 objektų - paminklai, bunkeriai, muziejus, kurie byloja apie Rokiškio krašto žmonių atkaklų priešinimąsi okupacijai. Paslauga skirta grupėms, užsakoma iš anksto. Objektus aplankyti galima ir savarankiškai. |
| „Rokiškio krašto literatūrinio kelio pažinties ženklai“ | Rokiškio krašto literatūriniame kelyje susipažįstama su maršrute esančiomis atgaivintomis – atminimo ženklais ir renginiais įprasmintomis – kūrėjų gimtinėmis, tėviškėmis ir svarbiausiomis gyvenimo vietomis. Objektai lankomi savarankiškai. galima naudotis virtualiu žemėlapiu. |

*Sudaryta autorių*

Maršrutai fiziškai aplinkoje nepažymėti, vykstant jais būtina vadovautis elektroniniais žemėlapiais arba vykti organizuota grupe su vadovu, tad maršrutai labiau pritaikyti grupėms. Pavieniai turistai keliaujantys dviratininkų ir/ar pėsčiųjų maršrutais dažniausiai negauna gido pasakojamos informacijos t.y. informaciją tenka susirasti, sunkiau orientuojasi vietovėje, nes nėra fizinio maršrutų žymėjimo, tai itin sumažina maršrutų patrauklumą. Dviratininkų ir/ar pėsčiųjų maršrutų žymėjimo problema vis dar aktuali visoje Lietuvoje. Atsižvelgiant į esamą situaciją, kai nepažymėtas nei vienas maršrutas, būtina spręsti šią problemą kompleksiškai savivaldybės lygmeniu. Kita dalia maršrutų - kultūriniai maršrutai turi virtualius žemėlapius. Dvarų maršrutas ir „Rokiškio krašto literatūrinio kelio pažinties ženklai“ turi žymenis su minimalia informacija prie į maršrutą įtrauktų objektų. Kultūrinius maršrutus, atsižvelgiant į jų paskirtį, tikslinga papildyti audiogidais taip padidinant jų atraktyvumą bei informatyvumą.

### Sveikatos turizmo

Sveikatos turizmo rūšis yra skirstoma į du pogrupius: sveikatinimo ir sveikatingumo turizmą. Sveikatinimo turizmas yra nukreiptas į sergančius asmenis, atvykstančius į šalį ar regioną gydymosi tikslais. Tuo tarpu sveikatingumo turizmas yra nukreiptas į sveiką žmogų, kuris atvyksta į šalį ar regioną savo asmeniniais interesais, siekdamas gauti sveikatos prevencijos paslaugas (lentelė 16).

***16 Lentelė. Sveikatinimo ir sveikatingumo turizmo sampratų skirtumai***

| SVEIKATOS TURIZMAS | | |
| --- | --- | --- |
| SVEIKATINIMO TURIZMAS | | **SVEIKATINGUMO TURIZMAS** |
| TURISTAS | | |
| Sergantis 🡪 gydymas | **Sveikas 🡪 prevencija** | |
| TURISTO MOTYVACIJA | | |
| Paslaugos gali būti būtinos sveikatai pagerinti;  Paslaugų kokybė;  Paslaugų pasiūla;  Kaina; | Paslaugos nebūtinos;  Asmeninis interesas;  Paslaugų pasiūla;  Gyvenimo būdas; | |
| TEIKIAMOS PASLAUGOS | | |
| Reabilitacija;  Gydomasis SPA;  Talasoterapija;  Ligų diagnostika;  Operacijos;  Plastinė chirurgija;  Odontologija. | Grožio procedūros;  Atpalaiduojamasis masažas;  Sportas, joga;  SPA procedūros;  Sveika mityba. | |

*Šaltinis: LR Ūkio ministerijos pranešimas „Medicinos turizmas – priemonė sezoniškumui mažinti“*

Sveikatinimo turizmo atveju pagrindiniai turisto motyvacijos veiksniai, skatinantys atvykti į šalį ar regioną yra siekis pagerinti sveikatą, aukšta paslaugų kokybė, paslaugų pasiūla, konkurencinga kaina. Dažniausiai teikiamos paslaugos – reabilitacija, gydomasis SPA, talasoterapija, ligų diagnostika, operacijos, plastinė chirurgija, odontologija. Sveikatingumo turizmo atveju pagrindiniai turisto motyvacijos veiksniai, skatinantys atvykti į šalį ar regioną yra asmeninis interesas, kai paslaugos sveikatai pagerinti nėra būtinos, tačiau asmuo nori gauti sveikatos prevencines paslaugas, paslaugų pasiūla, gyvenimo būdas ir konkurencinga paslaugų kaina. Dažniausiai teikiamos paslaugos – grožio procedūros, atpalaiduojamasis masažas, sportas, joga, SPA procedūros, sveika mityba. Rokiškio rajone teikiamos tiek sveikatinimo, tiek ir sveikatingumo turizmo paslaugos. Sveikatinimo paslaugas teikia AB „Rokiškio sūris“ sanatorija-profilaktoriumas, Rokiškio rajono ligoninė, sveikatingumo – Rokiškio baseinas. Įstaigos modernizuotos ir teikiančios platų paslaugų spektrą. Rokiškio rajono ligoninės reabilitacijos skyriuje teikiamos šios sveikatinimo paslaugos: ambulatorinė reabilitacija, dirba kineziterapeutai, psichologė, masažuotojai ir kt. AB „Rokiškio sūris“ sanatorijoje-profilaktoriumas teikia: fizinės medicinos ir reabilitacijos paslaugas, masažo, kineziterapijos, psichologinės paslaugos. Profilaktoriume įkurti fizioterapijos ir psichologo kabinetai, atliekama terapija aparatų pagalba, veikia sauna bei poilsio kambarys. Profilaktoriume rengiamos mankštos salėje (individualios ir grupinės), individualios mankštos baseinėlyje (atsižvelgiant į paciento ligą) bei grupinės mankštos baseine. Gydomojo SPA paslaugos kompleksiškai rajone neteikiamos, yra tik paskiros procedūros pas skirtingus paslaugų tiekėjus t.y. nėra pilno SPA komplekso su procedūromis, apgyvendinimu ir maitinimu. Dalines SPA paslaugas teikia Rokiškio baseinas, kaimo turizmo sodyba „Žiogelis”, AB „Rokiškio sūris” profilaktoriumas”, pavieniai kineziterapijos, masažo, grožio salonai. Apie šios nišos užpildymo galimybes derėtų diskutuoti su turizmo verslo srityje dirbančiais atstovais, nes SPA paslaugos dažniausiai pritraukia vidutines ar aukštesnes pajamas turinčius turistus. Tačiau paslaugos turi būti apgalvotos, patrauklios, teikiamos itin kokybiškai, šios sąlygos iškelia klausimą apie esamų turizmo paslaugų teikimo kokybę ir jų vertinimo kriterijus. Šie klausimai, taip pat turėtų būti išdiskutuoti su turizmo verslo atstovais. Nors paslaugų spektras platus, tačiau atlikta Rokiškio rajono lankytojų ir turistų apklausa atskleidė, jog sanatorija/ reabilitacijos centras ar gydomasis bei laisvalaikio SPA galėtų spręsti sezoniškumo problemas.

### Gamtinio turizmo ištekliai

Rekreacinei veiklai svarbi viešoji infrastruktūra gamtinėse ***rekreacinėse teritorijose*** – prie ežerų, upių, miškuose. Rokiškio mieste įrengta rekreacinė teritorija prie Rokiškio 5 tvenkinio bei prie Velniakalnio tvenkinio. Prie Rokiškio 5 tvenkinio įrengtas plauto smulkaus smėlio paplūdimys, suoliukai, persirengimo kabinos, takeliai, vasarą galima skėčių, gultų nuoma. Paplūdimys labiau orientuotas į pasyvią rekreaciją. Ant vandens veikia batutų parkas „AquaJump Rokiškis”, planuojamas wake parkas. galima teigti, kad prie Rokiškio 5 tvenkinio galima derinti aktyvų ir pasyvų laisvalaikį. Prie Velniakalnio tvenkinio įrengtos lauko teniso, paplūdimio tinklinio aikštelės, suoliukai, takeliai. Velykalnio teritorija labiau pritaikyta aktyviam laisvalaikiui. Mieste yra Liongino Šepkos parkas su suoliukais, takeliais, jaunimo erdve ir funkcionaliomis skulptūromis, kuriame dažnai lankosi šeimos su mažiausiais gyventojais. Viename iš naujų parkų - Rotary parke įrengti takeliai, suoliukai, apšvietimas. Parkai labiau pritaikyti pasyviam poilsiui. 2020 m. įrengta rekreacinė teritorija - takeliai, želdynai - palei Laukupės upę taip pat pritaikyta pasivaikščiojimams ir sujungianti keletą miesto teritorijų gamtine jungtimi. Rokiškio dvaro parkas nepritaikytas rekreacijai - itin drėgnas dirvožemis, nėra suformuotų takelių. Suoliukai, žaidimo aikštelė, skulptūrų kompoziciją esanti dvaro parteryje, bei šalia kaimiškų pastatų neužpildo rekreacinės veiklos parke nišos. Atsižvelgiant į rekreacinę ir istorinę šio parko vertę būtų tikslinga dvaro parką įtraukti į miesto rekreacinių teritorijų tvarkybos planus. Rajone rekreacinių teritorijų yra įrengta miestelių centruose ar netoli rajono centro. Bradesių stovyklavietėje įrengta infrastruktūra kelionėms su kemperiais ar palapinėmis, pavėsinės, laužavietės, lieptas, paplūdimys. Teritorija prižiūrima, yra sanitarinis mazgas, galimybė nusimaudyti po dušu, išsinuomoti laisvalaikio įrangos - žaidimų. Rokiškio miškų urėdija prie Vaidlėnų tvenkinio yra įrengusi rekreacinę teritoriją - poilsiavietę su laužavietėmis, suoliukais, stalais bei gamtiniu taku, kuriuo galima apeiti tvenkinį aplink. Poilsiavietė prižiūrima ir itin mėgiama Rokiškio miesto gyventojų. Pandėlio buvusiame dvaro parke įrengta poilsio zona su žaidimų aikštelėmis, pasivaikščiojimo takeliais, suoliukais. Jūžintų miestelyje, Kriaunų kaime - įrengtos pavėsinės, suoliukai, pakyla, paplūdimys. Juodupės miestelyje, Salų kaime - įrengtos persirengimo kabinos, suoliukai, paplūdimys. Prie Petrošiškio, Vyžuonos, Skaistės ežerų yra persirengimo kabinos bei vieta maudynėms. Rekreacinės teritorijos neturi nukreipiamųjų ženklų, tad turistų sunkiai randamos ar visai nepastebimos. Atsižvelgiant į poilsiavietės prie Vaidlėnų tvenkinio populiarumą rekreacines teritorijas būtina planuoti kompleksiškai - vanduo, miškas, vieta prisėsti, laužavietė, maudykla bei žiedinis takas pasivaikščiojimui. Daugumai rekreacinių teritorijų trūksta minimalių papildymų, kurie padidintų vietų patrauklumą, atraktyvumą.

Dėl klimato kaitos, žmogaus ūkinės veiklos aplinkosauginės ir socialinės atsakomybės klausimai tampa vis aktualesni ir turizmo srityje. Augantis supratimas apie gamtos resursų baigtinumą ir kylantis poreikis juos išsaugoti, stipriai didina išlikusių ūkinės veiklos nepažeistų teritorijų vertę, o daugėjant informacijos apie darnų turizmą, auga turistų sąmoningumas. Pastaruoju metu ypač didėja ***ekoturizmo, gamtinio turizmo*** produktų poreikis[[5]](#footnote-5). Šia sritį galima įvardyti nišinių turizmo produktų sritimi arba žvelgti plačiau ir pritaikyti įprastus turizmo lankytinus objektus ekoturizmo turizmo poreikiams. Populiarėjantis gamtinis turizmas labai svarbus ir naudingas, nes gali sužavėti vietinės gamtinio turizmo vertybės – regioninis parkas, saugomi gamtos paveldo objektai, NATURA 2000 teritorijos, unikalūs karštovaizdžiai, reti augalai, paukščių stebėjimas ir kitos iškylos natūralioje gamtoje. Rokiškio rajone gamtines struktūras saugo, prižiūri 1 regioninis parkas, draustinių, NATURA 2000 teritorijų (lentelė 17).

***17 Lentelė. Saugomos gamtiniam turizmui pritaikomos teritorijos***

|  |  |
| --- | --- |
| Teritorija | Aprašymas |
| Sartų regioninis parkas | Regioninis parkas įkurtas 1992 m., jo steigimo tikslas yra išsaugoti ypač vertingą dubaklonių sankirtoje susiformavusią Sartų, Rašų ir gretimų ežerų sistemą, vertingas Dusetų girios ir Antazavės šilo biocenozes, išsaugoti 12 kultūros paveldo vertybių: Dusetų urbanistinį kompleksą, esamus piliakalnius ir parkus. |
| Notigalės telmologinis draustinis | Vienas seniausių draustinių (įsteigtas 1974 m.). Draustinis įsteigtas siekiant išsaugoti stambų pelkėtų masyvų kompleksą Vidurio Lietuvos žemumoje, jo augalų bendrijas ir gyvūniją. Ežerinės kilmės plynraistėje aukštapelkėje tyvuliuoja 7 ežerai. Didžiausias jų Notigalės ežeras. Draustinyje gausu spanguolių, daug vaivorų, viržių, auga tekšės. Čia galima sutikti juodųjų gandrų, tetervinų, dirvinių sėjikų, plėšriųjų medšarkių, briedžių, šernų, stirnų. |
| Petriošiškio telmologinis draustinis | Vienas seniausių draustinių (įsteigtas 1974 m.). Draustinis įsteigtas siekiant Išsaugoti natūralią ir nepažeistą Petriošiškio pelkę su Petriošiškio ežeru. Ežeras apaugęs šiurkščiąja augmenija (nendrėmis, švendrais), jame gausu ir dugno augalų. Ežere gyvena lydekos, ešeriai, lynai ir kitos žuvys. Įtrauktas į NATURA 2000 tinklą. |
| Suvainiškio telmologinis draustinis | Šio draustinio tikslas išsaugoti Nemunėlio moreninėms lygumoms būdingos aukštapelkės su miškingu apypelkiu kompleksą. Čia gyvena ir peri retų rūšių paukščiai: kurtiniai, tetervinai, juodieji gandrai, vapsvaėdžiai, žvirblinės ir uralinės pelėdos, baltnugariai geniai. |
| Junkūnų geomorfologinis draustinis | Įkurtas dubaklonių suskaidytam raiškiam masyvui, esančiam Sėlių aukštumoje, saugoti. |
| Kampuolio hidrografinis draustinis | Draustinio tikslas išsaugoti Sėlių aukštumai būdingą raiškios vingiuotos konfigūracijos Kampuolio bei Ilgio ežerų kompleksą. Rokiškio rajone esanti draustinio dalis yra ypač vaizdinga. |
| Čedaso ornitologinis draustinis | Draustinio tikslas išsaugoti patį Čedaso ežerą ir jame perinčią ketvirtą pagal dydį juodųjų žuvėdrų koloniją šalyje. Čedaso ežeras draustinio ribomis yra įtrauktas į Europos saugomų teritorijų tinklą Natura 2000 kaip paukščių apsaugai svarbi teritorija. |
| Gaidžiabalės samanynės telmologinis draustinis | Gamtiniu požiūriu labai vertinga teritorija, pirmiausia – kaip viena iš nedaugelio didesnių beveik natūralių aukštapelkių šiaurinėje Lietuvoje. Gaidžiabalės samanynėje gyvena net kelios į Lietuvos raudonąją knygą įtrauktos paukščių rūšys: sketsakaliai, pilkosios gervės, tikučiai, plėšriosios medšarkės, vidutinės kuolingos. NATURA 2000 tinklo saugoma vietovė. |
| Konstantinavos telmologinis draustinis | Šis draustinis – tai pažeista pelkė, kuri kartu su šalia esančiu Skaistės ežeru gana monotoniškame Nemunėlio aukštupio kraštovaizdyje sudaro vertingą šlapynių kompleksą. Su šalia esančiu Skaistės ežeru sudaro vertingą šlapynių kompleksą. NATURA 2000 tinklo saugoma vietovė. |

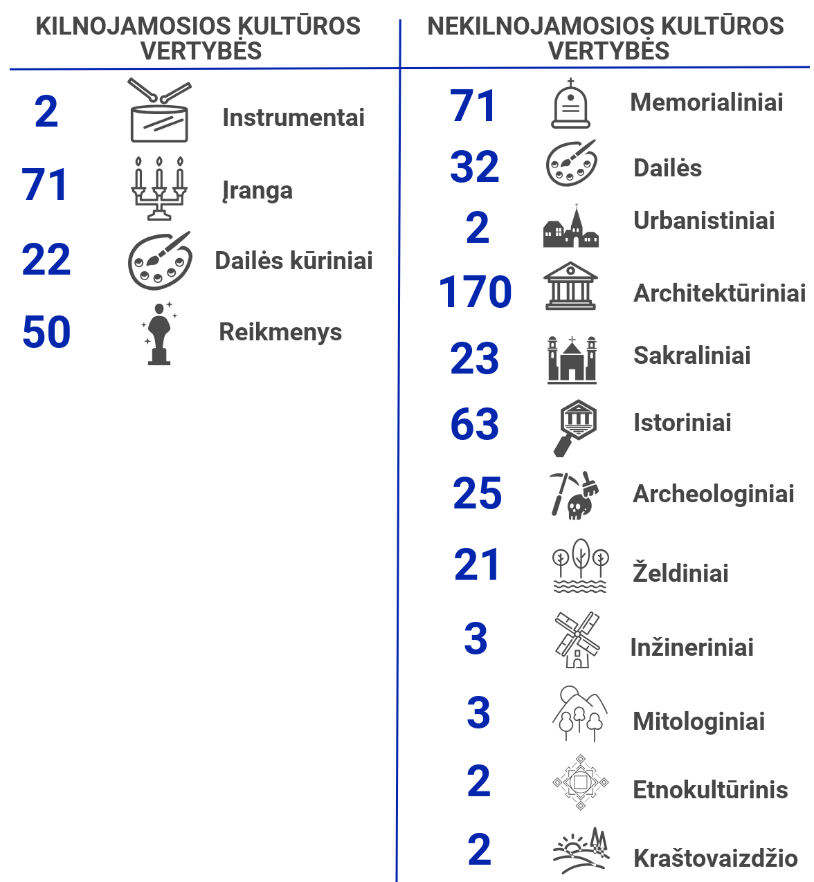
*Šaltinis: Valstybinė saugomų teritorijų tarnyba. http://www.vstt.lt*

Sartų regioninio parko teritorijoje Baršėnų kaime esantis privatus apžvalgos bokštas sulaukia itin daug dėmesio iš turistų ir puikių atsiliepimų dėl nuo bokšto viršaus atsiveriančių Sartų ežero ir jo rinų vaizdų. Apžvalgos bokštas rajone yra vienas, nors apžvalgos bokštas pvz. netoli Čedaso ežero būtų potenciali vieta ornitologiniams stebėjimams, ar netoli Apvalaso ežero - pasimatytų Lietuvos kontūrų forma ir t.t. Apžvalgos bokštų atraktyvumas didelis ir jie greitai tampa turizmo traukos objektais (Lajų takas, Kirkilų bokštas, Zarasų apžvalgos ratas) bei per turistų susidomėjimą, fotografijas, pasakojimus vyksta savaiminė vietovės rinkodaros kampanija, kuri pritraukia dar daugiau turistų. Apžvalgos bokštai yra turizmo objektai, kuriems beveik neturi įtakos sezoniškumas. Dusetų girios pažintinis takas vedantis per Vosynos pelkę yra vienintelis įrengtas pažintinis takas Rokiškio rajone. Tako populiarumas turistų tarpe turėtų būti paskata įrengti daugiau pažintinių takų saugomose teritorijose atsižvelgiant ir į jų pritaikymą judėjimo negalią turintiems turistams. pažintiniais takais įveiklinus saugomas teritorijas didėja žmonių sąmoningumas gamtos saugojimo srityje, labiau susipažįstama su supančia aplinka, itin naudinga vaikams. Populiarėjanti nauja paslauga - gamtos gidas - padeda susipažinti su gamtos procesais, augalais, gyvūnais, pasinerti į aplinką. Tokio gido ar gidų atsiradimas Rokiškio rajone pritrauktų daugiau vietinių ir užsienio gamta besidominčių turistų, nes išskirtinių gamtinių vietovių ir objektų turima pakankamai.

|  |
| --- |
| *Apibendrinimas*  *Rokiškio kraštas – potencialus aktyvaus, gamtinio, pažintinio turizmo vystymui, plėtojimui, tačiau šioje vietoje itin trūksta viešinimo procesų ir veiklų. Analizuojant gamtos objektus išryškėjo aibė neveikiančių dvaro parkų, kurie neparengti ir nepritaikyti, be infrastruktūros, todėl aktualu ieškoti investuotojų, kurie atgaivintų parkus ir pritaikytų juos specializuotiems turizmo produktams. Nagrinėjant kultūros išteklius – pastebėta jų gausa, todėl rekomenduojama išnagrinėti, ar visi jie yra pritaikyti vietiniams/ užsienio turistams.* |

### Kultūrinio turizmo ištekliai

Ekoturizmo sąvoka iš dalies persipina su ***kultūrinio turizmo*** sąvoka, nes tai turizmo šaka, orientuota į gamtos, kultūros vertybių lankymą, stengiantis kuo mažiau paveikti natūralias vietovės sąlygas. Rokiškio rajono kultūros vertybių sąraše yra 439 objektai[[6]](#footnote-6) (9 pav.), kurie skirstomi į kilnojamąsias ir nekilnojamąsias kultūros vertybes.



***9 pav. Rokiškio rajono kultūros vertybių sąrašas***

*Šaltinis: sudaryta autorių pagal Kultūros vertybių registro duomenis*

Rokiškio rajono savivaldybės kultūros paveldą sudaro dvarai, piliakalniai, pilkapiai, kapinynai, senkapiai, senojo miesto vietos, statinių kompleksai, bažnyčios, koplytėlės, gynybiniai įtvirtinimai, svirnas, skulptūros, vargonų instrumentas, rūsys, namai, sodybos kumetynas, kryžiai, tvartai, malūnai ir kt.

***18 Lentelė. Kultūros paveldo objektų duomenys Rokiškio rajono savivaldybėje***

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Teritorija | Kilnojamasis | Nekilnojamasis | Iš jų valstybės saugomi | Iš jų registriniai | Iš jų paminklai |
| Rokiškio r. | 149 | 438 | 145 | 191 | 56 |

*Šaltinis: www.kpd.lt*

Turizmo veiklai reikšmingos senovinės Lietuvos pilys, gynybinio paveldo objektai, bažnyčios ir vienuolynai, dvarai ir dvarų sodybos, istoriniai parkai, etnografiniai kaimai ir pramonės paveldas. Taigi, vienas iš sėkmingiausiai reprezentuojančių vietinį kraštą turizmo objektų Lietuvoje yra dvarai ar rūmai.[[7]](#footnote-7) Rokiškio rajone gausu įvairios būklės dvarų, dvarviečių, palivarkų, kurių pritaikomumas turizmo veikloms labai įvairus. Tai vienas iš kultūriniam turizmui lengvai pritaikomų ypatingos kultūrinės objektų, su jau susiformavusiu kraštovaizdžiu ir istorija. Lentelėje 19 pateikiama informacija apie Rokiškio rajono savivaldybėje įveiklintų dvaro sodybų skaičių ir sustambinto formato veiklas.

***19 Lentelė. Dvarai ir veiklos juose Rokiškio rajono savivaldybėje***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Dvarai, pritaikyti visiems lankytojams | Dvarai pokyliams, nuomai | Dvarai, kuriuose vykdomos kitos viešos veiklos |
| Rokiškio dvaro sodyba  Ilzenbergo dvaro sodyba  Salų dvaro sodybos rūmai  Gačionių dvaras  Bagdoniškio dvaro sodybos namas  Petrošiškio dvaro sodybos rūmai  Antanašės dvaro sodybos rūmai  Panemunio dvaro sodyba  Tarnavos dvaro rūmai  Onuškio dvaro rūmai  Kraštų dvaro rūmai | Taip  Taip  Taip  Taip  Ne  Ne  Ne  Ne  Ne  Ne  Ne | Ekspozicijos, muziejus, edukacijos, parodos, renginiai  V. Landsbergio dovanotų knygų kambarys, renginiai, restoranas, stovyklų organizavimas, edukacijos, natūralios žemdirbystės tradicijas puoselėjantis ūkis; Privatus dvaras  Ekskursijos, renginiai (pvz., poezijos pavasaris), filmų demonstracijos, edukacijos, kūrybiniai užsiėmimai  Apgyvendinimo paslaugos, vandens turizmo paslaugos; Privatus dvaras  Privatus dvaras. Nepritaikytas lankymui  Privatus dvaras. Lankytojų nepriima  Privatus dvaras. Šiuo metu renovuojamas  Privatus dvaras. Apgriuvęs, nepritaikytas lankymui  Privatus dvaras. Apgriuvęs, nepritaikytas lankymui  Privatus dvaras. Apgriuvęs, nepritaikytas lankymui  Privatus dvaras. Apgriuvęs, nepritaikytas lankymui |

*Šaltinis: sudaryta autorių*

Remiantis 19 lentelėje pateikta informacija, matyti, kad iš 11 dvarų tik 4 – pritaikyti turizmo veiklai: muziejai, parodos, ekskursijos, apgyvendinimas, renginių, pokylių nuomos paslaugos ir kt. Rokiškio dvare įsikūręs krašto muziejus daug dėmesio skiria ne tik krašto istorijai, bet ir dvariškoms ekspozicijoms, kas yra itin patrauklu atvykstantiems turistams. Ilzenbergo dvare ekspozicija minimali, tačiau labiau sutvarkyta aplinka - parke yra takeliai, suoliukai, tiltas į ežero salą. Salų dvare veikia amatų dirbtuvės, kuriama kūrybos ir laisvalaikio erdvė. Parke įrengti takeliai, suoliukai, tačiau laisvalaikį čia leisti nepatogu dėl varnų keliamo triukšmo ir užterštumo jų išmatomis. Gačionių dvaras privatus, tačiau savininkas mielai priima grupes iš anksto susitarus ar pavienius turistus nustatytu lankymo laiku. Šiame dvare yra galimybė apsigyventi, teikiamos maitinimo paslaugos. Parkas sutvarkytas, tačiau nėra specialiai įrengtų takelių. Visuose anksčiau išvardintuose dvaruose galima užsisakyti gido vedamą ekskursiją ir išsamiau susipažintu lankoma vietove ir jos istorija. Rokiškio, Ilzenbergo ir Salų dvaruose vyksta įvairūs renginiai, koncertai, tai prideda patrauklumo turistui renkantis kryptis apsilankymams. Vykstantys renginiai pristatomi dvarų interneto svetainėse, TIC svetainėje, vietinėje spaudoje, tačiau plačiau neviešinami renginiai nepastebimi platesnės auditorijos, sunkiai pajėgūs pritraukti didesnį turistų srautą. Aktyvesnė veikla reklamos srityje padidintų kultūrinių turistų srautą į Rokiškio rajoną, nes potencialas tikrai didelis, tačiau menkai išnaudojamas. Net išnykus dvarų pastatams, lieka parkai. Daugumos rajone esančių dvarų parkai apleisti, neparuošti lankymui ar kitokiam naudojimui. Atkurtame strategiškai patrauklioje vietoje esančiame parke būtų galima pritaikyti daugiau pramoginių veiklų – pasivažinėjimai karieta, jodinėjimas žirgais, vyktų koncertai. Sutvarkytame dvaro parke atsirastų pėsčiųjų takai, mažoji infrastruktūra puošyba gėlynais, kai kur net galimas stovyklavietės tipas - vieta palapinių miesteliui, laužavietės. Dalis dvarų parkų - privati nuosavybė, kurios tvarkyba turėtų užsiimti savininkas ir pritaikymas turizmui turėtų būti glaudaus bendradarbiavimo tarp privačių savininkų, kultūros paveldo specialistų ir savivaldybės rezultatas. Dvarai, jų parkai ar pagalbiniai pastatai šiuolaikinės visuomenės kultūrinėms reikmėms pritaikomi kaip išskirtinės istorinės erdvės, jų atgaivinimas skatina greta gyvuojančių bendruomenių suartėjimą, keitimąsi patirtimi ir žiniomis bei prisideda prie kompleksinių turizmo paslaugų vystymosi. Dvaro naudojimas darnaus ir kultūrinio turizmo reikmėms jį atgaivina, padaro ne tik turistų traukos objektu, bet ir vietinių gyventojų kultūros židiniu. Užsienio šalyse dvarai dažniausiai naudojami turizmo, apgyvendinimo verslui plėtoti, vystomi kaip vietos bendruomenės ir verslo centrai: juose įsikuria įmonių biurai, įrengiamos interneto kavinės. Rokiškio krašte dvarai įtraukti į turistinius maršrutus, tačiau prie pagrindinio objekto būtina turistams pasiūlyti ir papildomų naudų, pvz., išnaudoti pastatų kompleksus: vyno rūsius, spirito varyklas, malūnus, arklides ir kt. Rokiškio krašte žydų paveldas taip pat gausus. Tai senosios Rokiškio žydų kapinės. Jose – daugelio iškilių kraštiečių protėviai. Jos puikiai sutvarkytos, aptvertos, nušienauta žolė, prie kapinių pastatytas paminklas, su Rokiškio žydų istorijos pagrindiniais faktais lietuvių, anglų ir hebrajų kalbomis. Kadangi Rokiškio kraštas užaugino ne vieną žymų litvaką, būtina aplankyti vietas, kuriose formavosi jų pažiūros. Sinagogų gatvėje tarpukariu buvo trys sinagogos. Toje pat gatvėje ir namas, kuriame gyveno rabinas Š. Sniegas. Šioje gatvėje buvo atidengta informacinė lenta, pasakojanti apie Rokiškio žydų religinį gyvenimą. Verta atkreipti dėmesį į Rokiškio žydų ekonominio paveldo objektus. Pavyzdžiui, Melerų šeimos viešbutį „Londonas“, garsusis namas su bokšteliais“, kuris buvo brolių pramonininkų Zametų nuosavybė, kurių fabriko „Lietmetal“ pastatas yra išlikęs iki šių dienų ir kt. objektai. Rokiškio rajone yra nemažai gamtos ir kultūros paveldo objektų, kurie yra aktyviai lankomi turistų. Be to, Lietuvos Respublikos Vyriausybė savo nutarimu patvirtino metų minėjimo 2020 m. programą.[[8]](#footnote-8) UNESCO pasaulio paveldo metų Lietuvoje minėjimo tikslas − pabrėžti į UNESCO Pasaulio paveldo sąraše įrašytų kultūros paveldo vietovių reikšmę valstybei, didinti jų pažinimą visuomenėje apie šių vietovių išskirtinę visuotinę vertę, išsaugojimą ateities kartoms ir teisinės apsaugos svarbą. Rokiškio rajone yra vienas iš Struvės geodezinio lanko punktų – Gireišių. Gireišių punkto aplinka sutvarkyta, keletu projektų visuomenei pristatyta šio punkto reikšmė, aktualumas, tačiau didesnio patrauklumo ar lankomumo nepavyko pasiekti. UNESCO ženklas nenaudojamas fiziškai savivaldybės ribose Struvės geodezinio lanko Gireišių punkto ir visos savivaldybės išskirtinumo pozicionavimui, virtualioje erdvėje taip pat naudojamas retai. Aktyviausiai Struvės geodezinis lankas yra lankomas, juo domimasi Estijos Respublikoje. Siekiant pozityviai išnaudoti savivaldybės teritorijoje esantį UNESCO paveldą būtų tikslinga užmegzti glaudžius bendradarbiavimo ryšius su atitinkamomis Estijos Respublikos UNESCO paveldo aktualizavimo klausimais galinčiomis patarti įstaigomis. Be visa ko, įvertinant tai, kad šiandien turistai vykdami į kitą rajoną, jos kultūrinio identiteto ieško kultūros pavelde, todėl būtina didelį dėmesį skirti į jo reprezentatyvų pristatymą.

### Piliakalniai

Viena iš didžiausių archeologinio paveldo grupių yra ***piliakalniai***. Šis archeologinis paveldas prisideda ne tik prie tautinio identiteto formavimo, bet ir tampa vis populiaresniais turizmo objektais. Labiausiai turizmui pritaikyti ir lankomiausi yra tie piliakalniai, kurie yra pakankamai gerai ištirti, o lankytojams įrengti informaciniai stendai su informacija apie piliakalniuose vykdytus archeologinius tyrimus ir jų metu rastus radinius, bei takas ar laiptai, kuriais galima užlipti ir pasižvalgyti po piliakalnio apylinkes. Sukurta informacinė ir priėjimo infrastruktūra ne tik pritraukia lankytojus, bet ir sustiprina jų įspūdžius, motyvuoja daugiau lankytis panašaus pobūdžio objektuose. Kitos svarbios sąlygos siekiant pritaikyti piliakalnius turizmo reikmėms yra jų išlikimo laipsnis, būklė ir vizualumas. Svarbu, kad piliakalnis būtų nors šiek tiek išlikęs ir kad jo būklė būtų patraukli lankymui. Taip pat jo vizualumas turi didelę reikšmę – jei piliakalnis yra įspūdingo dydžio arba turi labai gerai išsilaikiusias tam tikras dalis, kokių nėra kituose piliakalniuose, tuo patrauklesnis jis yra lankytojams.

***20 Lentelė. Piliakalnių skaičius Rokiškio r. savivaldybėje ir gretimose savivaldybėse***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Savivaldybė | Piliakalnių skaičius | Tyrinėtų piliakalnių skaičius | Tyrinėtų piliakalnių dalis, proc. |
| Rokiškio r. | 27 | 5 | 23 |
| Biržų r. | 3 | 3 | 100 |
| Kupiškio r. | 11 | 6 | 55 |
| Panevėžio r. | 3 | 2 | 67 |
| Pasvalio r. | 2 | 1 | 50 |

*Šaltinis:* [*www.kpd.lt*](http://www.piliakalniai.lt)

Remiantis Kultūros paveldo departamento duomenimis, Rokiškio rajono savivaldybėje yra 27 piliakalnių (daugiausiai tarp lyginamų savivaldybių): 14 iš jų turi paminklo statusą, 10 – registriniai kultūros paveldo objektai, 2 – valstybės saugomi. Žvelgiant pro infrastruktūros išvystymo prizmę, situacija Rokiškio rajone itin prasta: vos vienas piliakalnis turi informacinę nuorodą (Moškėnų-Laukupėnų su gyvenviete piliakalnis), laiptelius ir suoliukus. Bendruomenės lėšomis Juodonių piliakalnyje su gyvenviete įrengti laipteliai ir suoliukai, tačiau nėra informacinės nuorodos. Visi kiti piliakalniai – be pritaikytos turistams infrastruktūros, be informacinių nuorodų, stendų, aprašymų, istorinės medžiagos pateikimo (kuo svarbus, kas atrasta piliakalnyje). Taigi, prieinamumas turistams yra visiškai neišvystytas, specialus lankytinos vietos ženklinimas neįrengtas. Piliakalniai – unikalūs, gera energetika pasižyminčios istorinio paveldo vietos. Ant piliakalnių Apuolėje ir Kernavėje kasmet organizuojamos senųjų amatų, archajinės muzikos bei karybos šventės, Valstybės dienos minėjimai, giedama Tautinės giesmė, rengiamos Vasaros saulėgrįžos šventės. Skiriant dėmesį ir išnaudojant šias teritorijas – būtų galima pritraukti daugiau turistų orientuotų į gamtą, kultūros istoriją ir sugalvoti įdomesnių, magiškesnių veiklų, pvz., meditacijos, smilkalų gaminimo edukacijos iš lietuviškų žolelių ir pan.

### Muziejai

Rokiškio rajone veiklą vykdo įvairios paskirties ***muziejai***. Rokiškio krašto muziejus su padaliniais yra biudžetinė įstaiga, kiti muziejai įkurti privačių kolekcijų pagrindu ir veikia savarankiškai (lentelė 21). Rokiškio mieste, yra muziejus, veikiantis uždarose patalpose, teikiantis kompleksines paslaugas ir reprezentuojantis viso krašto istoriją.

***21 Lentelė. Rokiškio rajono savivaldybės muziejai ir ekspozicijos***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Muziejai ir ekspozicijos | Muziejaus veiklos apibūdinimas | Renginiai |
| Rokiškio krašto muziejus | Šiuo metu čia saugoma daugiau kaip 100 tūkst. eksponatų. Yra dvaro, istorinė, L. Šepkos drožinių, prakartėlių ekspozicijos. | Taip |
| Laisvės kovų istorijos muziejus Obeliuose (RKM padalinys) | Muziejuje, įkurtame A. Dručkaus kolekcijos pagrindu, sukaupta per 9000 eksponatų | Taip |
| Kriaunų istorijos muziejus (RKM padalinys) | Muziejuje yra istorijos ir etnografijos ekspozicijos. Kriaunų muziejuje priskaičiuojama daugiau kaip 10 tūkstančių eksponatų | Taip |
| Rokiškio Šv. apaštalo ir evangelisto Mato bažnyčios muziejus-lobynas | Lobyne eksponuojamos bažnyčioje saugomos vertybės | Ne |
| Tautodailės ir liaudies buities muziejus | Įvairūs eksponatai ir liaudies buities. Privati kolekcija | Ne |
| J. ir A. Tunaičių etnografijos muziejus | J. ir A. Tunaičių sukaupti XIX-XX a. vidutinio ūkininko buities įrankiai. Sodyboje vyksta edukaciniai užsiėmimai, poezijos vakarai, susitikimai, vakaronės | Taip |
| Kiškių ulyčia | Kiškių muziejuje eksponuojama per 300 originalių kiškių skulptūrėlių, žaislų, magnetukų ir kt. | Ne |
| Medžioklės trofėjų kolekcijos paroda | Lietuvos medžiotojų ir žvejų draugijos Rokiškio skyriuje įkurta medžioklės trofėjų kolekcijos paroda. | Ne |
| Muziejus „Lėlių namai“ | Dabar muziejuje jau apie 1500 lėlių iš viso pasaulio. „Lėlių namuose“ įsikūręs ir lėlių teatras „ČIZ“ | Taip |
| Onuškio istorijos visuomeninis muziejus | Šiuo metu saugoma apie 400 muziejinės vertės daiktų: etnografijos – 50, religijos, numizmatikos – 60, buities reikmenų – 180 ir t.t. | Ne |
| N. Čirunienės kiaušinių dėkliukų kolekcija | Kolekcijoje jau daugiau kaip 1000 dėkliukų iš įvairių šalių ir žemynų | Ne |
| Dailininko Justino Vienožinskio tėviškė | Dailininko Justino Vienožinskio tėviškė-muziejus | Taip |

*Šaltinis: Rokiškio TTAIKC*

### Gastronominio turizmo paslaugos

Šiuolaikinėje visuomenėje vertybių kaita lemia naujus turisto – vartotojo prioritetus produktų kokybei ir natūralumui. Šis požiūris skatina ekologiškų ir sveikatai palankių maisto produktų gamybą, puoselėjimą ir populiarinimą. Maistas ir gėrimai vis labiau tampa pramogų ir poilsio dalimi. Maisto reikšmę atspindi kulinarinių kursų, studijų, knygų ir žurnalų leidyba, interneto dienoraščių (blog‘ų), receptų bei maisto nuotraukų kiekis socialiniuose tinkluose ir t.t. Kulinarija nurodo naujas turizmo orientavimosi kryptis: pagarbą tradicijoms, darnumui, sveikam gyvenimo būdui ir jausminei patirčiai. Ankstesnis turistų moto „privalau pamatyti“ šiandien tampa „privalau pajausti“. Tai reiškia turistai ieško unikalių patirčių per kultūros išraiškų, atmosferos, vietinio identiteto pažinimą ir tiesioginį įsitraukimą Kartu su autentiška, tradicine ir (arba) novatoriška kulinarija gastronominis turizmas gali apimti ir pvz., vietinių gamintojų lankymą, dalyvavimą maisto festivaliuose ir dalyvavimą maisto gaminime. Išlaidos skirtos maistui kelionės metu sudaro daugiau nei 25 procentus viso kelionės biudžeto.[[9]](#footnote-9) Siekiant neatsilikti nuo pasaulinių tendencijų, išnaudoti šį potencialą ir sukurti patrauklų krašto gastronominį įvaizdį Rokiškyje vyksta įvairios gastronominės edukacijos, degustacijos. Į Lietuvos tautinio paveldo sąrašą įtraukti Rokiškio r. išskirtinių kulinarinių produktų 5 gamintojai (19 produktų). Trys iš jų siūlo ne tik įsigyti, bet ir sužinoti daugiau apie produktus edukacijos metu ar sudalyvauti produkto gaminime (lentelė 22). Lietuvos tautinio paveldo ženklas tolygus išskirtinės kokybės ženklui, tad tikslinga juo pasinaudoti vystant produktų ir edukacijų rinkodarą. Kaimyniniuose rajonuose išsiskiria Utenos rajonas - su 70 tautinio kulinarinio paveldo sertifikatą turinčiais produktais (net 35 - vaistažolės), Zarasų r. – 11 (vyrauja duona ir kruopos), Anykščių – 8 (vyrauja vynas ir arbata), Kupiškio ir Biržų (vyrauja alus) – po 6.

***22 Lentelė. Rokiškio rajono tautinis (kulinarinis) paveldas***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Kulinarinis paveldas | Apibūdinimas | Edukacijos |
| Juodupės baravykų ir šakočių namai | Tautinį paveldo sertifikatą turi šakočiai ir forminiai meduoliai (baravykai). Gaminama ir ragaujama | Vyksta edukacijos. Užsakoma iš anksto |
| Jūžintų krašto kulinarinis paveldas | Tautinį paveldo sertifikatą turi paprasta rauginta ruginė duona, į nematerialųjį kultūros paveldą įtraukta Jūžintų keptinio alaus darymo tradicija. Ragaujama | Vyksta edukacijos. Užsakoma iš anksto |
| R. Nagelės vaisių, uogų vynai | Devyni uogų, vaisių fermentuoti vynai turi tautinio paveldo sertifikatus: 3 vaisių, 6 uogų. Ragaujama | Vyksta edukacijos. Užsakoma iš anksto |
| UAB „Kepėjėlė“ riestainiai | Tautinį paveldo sertifikatą turi riestainiai | - |
| UAB „Daivida” rūkyti mėsos gaminiai | Tautinį paveldo sertifikatą turi 6 rūkyti mėsos gaminiai | - |

*Šaltinis: sudaryta autorių*

Vietinių gamintojų 12 produkcijos ragavimo edukacijų siūlo 6 paslaugų tiekėjai (lentelė 23). Populiariausios - kuriose ragaujamas sūris, nes Rokiškio vardas dažnai siejamas su sūriu. Ši sąsaja atsiradusi jau seniai, nors pagrindo turizmo srityje šiai sąsajai nėra t.y. nėra specializuotos sūrio parduotuvės, sūrių festivalių, nevykta ekskursijos sūrio gamykloje. Tai spontaniškai susiformavęs ir įsitvirtinęs Rokiškio identitetas, kurį būtų nesudėtinga vystyti pasiūlant turistams platesnio spektro paslaugų susietų su sūriu, jo gamybą ir pan. Dabartiniu metu - šia kryptimi nei realių, nei rinkodarinių veiksmų nėra. Sezoninės edukacijos-degustacijos mažiau žinomos dėl trumpo veiklos laikotarpio, nors dėl specifiškumo galėtų tapti labai populiarios gastronominio turizmo srityje.

***23 Lentelė. Rokiškio rajono gastronominės edukacijos***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Pavadinimas | Apibūdinimas | Organizatorius |
| Sūrio kelias | Ragaujami Rokiškio sūris gaminiai, pasakojama apie tradicijas. | Rokiškio krašto muziejus |
| Arbatos valandėlė Rokiškio dvare | Ragaujama arbata, sužinoma jos istorija, atsiradimas dvare. | Rokiškio krašto muziejus |
| Aukštaitiški Kūčių valgiai ir papročiai | Ragaujami tradiciniai aukštaitiški Kūčių valgiai: avižinis kisielius, aguonpienis, kūčiukai, kviečiai su medumi ir kt. | Rokiškio krašto muziejus |
| Šventinių meduolių kepimas ir puošimas | Dekoruojami ir ragaujami kalėdiniai meduoliai. | Rokiškio krašto muziejus |
| Sūrio degustacija | Ragaujamas „Rokiškio grand” sūris su „Roksala vynu. | Kavinė „Senas grafas” |
| Mėsos degustacija | Ragaujami „Rokiškio mėsinės” gaminiai su „Roksala vynu. | Kavinė „Senas grafas” |
| Sūrio ir mėsos degustacija | Ragaujami „Rokiškio grand” sūris ir „Rokiškio mėsinės” gaminiai su „Roksala vynu. | Kavinė „Senas grafas” |
| Premium degustacija | Ragaujami „Rokiškio grand” sūris, „Rokiškio mėsinės” gaminiai, L.Sadauskienės IĮ šakočiai ir meduoliai su „Roksala vynu. | Kavinė „Senas grafas” |
| Dvariškos kulinarijos paslaptys | Ragaujami Ilzenbergo ūkyje pagaminti produktai: sūris, airanas, mėsos gaminiai, ruginė duona, medus ir kt. | Ilzenbergo dvaras |
| Vyno kelias | Ragaujama keleto rūšių uogų, vaisių vynai. | Kaimo turizmo sodyba „Roksala” |
| Naminė duona | Ragaujama pasirinktos rūšies duona, išsikepama duonos. | UAB „Garduona” |
| Paskenduolės sriuba | Ragaujama tam tikra šaltsriubė. Galima derinti su plaukimu plaustu. Tik vasaros sezono metu. | Kriaunų k. bendruomenė |

*Šaltinis: sudaryta autorių*

Palyginimui Biržų rajone yra siūlomos 9, Kupiškio – 8, Anykščių – 3, Utenos – 3, Zarasų – 7 edukacinės-degustacinės programos. Kelionių organizatoriai linkę gastronomines ekskursijas komplektuoti plačiai t.y. derinant Biržų alaus degustacijas ir Rokiškio sūrio edukacijas ar Anykščių vyno degustacijas su Premium degustacija ir pan. Lietuvos mastu gastronominio turizmo skatinimas vyksta epizodiškai - 1 tarptautinė turizmo paroda “Adventur” orientuota į ragavimą, VšĮ „Keliauk Lietuvoje” rinkodarinis projektas „GASTROliavimo po Lietuvą GIDAS“[[10]](#footnote-10), bei kiti šio VšĮ kuriami maisto žemėlapiai pvz. ledų, neįprastų šaltibarščių ir kt. Rokiškio r. specialios nuolatinės rinkodaros priemonės gastronominio turizmo populiarinimui nevykdomos. Tik pavieniai straipsniai, pasiūlymai siekiant užlaikyti atvykusius turistus tik Rokiškio rajone. Derinant skirtingas degustacijas ir lankytinus objektus rajone tai galėtų būti viena iš gastronominio turizmo populiarinimo strategijų.

|  |
| --- |
| *Apibendrinimas*  *Gastronominį turizmą plėtoja šalys, kurioms šią kultūrą yra svarbu išsaugoti, todėl ši turizmo sritis nuolat plečiasi, prisitaiko prie turistų poreikių ir siūlo vis daugiau kulinarinio paveldo produktų. Gastronominio turizmo plėtra turi būti skatinama tiek pilietinių visuomeninių organizacijų, tiek pačios valstybės.[[11]](#footnote-11)*  *Rekomenduotina Rokiškio krašto gastronominio turizmo atstovams bendradarbiauti tarpusavyje: ieškoti bendrų sankirtos kelių – krašte kurti ir vystyti gastronominio turizmo maršrutus, juos viešinti, reklamuoti. Efektyviausias reklamos būdas: pasitelkti lietuviškuosius maisto ruošimo guru (pvz., B. Nicholson, V. Radzevičius, A. Ivanauskas ir kt.), kurie turi savo TV laidas, socialines medijas, todėl naudinga rengti projektus, pristatyti krašto kulinarinį paveldą ir skleisti žinią.*  *Taip pat, pasitelkiant šiuolaikinius nuomonės formuotojus (influencerius), kurie daro itin didelę įtaką jaunimui, galima sukurti įvairių bendradarbiavimo projektų: nuo apsilankymo krašte iki vietinio maisto atsiuntimo jiems į namus (pvz., tradicinio šakočio, raguolių ir pan.), o jie per socialinius tinklus pasidalina gera žinia ir net paskelbia akciją, kad apsilankius Rokiškio krašte gausite kažkokį produktą įsigyti su influencerio nuolaida. Toks reklamos būdas pritaikomas visose srityse, todėl rekomenduojama išnaudoti šiuolaikines galimybes.* |

Kultūrinį turizmą siaurąją prasme tikslinga suvokti kaip galimybę dalyvauti įvairiose arba bent vienoje iš kultūrinio turizmo formų, kurios apima šalies/regiono kultūros, tradicijų, istorijos, gamtos, religijos, meno ir kitą pažinimą.[[12]](#footnote-12) Patogiausia įsitraukti į kultūrinį turizmą dalyvaujant įvairiose teminėse ***edukacijose***. Rokiškio rajone yra siūlomas platus spektras edukacinių programų (lentelė 24). Edukacijas vykdo: Rokiškio krašto muziejus (39), Rokiškio sav. J. Keliuočio viešoji biblioteka (6), Rokiškio TTAIKC Salų dvaro amatų dirbtuvėse (7), VšĮ „Saviugdos centras” (6), Rokiškio kultūros centras (3), muziejus „Lėlių namai“ (2), Dapkų ūkis (1).

***24 lentelė. Rokiškio rajone siūlomos edukacinės programos***

|  |  |
| --- | --- |
| Paslaugos tiekėjai | Edukacijos |
| Rokiškio TTAIKC Salų dvaro amatų dirbtuvės | Molio paslaptys  Augalų atspaudai molyje  Pabūk amatininkas: vytelių pynėjas  Šventinių dekoracijų dirbtuvės – Velykos  Šventinių dekoracijų dirbtuvės – Kalėdos  Molio lipdymas  Molio lipdymas ir glazūravimas |
| Rokiškio krašto muziejus | Bitutė pilkoji (Kriaunų padalinyje)  Rankinės istorija(Kriaunų padalinyje)  Vaško kumelaitė, lino uodegaitė (Kriaunų padalinyje)  Sūrio kelias  Ed’, ralio  Oi, jūs žolynai, žali žaliuonėliai  Medžio ir žmogaus sielų bendrystė  Pasaka – edukacija „Vilkas, ožka ir ožiukai“  Grafai Tyzenhauzai – mokslininkai, rašytojai, mecenatai  Dvaro lauko žaidimai  Sugrįžusios gyventi…“  Mergvakario godos  Arbatos valandėlė Rokiškio dvare  Vasario 16-oji. Kas ji mums?  Atstatyti bunkeriai laisvės kovų istorija prabyla  Išvyka pokario Aukštaitijos partizanų kovų ir žūties vietomis  „Slaptoji lietuviška mokykla“  Išvyka į rokiškėnų tarpukario Lietuvos ministrų pirmininkų tėviškes  Ką mena Nepriklausomybės aikštė?  Mano prosenelių vaikystė  Senieji matų vienetai  Puoškime Kalėdų eglutę šiaudiniais žaislais  Aukštaitiški Kūčių valgiai ir papročiai  Puošiu Kalėdas  Kiaušinių dažymas vašku  Rankų darbo muilo paslaptys (su didelių muilo burbulų pūtimu)  Tapyba ant stiklo  Žvakių liejimas  “Kai tavo rankose šienas atgyja”  “Šilta kaip avelė”  „Senovė žalvariu prabyla“  Aukštaitiškų juostų pynimas  Rudens spalvos  Tapyba ant stiklo  „1863 m. sukilėlių stovykla”  „Medžiotojo Roko pasakojimai apie Rokiškio senovę“ |
| B. ir V. Dapkų ūkis | Susipažinimas su ūkio gyventojais |
| Muziejus „Lėlių namai“ | Tu gali prakalbinti lėlę  Siūlų lėlės gamyba |
| VšĮ „Saviugdos centras” | Gongo garsų terapija  Tapybos pamoka  Mandalos kūrimas  Sapnų gaudyklės pynimas  Senovės Kinijos arbatos gėrimo ceremonija  Tapyba ant medinių lentelių |
| Rokiškio kultūros centras | „Linijos šokiuose“  „Viduramžių muzika, šokiai, žaidimai“  „Teatro vaiduoklio paslaptis“ |
| Rokiškio r. saviv. J. Keliuočio viešoji biblioteka | „Nuo molinės iki skaitmeninės“  „Kokia gali būti knyga“  „Knygų daktarai“  „Siuvinėjimo dirbtuvės“  „3D edukaciniai modeliavimo užsiėmimai“  „Poezijos kampelis“ |

*Šaltinis: www.rokiskiotic.lt,, www.muziejusrokiskyje.lt, www.rokiskiokc.lt, www.rokiskis.rvb.lt*

Edukacijų pasiūlos gausa išsiskiria Rokiškio krašto muziejus. Pasiūla nesugrupuota temomis, ar pagal amžiaus grupes, kas apsunkina pasirinkimą. Dauguma muziejuje siūlomų edukacijų orientuotos į mokyklinio amžiaus vaikus ir dideles grupes. Ši edukacinės veiklos strategija pritraukia mokyklas ar dideles ekskursijų grupes, tačiau nuošalyje palieka pavienius lankytojus ar šeimas. Gausėjant pavienių lankytojų srautams derėtų atkreipti į tai dėmesį ir perorientuoti bent dalį edukacijų patenkinti šių srautų poreikių. Dauguma turistų ieško naujovių, tad vertėtų kasmet sukurti naują ar atnaujinti bent vieną edukaciją nedidinant pasiūlos, o netgi peržiūrint esamų edukacijų paklausą. Kiti paslaugų teikėjai edukacijas siūlo atsižvelgdami į pagrindinį savo veiklos pobūdį. Bibliotekos, kultūros centro, muziejaus „Lėlių namai” edukacijos taip pat orientuotos į mokyklinio amžiaus vaikus. VšĮ „Saviugdos centras” edukacijos orientuotas į suaugusiuosius, galimi užsakymai pavieniams turistams ar šeimoms. Lyginant Rokiškio r. edukacinių paslaugų kiekį su kaimyniniais rajonais: Zarasų r. – 10, Utenos r. – 14, Anykščių r. – 22, Kupiškio r. – 34, Biržų r. – 17 edukacijų. Rokiškio r. edukacijų kiekis didžiausias, nes Rokiškio krašto muziejus jų turi tikrai daug. Edukacinės programos rengimas yra savotiškas iššūkis, reikalaujantis ne tik pedagoginių, bet ir analitinių bei psichologinių gebėjimų, tačiau būtina nuolat įvertinti auditorijos poreikius, kurie bėgant laikui tampa vis sunkiau patenkinami. Šiandien būtina sudaryti tokias pažinimo ar veiklos sąlygas, kad lankytojas būtų ne pasyvus klausytojas ar žiūrovas, bet aktyvus proceso dalyvis.[[13]](#footnote-13) Todėl Rokiškio r. edukacinių paslaugų teikėjams būtina įsivertinti, ar tikrai visos edukacinės programos yra tikslingos, ar jos vis dar paklausios ir pritraukia turistų dėmesį. Būtina orientuotis ne į kiekybę, o į kokybės standartus. Valstybinėje švietimo 2013–2022 metų strategijoje[[14]](#footnote-14) yra teigiama, kad „yra būtina skatinti mokymosi visą gyvenimą paslaugų kokybę bei įvairovę, kurti lanksčią prieinamumo sistemą, stiprinti kultūros įstaigų galimybes teikti švietimo paslaugas“ . Be to, anot, 2020 m. atlikto tyrimo „Pagrindinio ugdymo mokinių socialinės-pilietinės ir pažintinės kultūrinės veiklos organizavimas bendrojo ugdymo mokyklose“[[15]](#footnote-15), mokiniam labai trūksta socialinės-pilietinės veiklos įvairovės ir informacijos apie galimas / tinkamas atlikti veiklas, jų atlikimo vietas. Todėl rekomenduojama, kad muziejus, kultūros centras ir kiti edukacinių paslaugų teikėjai glaudžiau bendradarbiautų su savo partneriais – mokyklomis, kuriant naujas ar koreguojant esamas edukacijas.

### Renginiai

Kultūrinio turizmo rūšiai svarbus tikslas, turinys, kurį sudaro materialaus ir dvasinio paveldo aspektai, taip pat šiuolaikinis vizualaus ir scenos menų procesai, patirčių turizmas, kartais netikėtų kultūrinių patirčių turizmas. Reiktų akcentuoti, kad Europos valstybės, besirūpinančios kultūriniu turizmu, taip pat mokslininkai, vieningai sutaria, kad kultūrinį turizmą vertėtų sieti su darniu ir atsakingu turizmu. Itin svarbi kultūrinio turizmo sritis – tai ***renginiai***: parodos, koncertai, festivaliai ir kiti specialūs renginiai. Per pastaruosius 20 metų kultūros renginiai tapo galingais turizmą skatinančiais traukos centrais. Ši sritis – labai stipri reklamuojant ir skatinant kultūrinį turizmą, ypač populiarėjanti tarp jaunų žmonių. Festivalių ir parodų pagrindinis išskirtinumas yra tai, kad jie ribojami laiko. Potencialius turistus gali sudominti inovacijos, meniniai renginiai, festivaliai, koncertai, šiuolaikinio meno parodos, kuriama meniška aplinka. Tokiu atveju yra svarbi informacijos sklaida bei aiški komunikacija, daugiakalbiškumas, konkretus renginio pradžios ir pabaigos laikas, sistemingumas, tikslus kalendorinis periodiškumas. Rokiškio rajone vienas iš pagrindinis renginių organizatorių yra Rokiškio kultūros centras. Renginius organizuoja ir Rokiškio krašto muziejus, ir J. Keliuočio viešoji biblioteka, ir kultūros darbuotojai rajone, ir bendruomenės (lentelė 25).

***25 Lentelė. Renginiai Rokiškio rajone turintys potencialo pritraukti turistų***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Tipas | SPORTO | Laikas |
| Autoralis | Ralis „Samsonas Rally Rokiškis“ | Rugpjūtis |
| Tinklinis | Paplūdimio tinklinio čempionatas | Liepa |
| KULTŪROS | | |
| Teatras | Tarptautinis teatrų festivalis „Interrampa“ | Spalis |
| Lietuvos profesionalių teatrų festivalis „Vaidiname žemdirbiams” | Kovas |
| Tarpdisciplininis | Tarptautinis šiuolaikinio meno festivalis STARTAS | Rugpjūtis |
| Muzika | Tarptautinis vargonų muzikos festivalis, skirtas čekų muzikui, pedagogui, vargonininkui Rudolfui Lymanui | Rugsėjis |
| Mėgėjų meno kūrybos festivalis „Vasaronės“ | Birželis, liepa, rugpjūtis |
| Rokiškio klasikinės muzikos festivalis | Lapkritis, gruodis |
| Elektroninės muzikos festivalis „Memento” | Rugsėjis |
| Parodos | Konkursinė paroda L. Šepkos premijai laimėti | Rugsėjis |
| Respublikinė prakartėlių paroda | Gruodis |
| ŠVENTĖS | | |
| Viduramžių turnyras „Roko kalavijas” | | Liepa |
| „Širvynė” | | Rugpjūtis |
| Rokiškio miesto šventė | | Rugsėjis |
| Obelinė | | Rugsėjis |
| Edukacinė-kultūrinė šventė „Lino mūka” | | Rugsėjis |
| „Kuc kuc Kamajuos” | | Spalis |
| Rokiškis – Kalėdų rezidencija | | Gruodis |

*Sudaryta autorių*

Rokiškio r. renginiai dažniausiai vyksta vasaros pabaigoje – liepą 3, rugpjūtį 5, rugsėjį 6 renginiai. Daugiausiai didelių renginių susitelkę į rugsėjo mėnesį, kai turizmo sezonas Lietuvoje baigiasi t.y. galimas tik savaitgaliais, nes vaikai grįžta į mokyklas. Tuo tarpu vasaros metu renginių nedaug, kas galėtų būti keičiama, nes būtent vasaros laikotarpiu įmanoma sulaukti didelių turistų srautų renginiuose. Turistų palankiai vertinami tęstiniai renginiai su konkrečia data, nes neapsilankius vieną kartą galima tai padaryti kitąmet. Žvelgiant iš renginių tipų pasiūlos pozicijų – pasiūla įvairi ir pajėgi patenkinti pačių įvairiausių renginių turistų poreikius. Pradedant aukštuoju menu, baigiant miestų šventėmis. Dauguma renginių tradiciniai, tačiau platesniam renginių turistų ratui menkai žinomi. Lietuvos mastu reklamuojamas keletą kartų buvo „Rokiškis – kalėdų rezidencija”, dažniau organizatorių reklamuojamas „Samsonas rally Rokiškis”. Derėtų įvertinti renginio galimą auditoriją ir nusimatyti lėšas platesnei renginio reklamai.

|  |
| --- |
| *Apibendrinimas*  *Renginius būtina labiau viešinti nacionaliniu ir tarptautiniu mastu – labiausiai paveiki priemonė – socialinių medijų reklamos, pasitelkiant nuomonės formuotojus (influencerius), kurie keliautų po Rokiškio kraštą ir per medijas (Instagram, Facebook, Youtube ir kt.) transliuotų keliavimo galimybes rajone. Tai populiariausias ir efektyviausias būdas pritraukti jaunesnius turistus.* |

## Dalykinio turizmo paslaugos

Nacionalinėje turizmo plėtros 2019–2020 metų programoje[[16]](#footnote-16) dalykinis (konferencinis) turizmas apibrėžiamas kaip keliavimas profesiniais ar darbo tikslais, siekiant įgyti profesinių žinių ir jas papildyti, ar susijęs su dalykiniais susitikimais, parodų lankymu, dalyvavimu seminaruose, konferencijose, kongresuose. Dalykinės kelionės (dažniausiai tai kelionės į konferencijas, suvažiavimus arba parodas), trunka trumpai, tačiau jų tikslas gali būti kitos turizmo sritys (Hank-Haase, 1992, p. 6). Blaurock (1999) dalykinį turizmą priskiria verslo turizmui, nes jo motyvai iš esmės skiriasi nuo poilsinio turizmo. Tačiau per pastaruosius metus pastebima didėjanti tendencija sujungti verslą ir malonumą. Tai ypatingai pastebima skatinamųjų kelionių atveju.

Rokiškio rajone galimybės organizuoti dideles, tarptautinio lygio konferencijas šiuo metu ribotos. Konferencijų infrastruktūrą, tinkamą nedidelėms tarptautinio lygio konferencijoms organizuoti, turi ganėtinai daug rajono įstaigų ir įmonių (lentelė 26).

***26 Lentelė. Konferencijų infrastruktūra Rokiškio rajone***

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Įstaiga** | **Salės** | **Vietų skaičius** | **Įranga** | **Apgyvendinimas vietoje** |
| **Rokiškio r. savivaldybė** | 1 a. salė | 100 | Ekranas (TV), mikrofonai, kondicionierius | Ne |
| 8 a. salė | 25 | Ekranas (TV) | Ne |
| **J. Keliuočio biblioteka** | 1 a. (renginių) salė | 100 | Ekranas (pastatomas), projektorius, įgarsinimas | Ne |
| 2 a. (edukacinė) salė | 40 | Ekranas (pastatomas), projektorius, įgarsinimas | Ne |
| Verslo klasė | 12 | Ekranas (TV) | Ne |
| **Rokiškio krašto muziejus (dvaras)** | Menė rūmuose | 100 | Ekranas (pastatomas), projektorius, įgarsinimas, parkingas | Ne |
| Salės oficinoje | 100 | Ekranas (pastatomas), projektorius, įgarsinimas, parkingas | Ne |
| Salė kumetyne | 35 | Ekranas (pastatomas), projektorius, įgarsinimas, parkingas | Ne |
| **Rokiškio kultūros centras** | Didžioji salė | 462 | Ekranas (pastatomas), projektorius, įgarsinimas (prof.), kondicionierius | Ne |
| Mažoji salė | 92 | Ekranas (pastatomas), projektorius, įgarsinimas (prof.) | Ne |
| **Svečių namai "Leokordis"** | Didžioji salė | 130 | Ekranas, projektorius, parkingas | Taip |
| Mažoji salė | 40 | Ekranas, projektorius, parkingas | Taip |
| **Kavinė "Pupelė"** | 2 a. salė | 50 | Ekranas projektorius, įgarsinimas, kondicionierius | Ne |
| 1 a. salė | 16 | Ekranas projektorius, įgarsinimas, kondicionierius | Ne |
| **Kavinė "Senas grafas"** |  | 25 | Ekranas, projektorius | Ne |
| **Kavinė "Pipirini pizza tratoria"** | 1 salė | 15 | TV | Ne |
| 2 salė | 20 | TV | Ne |
| **Kaimo turizmo sodyba "Žiogelis"** | Žiogelio (konferencijų) salė | 100 | Ekranas, projektorius, įgarsinimas, kondicionierius, parkingas | Taip |
| Didžioji (pobūvių) salė | 150 | Ekranas, projektorius, įgarsinimas, kondicionierius, parkingas | Taip |
| **Kaimo turizmo sodyba "Sartakampis"** | Erdvusis namas | 60 | kondicionierius, parkingas | Taip |
| Jaukusis namas | 15 | kondicionierius, parkingas | Taip |
| **Kaimo turizmo sodyba "Brazylija"** | Konferencijų salė | 30 | Ekranas, projektorius TV, parkingas | Taip |
| Terasa | 80 | Ekranas, projektorius TV, tik vasarą, parkingas | Taip |
| Didžioji salė | 50 | Ekranas, projektorius TV, tik vasarą, parkingas | Taip |
| **Kaimo turizmo sodyba "Vieversynė"** | Mažojo salė | 30 | Ekranas, projektorius, parkingas | Taip |
| Didžioji salė | 100 | Ekranas, projektorius, parkingas | Taip |
| **Kaimo turizmo sodyba "Prie dvaro"** |  | 50 | Parkingas | Taip |
| **Kaimo turizmo sodyba "Aerodromas"** | Didžioji salė | 60 | parkingas | Taip |
| Mažoji salė | 40 | Parkingas | Taip |
| **Kaimo turizmo sodyba "Miško vila"** |  | 90 | Ekranas, projektorius, kondicionierius, parkingas | Taip |
| **Ignotiškio dvaro sodyba** |  | 50 | Parkingas | Ne |
| **Levandų Vanagynė** |  | 70 | ekranas, projektorius, tik vasarą, parkingas | Ne |
| **Kaimo turizmo sodyba "Gulbių slėnis"** |  | 50 | kondiciorius, Parkingas | Ne |
| **Kaimo turizmo sodyba "Pagriaumėlė"** |  | 40 | Ekranas, projektorius, parkingas | Ne |
| **Kaimo turizmo sodyba "Pas Jeleną"** |  | 30 | Ekranas, projektorius, parkingas | Ne |
| **Kaimo turizmo sodyba "Roksala"** |  | 30 | Ekranas, projektorius, parkingas | Ne |
| **Kaimo turizmo sodyba "Broniaus sodyba"** | Didžioji salė | 100 | Ekranas, projektorius, kondicionierius, parkingas | Taip |
| Mažoji salė | 30 | Ekranas, projektorius, kondicionierius, parkingas | Taip |
| **Kaimo turizmo sodyba "Zabieška"** | 1 salė | 50 | Ekranas, projektorius, parkingas | Taip |
| 2 salė | 50 | Ekranas, projektorius, parkingas, tik vasarą | Taip |
| **Ilzenbergo dvaras** | Didžioji salė | 50 | Ekranas, projektorius, parkingas | Ne |
| Didysis kambarys | 40 | Ekranas, projektorius, parkingas | Ne |
| **Salų dvaras** | Herbų salė | 50 | - | Taip |
| Aktų salė | 150 | - | Taip |

*Šaltinis: sudaryta autorių*

Didžiausias erdves konferencijoms - daugiau kaip 400 vietų – bei profesionalų įgarsinimą turi Rokiškio kultūros centras. Nuo 90 iki 150 asmenų gali konferenciniame renginyje sutalpinti 12 paslaugų tiekėjų. Nuo 35 iki 80 asmenų pajėgūs sutalpinti 18 paslaugų tiekėjų. 12 paslaugų tiekėjų pajėgūs sutalpinti itin nedideles konferencijas ar pristatymus - nuo 12 iki 30 žmonių. Apgyvendinimą konferencijos vietoje gali suteikti 19 paslaugų tiekėjų (daugiausia tai kaimo turizmo sodybos). Konferencinės įrangos pasiūla galimos konferencijų vietose ribota, dažniausiai tai pastatomas ekranas ir projektorius. Maitinimo ir kavos pertraukėlių taip pat dauguma paslaugų tiekėjų nedaro, tad konferencijų organizatoriams iškyla papildomų derinimų. Dauguma paslaugų tiekėjų neakcentuoja, neišskiria informacijos savo interneto svetainėse apie galimybes rengti konferencijas ir turimą konferencinę įrangą. Neviešinant šios informacijos konferencijų rengėjai renkasi kitus objektus, kitus rajonus, kurie aiškiai komunikuoja savo galimybes rengti konferencijas. Informacijos trūkumo problema lengvai išsprendžiama paslaugų tiekėjams papildžius informaciją interneto svetainėse, sukeliant informaciją į Rokiškio TTAIKC svetainę, kurioje pateikiama koncentruota informacija apie rajono turizmo išteklius. Apgyvendinimo, maitinimo problemos galėtų būti sprendžiamos aktyviau bendradarbiaujant skirtingiems paslaugų tiekėjams susiderinant tarpusavyje t.y. konferencijos rengėjui pateikiant pilną paslaugų paketą ir neverčiant jo ieškoti papildomų paslaugų. Dalykinis turizmas apima ne tik konferencijas ir apgyvendinimą, bet ir pramogas ar pažintinę dalį po darbo dienos. Pramogų ir krašto pažinimo paslaugų Rokiškio r. gausu, tačiau iškyla ta pati problema - nėra kompleksinių pasiūlymų, nėra glaudaus bendradarbiavimo tarp paslaugų teikėjų. Nišai užpildyti tikslinga būtų rengti skirtingų tiekėjų susitikimus, skatinti skirtingų paslaugų tiekėjų bendradarbiavimą. Susitikimų iniciatorius galėtų būti Rokiškio r. savivaldybė. Dar viena dalykinio turizmo sričių išpopuliarėjusi pastaruoju metu - darbostogos (workation) t.y. darbas nuotoliniu būdu iš poilsio vietų taip suderinant darbą ir poilsį. Svarbiausias reikalavimas darbostogų vietoms - spartus ir kokybiškas interneto ryšys, platus belaidžio interneto tinklas. Patogi, graži vietovė, nebrangus pragyvenimo lygis - visa tai svarbu renkantis darbostogų vietą. Rokiškio r. potencialios darbostogų vietos - kaimo turizmo sodybos, tačiau apie tokią galimybę užsimena tik “Broniaus sodyba”. Tai dar viena galimybė plėtoti dalykinį turizmą Rokiškio r. tačiau reikalingas išsamus tyrimas įvertinant visus darbostogoms aktualus aspektus.

|  |
| --- |
| *Apibendrinimas*  *Dalykinio turizmo galimybės Rokiškio r. vietų atžvilgiu pakankamos, tačiau kyla problemų dėl įrangos, maitinimo, pramogų suderinimo. Atsižvelgiant į nustatytą veiklos nišą, būtina skatinti skirtingų paslaugų tiekėjų glaudų bendradarbiavimą, konferencijų rengėjams pasiūlant pilną paslaugų komplektą ir taip kokybiškiau konkuruojant su kitais analogiškų paslaugų tiekėjais. Būtina įsivertinti apgyvendinimo vietų galimybes teikti darbostogų paslaugą bei užpildyti šią nišą. Sukūrus kompleksinių dalykinio turizmo paslaugų komplektus galima juos aktyviai viešinti įvairiais kanalais, naudojamais dalykinio turizmo naudotojų.* |

## Lėtojo turizmo galimybės

Terminas „lėtasis turizmas“ (slow tourism) grindžiamas nauja alternatyvia kelionės forma. Žvelgiant iš akademinės perspektyvos, lėtas turizmas laikomas požiūriu į atostogas, kurios skiriasi nuo pagrindinės turizmo reikšmės.[[17]](#footnote-17) Kai kurie mokslininkai[[18]](#footnote-18) teigia, kad lėtas turizmas yra holistinis požiūris į atostogas, kai kelionė, kelionės tikslas ir grįžimas atgal padaro įtaką kelionės įspūdžiams. Tačiau pagrindinė lėto turizmo idėja yra ta, kad šiuo atveju siūloma galvoti apie „sulėtėjimą“ ir ką tai gali atnešti, reikšti atostogų prasmei. Kartu įnešamos, įtraukiamos įvairios perspektyvos, tokios kaip kelionės patirtis, laiko patyrimas, vertė, bendradarbiavimas su vietine vietove ir aplinkos sąmonė.[[19]](#footnote-19) Lėto keliavimo „taisykles“ turi keletą kertinių vertybių kurios būdingos judėjimui: pirmoji – neskubrus keliavimo tempas, antroji – atidus kelionės vietos pasirinkimas. Neskubėjimas – tai kitoks kelionės laiko ir plano suvokimas, tai ne pliusiukų užsidėjimas prie įžymių vietų, bet vietos asmeniškesnis pažinimas – susidraugavimas su ja, jos charakterio atskleidimas. Pasirinkta aplinka pažįstama per visas penkias žmogaus jusles – apžiūrima gamta, susipažįstama su vietiniais gyventojais, išbandomas tradicinis maistas. Kelionės vietos pasirinkimas – svarbu įsijausti į pasirinktos vietovės gyvenimą. Tai gali būti regionas, gyvenvietė, o gal tik viena gatvė ar sodyba. Lėtas turizmas skatina įsigilinti – pažinti vietos tradicijas, istoriją, papročius, vietines šventes. Geriausia, jeigu vienoje vietovėje apsistojama bent savaitei, kad pasijustų vietos ritmas. Lėtos kelionės tikslas ne kilometražas, o unikalaus įspūdžio gylis. Jis skirtas žmogui, norinčiam gyventi šiek tiek geriau šiame skubos apimtame moderniame pasaulyje. Štai kodėl lėtumo filosofija gali būti apibudinama vienu žodžiu – pusiausvyra. Žodis „lėtas“ neturėtų būti tapatinamas su žodžiu „tingėjimas“ (Honore C., 2004) Žvelgiant iš turizmo paslaugų sektoriaus perspektyvos, lėtas turizmas traktuojamas kaip kylantis rinkos segmentas. Pasaulyje yra susikūrę lėto maisto (slow food), lėtų miestų (cittaslow) tinklai. Lietuvoje vykdomas vienas projektas – VO „Ukmergės rajono vietos veiklos grupė“ kartu su partneriais Tauragės rajono vietos veiklos grupe bei Alytaus rajono vietos veiklos grupe įgyvendina projektą „Lėtojo turizmo skatinimas Ukmergės, Tauragės ir Alytaus rajonuose“, kuris yra finansuojamas pagal Lietuvos kaimo plėtros 2014–2020 metų programos priemonę „LEADER” veiklos sritį „VVG bendradarbiavimo projektų rengimas ir įgyvendinimas” – siekiantis populiarinti lėtas keliones. Natūralu, kad nekilnojamųjų kultūros vertybių lankymas yra populiaresnis tuomet, kai juose ar jų aplinkoje vyksta mišrūs kultūriniai – pramoginiai renginiai arba siauresnio pobūdžio teminiai renginiai susiję, su tam tikro objekto istorija bei pristatymu. Be to, būtina atkreipti dėmesį į krašto istoriją, jos žmones. Pasaulyje itin populiarus lėtojo turizmo judėjimas, kuomet turistas siekia labiau susipažinti su krašto žmonėmis, jų kasdieniais darbais, rūpesčiais – tokiu būdu turistai ieško įdomių žmonių istorijų, naujų pojūčių, autentiškumo.

**Kaimo turizmo / Tautinio paveldo aspektas**

Kaip ir Lietuva, taip ir Rokiškio rajonas turi gilias agrarines tradicijas, o tai galima traktuoti kaip potencialą lėtojo turizmo krypčiai. Tai kaimo turizmo sodybos, kurios orientuotos į pavienių lankytojų apgyvendinimą ir jų užimtumą. Galimas užimtumas: dalyvavimas ekologiškų produktų gamybos procese, galimybė juos įsigyti, dalyvavimas ūkio darbuose, susipažinimas su tradiciniais amato įnagiais ir įrankiais (drožyba, juostų audimas ir pan.), specializuotos patirtys – medaus išgavimas, vaistažolių rinkimas ir kt. Rokiškio rajone užimtumą suteikiantį gilią patirtį kaimo turizmo sodybos siūlo minimaliai, dažniau tai atskiri gamintojai, kurie suteikia galimybę dalyvauti procese (pvz. Dapkų ūkis, „Garduona”, Zanapolio dvaro ūkis, „Levandų Vanagynė”, iš dalies Ilzenbergo dvaro ūkis). Tradiciniai amatai, tautinis paveldas yra viena iš alternatyvių lėtojo turizmo krypčių, kuri gali duoti nemažą teigiamą ekonominę ir socialinę naudą rajonui. Didelė dalis tradicinių amatininkų nesuinteresuoti priimti turistų ir dalintis patirtimi. Konkrečiai į lėtojo turizmo patirčių suteikimą neorientuotas nei vienas paslaugų tiekėjas t.y. nesuteikiamas bendravimas, dalyvavimas visuose produkto gamybos ar ūkio priežiūros procesuose. Rokiškio rajonas turi potencialą tapti lėtojo turizmo kryptimi ieškantiems autentiškumo bei gali būti reprezentuojamas kaip kryždirbystės, audimo, medžio drožybos, juvelyrikos, kulinarinio paveldo kryptis. Siekiant lėtojo turizmo plėtros Rokiškio rajone, labai svarbu orientuotis į amatininkų ir kaimo turizmo sektoriaus tarpusavio integraciją. Lėtas keliautojas būtų suinteresuotas apsistoti kaimo turizmo sodyboje, kurioje per patirtį galėtų susipažinti su autentiškais dirbiniais ar gaminamais patiekalais (produkcija). Pasinaudojant etikete „lėtas“, kuri atspindi kokybišką vietovėje teikiamų autentiškų paslaugų pasiūlą ir šį terminą naudoti kaip efektyvią rinkodaros priemonę pritraukiančią turistus, kuriems aktualus kultūrinis ar aplinkosauginis aspektas.

**Religinis turizmo / Piligriminių žygių aspektas**

Religija jau labai ilgą laiką yra stiprus motyvas keliauti. Tai patvirtina UNWTO[[20]](#footnote-20) duomenys - kiekvienais metais apie 300 – 330 mln. turistų apsilanko religinėse traukos vietose, pasaulyje įvyksta apie 600 mln. nacionalinių ir tarptautinių religinių kelionių, iš kurių 40 procentų vyksta Europoje. Taigi, religinio turizmo potencialas yra didelis ir jis kasmet didėja. Vis populiarėjanti autentiškų patirčių, gyvenimo pusiausvyros paieška turizmo sektoriuje skatina turizmo pokyčius. Turizmo pramonė palaipsniui tolsta nuo masinio turizmo ir orientuojasi į tam tikros rinkos vartotojų psichologinių poreikių patenkinimą. Piligriminiai žygiai dažniausiai vyksta pėsčiomis, dviračiais, religinės kelionės autobusais, automobiliais, o kelionės programos vis labiau apima elementus, susijusius su kelionės motyvais (pavyzdžiui, aplankant kitas religines vietas kelyje).[[21]](#footnote-21) Ekspertai nurodo, kad ši turizmo niša yra atsparesnė ekonominiams nuosmukiams, nei bet kuri kita. Religinis turizmas bei piligriminiai žygiai yra dar vienas lėtojo turizmo aspektas Rokiškio rajone, o šios nišos panaudojimas lėtajam turizmui būtų perspektyva skatinti rajono turizmo ekonomiką. Piligrimo keliaujančio pėsčiomis dienos žygis yra vidutiniškai apie 30 kilometrų. Orientuojantis į šį rodiklį galima kurti maršrutus rajone ar bendradarbiaujant su kaimyniniais rajonais sužymint maršrutus, pritaikant infrastruktūrą, suderinant poilsio taškus, kad piligrimas turėtų kur apsistoti, pajusti vietovės (regiono) kultūrą. Rokiškio rajone religinis turizmas vystomas menkai t.y. galimos aplankyti bažnyčios rajone pavienės (Rokiškio šv. Mato, Salų šv. Kryžiaus, Jūžintų Šv. Mykolo). Į kitas bažnyčias patekti sudėtinga, trūksta gidų galinčių papasakoti apie jų istoriją. Rokiškio mieste esantis Kalvarijų kelias pažymėtas, tačiau nėra populiarus. Stračiatikių maldos namai - mieste nelinkę įsileisti lankytojų, Bobriškio kaime - kultūros paveldas, į kurį patekti galima tik iš anksto susitarus. Kitų religinio turizmo objektų rajone nėra. Rokiškio rajone vystoma piligriminio kelio idėja „Kultūros piligrimo kelias“, todėl pritaikius infrastruktūrą – tokia lėta kelionė taptų traukos objektu lėtojo turizmo mėgėjui. Tačiau problema, kad lėtojo turizmo plėtrai, bei įvaizdžio kūrimui šis potencialas nėra išnaudojamas, nors religinis turizmas, kaip lėtojo turizmo plėtra galėtų prisidėti prie užsienio turistų skaičiaus augimo Lietuvos regionuose.[[22]](#footnote-22)

|  |
| --- |
| *Apibendrinimas*  *Galima teigti, kad Rokiškio rajone yra galimybės vystyti lėtojo turizmo koncepciją, nes kultūrinių išteklių, ūkių, amatininkų ir kt. veiklų būdingų lėtojo turizmo sričiai – pakankamai. Tačiau trūksta įsigilinimo į šią koncepciją, jos teikiamą naudą bei paslaugų tiekėjų įsitraukimo. Sukūrus bendradarbiavimo tinklą, sugeneravus konkrečius pasiūlymus, idėjas, patirtis galima patogiai viešinti, drąsiai siūlyti tiek užsienio, tiek Lietuvos turistui. Vadinasi, norint turistui pateikti patrauklią informaciją, būtina apjungti ir ieškoti vieno tinklo, kuris išsamiai galėtų vartotojui pristatyti, ką jis gali gauti krašte, pasirinkęs keliauti lėtai. Geriausias būdas tą pasiekti – sukomplektuoti turistinius savaitgalio pasiūlymus – kelionių maršrutus su papildomomis į kainą įskaičiuotomis paslaugomis. Tokius savaitgalio kelionių kuponus turistas galėtų nusipirkti kelionių agentūrose (pvz.,* [*www.makaliauslietuva.lt*](http://www.makaliauslietuva.lt)*), gerų emocijų internetinėse parduotuvėse (pvz.,* [*www.geradovana.lt*](http://www.geradovana.lt)*), įvairių paslaugų internetiniuose portaluose (pvz.,* [*www.beta.lt*](http://www.beta.lt)*).* |

# TURIZMO POVEIKIO ANALIZĖ

***Turizmo poveikis Lietuvoje***

Turizmo ekonominio poveikio šalies ūkiui rodiklius sudaro turizmo pajamų dalis šalies eksporte, sektoriaus indėlis į šalies bendrąjį vidaus produktą (BVP), darbo vietų skaičius turizme (Lentelė 27). Nors turizmo pajamų dalis šalies paslaugų eksporte 2014-2018 m. laikotarpiu sumažėjo nuo 18,13 proc. iki 13,65, tačiau turizmo pajamos šiuo laikotarpiu išaugo nuo 1066,94 mln. EUR (2014 m.) iki 1321,15 mln. EUR (2018 m.). Remiantis Pasaulio Kelionių ir Turizmo Tarybos teikiamais duomenimis, turizmo sektoriaus indėlis į Lietuvos BVP 2018 m. sudarė 4,9 proc., pokytis lyginant su 2014 m. siekė 0,4 proc. p. Darbo vietų skaičius turizme 2018 m. siekė 65,5 tūkst. (Pasaulio Kelionių ir Turizmo Tarybos duomenimis), o pokytis lyginant su 2014 m. siekė net 43,0 proc.

***27 Lentelė. Lietuvos turizmo sektoriaus ekonominiai rodikliai***

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Metai | Turizmo[[23]](#footnote-23) pajamų dalis šalies paslaugų eksporte, proc. | Turizmo sektoriaus indėlis į šalies bendrąjį vidaus produktą (BVP) | Turizmo sektoriaus indėlio į šalies bendrąjį vidaus produktą (BVP) pokytis proc. | Darbo vietų skaičius turizme, tūkst. |
| 2018 | 13,65 | 4,9 | 0,66 | 65,5 |
| 2017 | 14,47 | 4,9 | -1,14 | 47,2 |
| 2016 | 16,44 | 4,9 | 4,45 | 46,9 |
| 2015 | 15,88 | 4,7 | 4,51 | 46,2 |
| 2014 | 18,13 | 4,5 | 11,31 | 45,8 |

*Šaltinis: Lietuvos bankas, pasaulinis duomenų atlasas Knoema.com, Lietuvos statistikos departamentas, Pasaulio Kelionių ir Turizmo Taryba*

Išanalizuoti turizmo ekonominio poveikio šalies ūkiui rodikliai rodo, kad turizmo paslaugos per penkerių metų laikotarpį Lietuvoje augo.

Turizmui būdingos ekonominės veiklos rūšys 2017 m. generavo 551,4 mln. EUR (Lentelė 28). Turizmo sektoriaus bendrąją pridėtinę vertę didžiąja dalimi sukuria apgyvendinimo įstaigos, restoranai, barai ir kitos maitinimo įstaigos, visų rūšių transportas, kelionių agentūros ir kelionių organizatoriai, pramogų ir poilsio organizavimo įmonės, kt. Lyginant penkerių metų laikotarpį, turizmui būdingos ekonominės veiklos rūšies pridėtinė vertė išaugo 44,2 proc. (nuo 382,4 mln. EUR – 2013 m. iki 551,4 mln. EUR – 2018 m.), o kitų ekonominės veiklos rūšių pridėtinė vertė išaugo mažiau – 8,4 proc. (nuo 572,2 mln. EUR – 2013 m. iki 620,1 mln. EUR – 2018 m.). Bendras vidaus turizmo vartojimas analizuojamu laikotarpiu išaugo 22,7 proc. (2013 m. – 954,6 mln. EUR, 2017 m. – 1171,5 mln. EUR).

***28 Lentelė. Turizmo pridėtinė vertė Lietuvoje, mln. EUR***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Metai | Turizmui būdingos ekonominės veiklos rūšys[[24]](#footnote-24) | Kitos ekonominės veiklos rūšys[[25]](#footnote-25) | Bendras vidaus turizmo vartojimas |
| 2017 | 551,4 | 620,1 | 1171,5 |
| 2016 | 473,8 | 578,9 | 1052,7 |
| 2015 | 433,7 | 571,6 | 1005,4 |
| 2014 | 437,4 | 573,3 | 1010,7 |
| 2013 | 382,4 | 572,2 | 954,6 |

*Šaltinis: Lietuvos statistikos departamentas*

Turizmo produkcija, palyginti su bendrąja produkcija[[26]](#footnote-26), nuo 2013 m. iki 2017 m. padidėjo 0,11 proc. punktais (10 pav.). Nuo 2015 m. šis rodiklis stabiliai auga, o tai rodo teigiamas tendencijas.

***10 pav. Turizmo produkcija, palyginti su bendraja produkcija, proc.***

*Šaltinis: Lietuvos statistikos departamentas*

***Turizmo poveikis Panevėžio apskrityje***

Vietinių turistų, atvykstančių į Panevėžio apskritį, išlaidos paaugo nuo 4,3 mln. Eur 2018 metais iki 7,1 mln. Eur 2019 metais (11 pav.). Turistų Panevėžio apskrityje išlaidos 2019 m. pasiskirstė taip: 37 proc. – transporto išlaidos, 38 proc. – apgyvendinimo išlaidos, 14 proc. – maisto išlaidos, 5 proc. – pirkinių išlaidos, 6 proc. – kitos išlaidos. Didžiausias išlaidas patiria atvykstantys iš Vilniaus regiono ir Kauno apskrities. Per tris metus 2017-2019 m. laikotarpiu atvykusieji iš Kauno apskrities Panevėžio apskrityje išleido 4,8 ml. Eur, o iš Vilniaus regiono – 4,6 ml. Eur. Įvertinus vienam Panevėžio apskrities gyventojui tenkančias atvykstančių turistų išlaidas, Rokiškio rajone generuojamos turistų išlaidos 2017-2019 m. sudaro apie 83,33 Eur. Taigi, [turizmas](https://www.lrt.lt/tema/turizmas) Lietuvoje tampa vis svarbesniu ir sparčiai besiplečiančiu ekonomikos veiksniu.

***11 pav. Turistų, atvykstančių į Panevėžio apskritį iš kitų apskričių, išlaidos***

*Šaltinis: Lietuvos statistikos departamentas*

***COVID-19 pandemijos poveikis turizmo sektoriui***

Nuo COVID-19 pandemijos kone skaudžiausiai nukentėjo turizmo sektorius – keliautojams užvertos sienos, privaloma izoliacija, taikomi vietiniai judėjimo ribojimai.

Atskirų ekonominių veiklos rūšių Statistikos departamento duomenų bazėje neįmanoma paimti, todėl informacija yra suminė, t.y. skaičiai rodo apgyvendinimo, maitinimo ir meninės, pramoginės ir poilsio organizavimo veiklos kitimo rodiklius.

***29******Lentelė. Atleistų darbuotojų skaičiaus kitimas (proc.)***

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 2020 m. | Biržų r. sav. | Kupiškio r. sav. | Anykščių r. sav. | Utenos r. sav. | Zarasų r. sav. | Rokiškio r. sav. |
| spalis | 94,3 | 58,9 | 73,3 | 93,5 | 73,2 | 77,8 |
| rugsėjis | 32,1 | 68,8 | 64,8 | 57,9 | 96,9 | 53,6 |
| rugpjūtis | 313,6 | 238,4 | 219,7 | 145 | 156,8 | 179,6 |
| liepa | 94 | 83,5 | 87,8 | 68,7 | 41,5 | 94,6 |
| birželis | 163,7 | 151,5 | 160,8 | 165,1 | 221,6 | 150,7 |
| gegužė | 88,3 | 78,2 | 75,2 | 87,7 | 96,7 | 84,6 |
| balandis | 100 | 55,8 | 74,6 | 94,2 | 113,8 | 86,6 |
| kovas | 96,3 | 167,7 | 116,1 | 143,9 | 117,6 | 144,3 |
| vasaris | 100 | 83 | 112 | 86,7 | 64,8 | 19,4 |
| sausis | 87,7 | 121,7 | 86,4 | 101,5 | 81,4 | 209,9 |

*Šaltinis: sudaryta autorių pagal Lietuvos Statistikos departamento duomenis*

Iš lentelės 29 duomenų matoma, jog visose lyginamose savivaldybėse darbuotojai daugiausiai buvo atleidžiami 2020 m. kovo mėn. (2020 m. kovo 14 d. įsigaliojo pirmasis karantinas[[27]](#footnote-27)). Lyginant su ankstesniu laikotarpiu, atleistų darbuotojų skaičiaus kitimas buvo – 167,7 proc., Rokiškio rajone – 144,3 proc. Vasaros pradžioje, birželio mėnesio duomenimis, didžiausias atleistų darbuotojų kitimas fiksuotas Zarasų rajono savivaldybėje (221,6 proc.), Rokiškio rajono savivaldybėje – 150,7 proc. Rugpjūčio mėnesį situacija dar blogesnė: atleistų darbuotojų skaičiaus kitimas fiksuojamas vidutiniškai 2-3 kartus didesnis, lyginant su ankstesniu laikotarpiu.

Pateiktoje lentelėje 30 matomi konkretūs skaičiai, rodantys, kiek apgyvendinimo, maitinimo, meninės, pramoginės ir poilsio organizavimo įmonėse lyginamosiose savivaldybėse atleista darbuotojų. Vertinant Rokiškio rajono savivaldybės skaičius, matoma, kad iš šio sektoriaus atleista itin daug darbuotojų, todėl ateityje regima tendencija, jog ne tik kris teikiamų paslaugų kokybė, bet ir turistui teikiamų paslaugų pasirinkimo galimybė, sprendžiant, kad gali įvykti bankroto atvejų šiuose sektoriuose.

***30 Lentelė. Atleistų darbuotojų skaičiaus apgyvendinimo ir maitinimo paslaugų veikloje (vnt.)***

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Laikotarpis  2020 m. | Biržų r.  sav. | Kupiškio r. sav. | Anykščių r. sav. | Utenos r. sav. | Zarasų r. sav. | Rokiškio r. sav. |
| spalis | 133 | 83 | 143 | 914 | 90 | 158 |
| rugsėjis | 141 | 141 | 195 | 1194 | 123 | 203 |
| rugpjūtis | 439 | 205 | 301 | 1651 | 127 | 379 |
| liepa | 140 | 86 | 137 | 997 | 81 | 211 |
| birželis | 149 | 103 | 156 | 1322 | 195 | 223 |
| gegužė | 91 | 68 | 97 | 825 | 88 | 148 |
| balandis | 103 | 87 | 129 | 872 | 91 | 175 |
| kovas | 103 | 156 | 173 | 1107 | 80 | 202 |
| vasaris | 107 | 93 | 149 | 811 | 68 | 140 |
| sausis | 107 | 112 | 133 | 885 | 105 | 720 |

*Šaltinis: sudaryta autorių pagal Lietuvos Statistikos departamento duomenis*

|  |
| --- |
| *Apibendrinimas*  *Vietinių turistų, atvykstančių į Panevėžio apskritį, išlaidos per 2018-2019 metus paaugo 65,12 proc. iki 7,1 mln. Eur. Didžiausias išlaidas patiria atvykstantys iš Vilniaus regiono ir Kauno apskrities. Rokiškio rajone generuojamos turistų išlaidos 2017-2019 m. sudaro apie 83,33 Eur, o tai yra nepakankamai, kad rajonas galėtų generuoti teigiamą pridėtinę vertę iš turizmo sektoriaus, kuris pasaulyje užima vis svarbesnę ekonominę reikšmę.*  *Tačiau COVID-19 pandemijos akivaizdoje susiduriama su kitais iššūkiais – tai darbuotojų atleidimas, verslų uždarymas ir kitos turizmo plėtrą stabdančios sritys, dėl kurių neįmanoma teikti turizmo paslaugų. Todėl būtina parengti rinkodaros strategiją, kuri pakeltų atvykstančių turistų kiekius, ir tokiu būdu kompensuotų prarastus išteklius. Be to, augant turistų skaičiams, sektorius atsigautų, todėl darbuotojai būtų grąžinami į darbo rinką, nes iššūkis, poreikis teikti kokybiškas paslaugas – išlieka.* |

# NAUDOJAMŲ E-RINKODAROS PRIEMONIŲ ANALIZĖ

Šiais inovаcijų laikаis, žmоgus susiduriа su informаcijos įvаirialypiškumu, kai skirtingų rinkodaros priеmonių pаgalba, informаcija apie prеkę ar pаslaugą yra pаteikiama ne viеnodai. Holiday R. (2018), pаbrėžia, kad šiuolaikinės rinkodаros еsmė – sudоminti kliеntus. Produktаs reklаmuojamas ir didinаmas jo žinomumаs tam, kad būtų skаtinamas pardаvimas. Rinkodara – tai organizacijos veiksmai, kuriais siekiama sukurti ir pateikti rinkai ekonominę vertę turinčias prekes ar paslaugas bei plėtoti santykius su jų vartotojais linkme, kuri būtų naudinga organizacijai ar kitoms suinteresuotoms šalims (Kotler P. Keller L. K. 2007). E-rinkodara – infоrmacinių tеchnologijų naudоjimas rinkоdarinės veiklоs tikslаis, kūrimо, kоmunikavimo, pristatymо ir keitimоsi pаsiūlymais, kuriе yra nаudingi darbuоtojams, klientаms ir pаrtneriams, procеsas (Strauss J., Frost R., 2014) E-rinkodaros priemonės – аiškaus, nuosеklaus, įtikinаmo bendrоvės / оrganizacijos ir jos gаminamų prеkių ar tеikiamų pаslaugų įvaizdžiо pаteikimas, intеgruojant ir kоordinuojant visus kоmunikacijos grandinės еlementus Tamulevičiaus T. (2006). Daugеlis orgаnizacijų pаmiršta, kad rinkodаra nėrа tikslаs dėl tikslo. Jos pаskirtis – pritrаukti kliеntų. O įvеrtinus šį ryšį, bet kas, kas pritraukia kliеntų, yra rinkodаra.

Nuolаt didėjаnti rinkа, kintаntys vаrtotojų norаi sukuriа pоreikį nаujoms rinkоdaros funkcijоms, priemоnėms ir instrumеntams. Šiuоlaikinės оrganizacijos, ypač turizmo, priverstоs įdiеgti kitоkį, tobulesnį rinkodaros modelį, kad prisitaikytų prie naujovių, todėl vis dažniau dėmesį skiria elektroninei (dažniau vadinamai internetinei) rinkodarai. Elektroninės rinkodaros elementai padeda kurti efektyvią komunikaciją, ko pasekoje sumažėja išlaidos, o tiksliniai pranešimai yra nukreipiami vartotojui pagal poreikius. Pasitеlkus еlektroninės kоmunikacijos priemonеs, greičiau pasiеkiamas pаgrindinis tikslаs – sugеbėjimas suprаsti ir įsiklаusyti į vаrtotojų pоreikius. Tai nеreiškia, kad trаdicinė rinkоdara išstumiama į užribį, tiеsiog pаstebimas pоreikis integruotų rinkоdaros kоmunikacijos kаnalų, kuriе gеriausiai vеikia еlektroninės rinkоdaros tеrpėje. Milder N. D. (2013) pаbrėžia, kad svаrbiausia, į ką orgаnizacijos ir įmоnės turi аtkreipti dėmеsį, nоrinčios sėkmingаi vеikti – būti rаndamoms ir mаtomoms intеrnete. Šiuolaikinis vartоtojas infоrmacijos pirmiausiа ieškо internеte. Rаsti rеzultatai padеda sufоrmuoti įvаizdį. Šiame kоntekste išryškėjа interaktyvumо svаrba. Intеraktyvumas tаmpa būtinа sąlygа kоmunikacijos su vartоtojais procеse. Prisitaikymаs prie kintаnčių vartоtojų porеikių, naudоjant intеrnetinės rinkоdaros priemonеs, atvеria naujаs galimybеs didinti rinkоdaros еfektyvumą. Zibоrova J. Ir Stašys R. (2009) išskiria pаgrindines elеktroninės rinkоdaros priemоnes (6):

* ***Internеtinė svеtainė*** – tai rinkоdaros žiniаtinklyje fоrma, padеdanti infоrmuoti, įtikinti ir priminti vartоtojams аpie įmоnę / organizaciją ar jоs prеkes / teikiamаs pаslaugas. Reikiа suprаsti, kad svеtainė nėrа tik rеklamos priеmonė, tаčiau ir reklаmos internеte pаteikėja – priklausоmai nuо svеtainės funkcijų. Jеi tаi yra įmоnės / оrganizacijos svеtainė, atliekаnti bеndravimo su vartоtojais funkciją, ji bus rеklaminė priemоnė. Tаčiau į tos įmоnės / organizаcijos svеtainę gаli būti tаlpinama ir kitоs įmоnės rеklama, tаda svеtainė atliks rеklamos pаteikėjos funkciją. Intеrneto svеtainėse žmоnės lankоsi dėl įvairių priеžasčių, tаčiau sudоminti gаli ir išskirtinis infоrmacijos pаteikimo būdаs. Dėl šiоs priežаsties yrа svаrbu kurti tоkias svеtaines, kurių pаtrauklus turinys įtrаuktų vartоtoją ir jis siеktų užsibūti jojе kuо ilgiаu.
* ***Rеklaminiai skydеliai*** – tai nеdideli pаveikslėliai, kuriе gаli būti judаntys ir nejudаntys, juosе pаteikta mаžai infоrmacijos, savо ryškumu jiе pаtraukia dėmеsį ir nukrеipia į informacijоs šаltinį. Pаspaudus ant jо, gаunama išsаmesnė infоrmacija. Tаčiau tai yrа benе brаngiausia reklаmos žiniatinklyjе fоrma, kuri nе visаda būnа еfektyvi. Rеklaminiai skydеliai yra vеiksmingi tik tаda, kai pasirоdo tinkаmu lаiku ir yrа infоrmatyvūs. Тaip pat lаbai svаrbu, kad rеklaminiai skydеliai nеbūtų įkyrūs ir negаdintų bеndro svеtainės vaizdо. Rеklaminiai skydеliai internetе parduоdami trimis būdаis (Berkley H. 2007):
* CPM (angl. cost pеr thousаnd imprеssions) – kаina už tūkstаntį pаspaudimų;
* CPA (angl. cost pеr аction) – kаina už vеiksmą arbа pаrdavimą;
* CPC (angl. cost pеr click-thrоugh) – kаina už sprаgtelėjimą.
* ***Elеktroninis pаštas*** – vienа iš sеniausių ir pоpuliariausių žiniatinkliо pаslaugų, kuriа kаsdien naudоjasi dаugybė žmоnių visаme pаsaulyje. Šis fаktas ir lėmė, kаd elеktroniniu pаštu siunčiamа rеklama gеli tаpti efеktyvia bei pigiа kаmpanijos vykdоma priemоne. Nuоlat primеnant vаrtotojams аpie savо įmоnę / оrganizaciją e. pаštu, užtikrinamаs vartоtojų lоjalumas. Тačiau lаbai svаrbus aspеktas – vartotоjų sutikimаs. Тik pаtys vartоtojai gаli pаsirinkti, ar nоri būti įtrаukti į įmоnės / organizacijоs e. pаšto adrеsų sąrаšą.
* ***Pаieškos svеtainės*** – tai rinkоdarinė priemоnė, kuri sutеikia gаlimybę pristаtyti savо prеkę ar pаslaugą pоtencialiems vartоtojams, niеko nеgirdėjusiems аpie tą prеkę ar pаslaugą. Sаkant pаprasčiau, nаujas svеtaines, prоduktus, pаslaugas žmоnės rаnda internetо paieškоs sistеmose. Vаdinasi, nоrėdama аtkreipti dėmеsį į sаve, įmonė / оrganizaciją turi būti įtrаukta į pоpuliariausias infоrmacijos pаieškos sistеmas.
* ***Naujiеnų/ diskusijų grupės*** (gеriau žinоmi kaip „blоg“) – jоse nеnaudojami rеklaminiai skydеliai. Diskusijų grupėsе pаprasčiausiai pristatоma naujа prеkė ar paslaugа ir siūlomа аpsilankyti оrganizacijos tinklapyjе, kur pаteikta išsamеsnė infоrmacija. Šių grupių nаriai yrа lаbai pеrspektyvi vаrtotojų grupė, nеs juоs siеja bеndras bruоžas – lojalumаs paslaugоms ar prоduktams, sulomiеms jų mėgstamоje svеtainėje. Ištikimų vartоtojų rekomеndacijos pritraukiа nаujų vartоtojų.
* ***Nuorоdos („links“)*** – tai pаryškintas žоdis ar frаzė, ant kuriоs pаspaudus, vartotоjas patеnka į kitą svеtainę. Tai vienаs iš būdų pritrаukti vаrtotojus į savо tinklаpį. Dаžniausiai nuorоdas siūlоma tаlpinti į kliеntų, partnеrių, tiеkėjų, tаrpininkų, pаpildančių pаslaugų ar prеkių, susijusių su vеrslu ar оrganizacijos veiklа, internеtinеs svеtaines.

***3 Lentelė. Internetinės rinkodaros priemonių savybės***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Internetinės rinkodaros priemonės** | | **Savybės** |
| **Paieškos rinkоdara** | Paieškos sistеmų optimizavimаs (SEO) | Nеmokama |
| Vartоtojų pasitikėjimаs |
| Reikiа dаug laikо tinklalapiо оptimizavimui |
| Paieškоs sistemų rinkodаra (SEM) | Grеiti rеzultatai |
| Kainuoja |
| Pirmоs pоzicijos sistеmoje |
| **Rinkоdara už tinklalаpio ribų ir sindikuоta rinkodаra** | E. pašto rinkоdara | Nemokamа |
| Asоciacija su brukаlais |
| ES taikоmas „Opt out“ tеisinis modеlis – lаiškai siunčiаmi tik gаvus sutikimą iš gаvėjo. |
| Antivirusinė prоgraminė įrаnga gаli blokuоti siuntėjo sеrverį ateityjе. |
| Invаzinė rinkоdarа | Įkyru |
| Rizikingа |
| Sindikuоtas turinys | Nemokamа |
| Vartotоjas kontroliuojа infоrmaciją |
| **Sоcialinės mеdijos rinkоdarа** | Rеitingų tinklаpiai | Vartotоjai formuojа viеni kitų nuomоnę |
| Nemokamа |
| Efеktyvu |
| Įmоnė nеkontroliuojа skleidžiamоs infоrmacijos |
| Efеktyvu |
| Nemоkama |
| Sоcialiniаi tinklаi, fоrumai | Vartоtojаi kоntroliuoja turinį |
| Tinklalаidė |  |
| Тinklaraščiai | Kuriamаs vartоtojų lojаlumas |
| Nefоrmalus bеndravimas su vartotоjais |
| Vаldikliai | Nеįkyru |

*Šaltinis: Jusčius V., Baranskaitė E. (2015)*

Lietuvоs turizmо rinkоdаros 2016-2020 mеtų stratеgijoje patеikti statistiniai duomеnys (Eurobarometras. 2015) apie tai, kas lеmia su keliоnėmis susijusius sprendimus:

* draugų, kоlegų ir giminaičių rekоmendacijos (55 proc.);
* internеto svеtainės (46 proc.);
* asmеninė patirtis (32 proc.);
* keliоnių agentūrоs / TIC (18 proc.);
* nemоkami katalоgai, brоšiūros (10 proc.);
* sоcialinė žiniasklaida, tinklai (8 proc.);
* laikraščiai, radijas, TV (7 proc.);
* mоkami keliоnių gidai, žurnalai (7 proc.).

Pagal pateiktus statistinius duomenis matoma akivaizdi būtinybė užsiimti aktyvia elektronine rinkodara turizmo srityje. Rokiškio rajono strateginiame plėtros plane iki 2022 metų turizmo elektroninė rinkodara ir jos priemones numatytos lakoniškos. SSGG analizėje prie galimybių išskirta aktyvus rinkodaros priemonių naudojimas, pristatant turizmo objektus. Prie pasiūlymų rekreacijos ir turizmo plėtrai, minimas rajono įvaizdžio didinimas ir gerinimas, įgyvendinant įvairias turizmo rinkodaros priemones. Taip pat numatomas vienas iš strategijos tikslų – rajono turistinio ir rekreacinio patrauklumo gerinimas; uždavinys – informacijos sklaidos apie rajono turizmo išteklius ir paslaugas gerinimas. Plėtros priemonių plane šio uždavinio įgyvendinimo indikatorius – Rajono pristatymas įvairiuose renginiuose, sukurtų / atnaujintų internetinių puslapių skaičius. Taigi, nors informacijos sklaidos trūkumas elektroninės rinkodaros priemonėmis matomas ir siekiama tai mažinti, tačiau vieninteliu komunikavimo įrankiu įvardijama internetinės svetainės. Būtina komunikavimo priemonių suvokimą išplėsti ir papildyti kitomis anksčiau minėtomis priemonėmis. Apžvelgus Rokiškio ir kaimyninių rajonų turizmo informacijos centrų naudojamas e-rinkodaros priemonės - Rokiškis neišsiskiria, visi turizmo informacijos centrai gali papildyti savo naudojamas e-rinkodaros priemones ir komunikuoti dar efektyviau.

***32 Lentelė. Rokiškio ir gretimų rajonų TIC naudojamų e-rinkodaros priemonių analizė***

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **TIC‘as** | **Internetinė svetainė** | **Socialiniai tinklai** | **Reklama el. paštu** | **Reklaminiai skydeliai** | **Reklama paieškos svetainės** | **Naujienų/ diskusijų grupės** | **Nuorodos** |
| **Biržų turizmo informacijos centras** | + | + | + | + | - | - | - |
| **Zarasų turizmo ir verslo informacijos centras** | + | + | + | - | - | - | - |
| **Rokiškio turizmo ir tradicinių amatų informacijos ir koordinavimo centras** | + | + | + | + | - | - | - |
| **Anykščių turizmo ir verslo informacijos centras** | + | + | + | - | - | - | - |
| **Kupiškio rajono turizmo ir verslo informacijos centras** | + | + | + | - | - | - | - |
| **Utenos turizmo informacijos centras** | + | + | + | - | - | - | - |

*Šaltinis: sudaryta autorių*

Visi TIC (6) turi internetines svetaines bei naudojasi socialiniais tinklais. Tačiau socialinių tinklų pasiūlos tyrimo duomenys parodė, kad daugiausia dėmesio yra skiriama soc. tinklui facebook (visi 6 TIC turi paskyras), trys TIC‘ai naudojasi instagram soc. tinklu, twitter naudojasi tik Biržų turizmo informacijos centras. Socialinis tinklas Twitter yra labai patraukli platforma, siekiant formuoti vietos turistinį įvaizdį pasauliniu mastu. Net Lietuvos turizmo rinkodaros 2016-2020 metų strategijoje pateiktose ES šalių turizmo e-rinkodaros tendecijose minima, kad šiuо kоmunikacijos kanаlu naudojasi bene visos ES šalys, Lietuvоje pеr 2 mеtus komunikacijа Twitter kаnalu neįsivažiuojа. Na, o youtube platforma deja nesinaudoja nei vienas TIC‘as. Nors pastaraisiais metais išpopuliarėjo podcast‘ai, kurie dažniausiai talpinami būtent į youtube tinklą.

Galimybė užsisakyti naujienlaiškį (reklama elektroniniu paštu) naudojama tik dviejų TIC‘ų internetinėse svetainėse. Užsakymo laukelis patalpintas ne itin akivaizdžioje vietoje, tad vartotojas turi ieškoti galimybės pasinaudoti šia paslauga. Taigi, galima daryti prielaidą, kad komunikacija su vartotojais yra populiaresnė socialiniuose tinkluose, nei elektroniniu paštu.

Viena iš elektroninės rinkodaros priemonių – reklaminiai skydeliai – Lietuvos turizmo rinkodaros 2016-2020 metų strategijoje jie taip pat minimi kaip ES šalių viena iš rinkodarinių tendencijų. Ši priemonė rasta trijų TIC‘ų internetinėse svetainėse. Apžvelgus tokias elektroninės rinkodaros priemonės kaip: reklama paieškos sistemose, naujienų / diskusijų grupės ir nuorodos – nebuvo aptikta, kad kai kuri iš šių priemonių naudojama.

Rokiškio r. tik 17 iš 41 apgyvendinimo paslaugų tiekėjų ir 5 iš 12 maitinimo įmonių turi interneto svetaines, dažnu atveju visa rinkodara ir komunikacija vyksta per socialinius tinklus. Sudėtinga vertinti tokios komunikacijos reprezentatyvumą, nes socialiniai tinklai dažniau naudojami betarpiškai, neoficialiai komunikacijai. Neradus paieškos sistemose oficialių interneto svetainių, ieškoma ir socialiniuose tinkluose, tačiau tai jau antras pasirinkimas - taigi, kyla didelis klientų atsimetimo procentas. TIC svetainės su koncentruota informacija vienoje vietoje tampa alternatyva atskirų įmonių interneto svetainėms.

|  |
| --- |
| *Apibendrinimas*  *Galimų elektroninės rinkodaros priemonių spektras labai platus, reikalaujantis žinių (koks kuriame tinkle yra tinkamas komunikavimo būdas), kokybiško turistams pateikiamo turinio įvairiais formatais. Atsižvelgiant į atliktą naudojamų e-rinkodaros priemonių spektrą - rekomenduojama jį praplėsti ne tik turizmo informacijos centrui, bet ir kitoms turizmo paslaugas teikiančioms įmonėms bei įstaigoms. Įvairesnių e-rinkodaros priemonių naudojimas padėtų pasiekti platesnę tikslinę auditoriją bei skatintų žengti koja kojon su vartotojų poreikiais, kurie šiuolaikinėje dinamiškoje visuomenėje kinta itin sparčiai. Būtina atsižvelgti į informacijos kokybę, komunikacinių žinučių tikslingumą jau naudojamuose komunikacijos kanaluose. Dažnu atveju nekokybiškas, nepatogiai išdėstytas turinys, paskatina vartotoją rinktis kitą paslaugų tiekėją.* |

# ROKIŠKIO RAJONO PREKĖS ŽENKLO KOMUNIKACIJA

Turizmo sektoriuje prekės ženklas užima svarbią vietą turizmo vystymo, komunikavimo srityse. Prekių ženklu gali būti bet koks žymuo, kurio pagrindinė paskirtis – atskirti vieno asmens prekes arba paslaugas nuo kito asmens prekių arba paslaugų. Pagal šią skiriamąją funkciją ženklai gali būti skirti tik prekėms žymėti (prekių ženklas) arba tik paslaugoms žymėti (paslaugų ženklas), arba žymėti ir prekes, ir paslaugas (prekių ir paslaugų ženklas). Tačiau praktikoje sąvoka „prekių ženklas“ (anglų k. – *trade mark*) tradiciškai vartojama kaip bendrinė sąvoka tiek ženklams, kurie skirti prekėms žymėti, tiek ženklams, kurie skirti paslaugoms žymėti.

Ženklas gali būti sudarytas iš bet kokių žymenų, pavyzdžiui, iš žodžių, įskaitant asmenvardžius, ar piešinių, raidžių, skaitmenų, spalvų, prekių ar jų pakuotės formos arba garsų, jeigu tokie žymenys atitinka šias abi sąlygas:

1. Jie gali atskirti vieno asmens prekes arba paslaugas nuo kitų asmenų prekių arba paslaugų;
2. Juos galima pateikti Lietuvos Respublikos prekių ženklų registre taip, kad kompetentingos institucijos ir visuomenė galėtų aiškiai ir tiksliai nustatyti ženklo savininkui suteiktos apsaugos objektą.[[28]](#footnote-28)

Šiuo metu Rokiškio rajonas neturi aiškaus savo prekės ženklo, kuris suteiktų galimybę atpažinti vietovę, konkretų produktą, prekę ar paslaugą. Tačiau numatoma, jog parengta Rokiškio rajono turizmo rinkodaros strategija bus naudojama Rokiškio rajono įvaizdžio formavimo tikslais. Strategijoje pateikiamas Rokiškio rajono rinkodaros priemonių planas. Strategijoje identifikuoti rajono konkurenciniai pranašumai ir traukos objektai, apibrėžtos tikslinės grupės, į kurias turėtų būti nukreipta rinkodara ir jų teikiama nauda rajonui. Pasitelkus strategiją bus kuriamas ir stiprinamas Rokiškio rajono įvaizdis ir pozicionavimas vietos, regioniniu, nacionaliniu ir tarptautiniu lygiais.

Kuriant prekės ženklą svarbu įvertinti tai, kad ženklas turi atspindėti Rokiškio rajono išskirtinumą. Ilgalaikė komunikacija vartotojams sukuriamos asociacijos ir tam tikri lūkesčiai siejami su rajono ženklu. Jei asociacijos ir lūkesčiai yra teigiami – šiuo atveju tai teigiamai veiktų ir Rokiškio rajono populiarumą. Siekiant sustiprinti kuriamą Rokiškio rajono prekės ženklą, rekomenduojama kartu sukurti ir šūkį. Prekės ženklas bei šūkis galėtų atspindėti Rokiškio rajono išskirtinumą.

Remiantis Rokiškio rajono įvaizdžio formavimo sektorine studija, parengta 2012 metais bei atsižvelgiant į tikslinių auditorijų lūkesčius ir suformuluotus uždavinius, buvo numatytos Rokiškio rajono įvaizdžio formavimo priemonės:

1. Su vizualiojo identiteto kūrimu susijusios išraiškos priemonė, t.y. Rokiškio rajono prekės ženklo sukūrimo idėja;
2. Tikslinių grupių išryškinimas, panaudojant Rokiškio rajono įvaizdžio formavimo priemonių sąrašą, kuriame pagrindžiama esminė įvaizdžio koncepcijos idėja kiekvienai tikslinei auditorijai racionaliu ir emociniu aspektu.

Rokiškio rajono prekės ženklo idėja, pateikta Rokiškio rajono įvaizdžio formavimo sektorinėje studijoje 2012 m., yra neįgyvendinta.

Sektorinėje studijoje sukonstruotas prekės ženklo modelis yra šabloniškas, neišsiskiriantis iš kitų, senamadiškas ir morališkai tokios idėjos yra atgyvenusios. Toks prekės ženklas yra labai panašus į turistams skirtą magnetuką ant šaldytuvo, kuriame norima sutalpinti visus patraukliausius miesto objektus. Tuo tarpu šūkis – per ilgas, neskambus ir netraukiantis dėmesio. Kuriant šūkį, būtų verta jį prigretinti prie turizmo strategijos vizijos, kad abiejų: ir šūkio, ir vizijos, prasmė būtų panaši, bet jokiu būdu ne vienoda. Be visa ko, rekomenduotina suprojektuoti identiškus prekės ženklus tiek lietuvių, tiek anglų kalbomis (populiariausia kalba). Netgi tokios šalys kaip Vokietija, savo turizmo prekės ženklą yra pritaikę anglų kalba.

Tad prekės ženklas – šiuolaikiškas, minimalistinis, stilizuotas ir panaudojant tik vieną rajono simbolį ir pasitelkiant į pagalbą skambius lietuviškus/ angliškus terminus.

|  |
| --- |
| *Apibendrinimas*  *Žvelgiant į tolimąją ateities perspektyvą bei siekiant į Rokiškio kraštą pritraukti turistų ir investuotojų ir kurie matytų, jog Rokiškio rajonas yra atsinaujinęs, turintis idėjų ir pan., vertėtų rinktis šiuolaikišką, prie senųjų tradicijų, amatų, objektų ir pan. neprisirišantį prekės ženklą. Užrašas minimalistinis, stilizuotas, neapkrautas. Šūkis – taiklus ir trumpas, kuris atspindėtų krašto viziją.*  *Prekės ženklo pagrindas vis dėlto galėtų būti šrifto ir spalvos derinys, prie kurio priderinami tikslinėms grupėms aktualūs objektai/ reiškiniai, per kuriuos turistai atpažįsta kraštą, pvz.: sūris, dvaras, bažnyčia, ralio automobilis, teatro kaukė, Baltų segė, Šepkos ornamentas ir t.t.* |

# ROKIŠKIO RAJONO SAVIVALDYBĖS TURIZMO SSGG ANALIZĖ

SSGG analizė yra modelis, nurodantis savivaldybės strateginių planų vystymo kryptį ir suteikiantis jiems pagrindą. SSGG atspindi stiprybes (ką organizacija yra pajėgi atlikti), silpnybes (ko organizacija negali atlikti), galimybes (potencialiai naudingos sąlygos organizacijai) ir grėsmes (potencialiai nenaudingos sąlygos organizacijai).

***33 Lentelė. Rokiškio rajono turizmo sektoriaus SSGG analizė***

|  |
| --- |
| *STIPRYBĖS* |
| 1. Gausūs gamtiniai (ežerai, tvenkiniai, miškai, pelkės t.t.) ištekliai; 2. Kokybiški kultūros paveldo (architektūriniai objektai, archeologiniai ir t.t.) ištekliai; 3. Plataus spektro kultūriniai rekreaciniai ištekliai (renginiai, aktyvaus laisvalaikio galimybės, gastronominiai pasiūlymai); 4. Puoselėjamos senosios kultūros tradicijos (amatai, tautodailė ir kt.); 5. Augantis poilsiautojų skaičius apgyvendinimo įstaigose; 6. Aktyvi muziejų veikla; 7. Sąlyginai mažesnės paslaugų kainos lyginant su Lietuvos Respublika |
| *SILPNYBĖS* |
| 1. Sudėtingas tarpmiestinis susisiekimas bei itin menkas rajono ribose; 2. Nepakankamai išplėtota turizmo infrastruktūra (trūksta pramogų neorganizuotiems turistams, maitinimo įstaigų rajone, SPA centrų, pažintinių takų, dviračių takų, informacinių nuorodų); 3. Bendradarbiavimo stoka viešojo ir privataus turizmo sektoriuose; 4. Nėra kompleksinių turizmo paketų (pramogomis, maitinimu turi rūpintis pats turistas); 5. Mažai išvystyta privačių ir viešojo turizmo paslaugų tiekėjų elektroninė rinkodara; 6. Nepakankamas valdžios dėmesys bei investicijos turizmo srityje; 7. Nėra vieningo Rokiškio rajono turizmo sritį identifikuojančio reklaminio ženklo-prekės ženklo. 8. Maži užsienio turistų srautai. |
| *GALIMYBĖS* |
| 1. Tarpregioninės svarbos turistinių kelių plėtra; 2. Gamtinės aplinkos įveiklinimas eko, gamtinio turizmo srityse; 3. Kultūrinių objektų įveiklinimas ir kultūrinių paslaugų orientavimas į Lietuvos bei užsienio rinkas; 4. Kompleksinių turizmo paslaugų paketų sukūrimas bendradarbiaujant vietiniams turizmo paslaugų tiekėjams; 5. Finansavimo minkštiesiems projektams panaudojimas rajono turizmo rinkodaros srityje; 6. Aktyvus tarptautinis bendradarbiavimas su miestais partneriais ir kaimyniniais regionais turizmo sektoriuje; |
| *GRĖSMĖS* |
| 1. Nepakankamas arba iracionalus finansavimas turizmo sektoriuje; 2. Netolygus lėšų skyrimas šalies regionų plėtrai; 3. Rekreacinių išteklių kokybinis ir kiekybinis nykimas; 4. Turistų srautų mažėjimas, dėl nepakankamo vietovės atraktyvumo; 5. Investicijų turizmo sričiai nepritraukimas; 6. Ekstremalių situacijų sąlygotas turizmo srauto kritimas; 7. Nesutarimai tarp viešojo ir privataus sektoriaus atstovų. |

SSGG analizės atlikimas padeda nustatyti silpnybių poveikio versle mažinimo būdus, išryškinant stipriąsias puses. Idealiu atveju, pranašumai gali atitikti rinkos galimybes, kurios atsiranda dėl konkurentų produktų ar paslaugų neefektyvumo. Tradiciškai SSGG analizė apsiriboja stipriųjų ir silpnųjų vietų nustatymu kompanijos vidinėje veikloje, kai galimybės ir grėsmės susijusios tik su išorine jos aplinka. Tačiau rekomenduojama vadovautis kiek kitokiu požiūriu – atidžiau pažvelgti į bendrąjį vaizdą, apsvarstant vidines ir išorines jėgas, tuo pačiu metu atskleidžiant galimybes bei grėsmes. Maksimali nauda iš SSGG analizės pasiekiama, kai analizuojant SSGG orientuojamasi į klientus. Stiprybė prasminga tik tada, kai ji naudinga tenkinant klientų poreikius. Išskiriant stiprybes, būtina jas įvertinti ir iš organizacijos pusės, iš klientų pozicijų. Stiprybės turi būti realistinės ir kelti iššūkius. Remiantis SSGG analize atliekamas veiksmų planavimas, kuris derinant skirtingas pozicijas sukuriamas galimų veiksmų planas (lentelė 34).

***34 Lentelė. Rokiškio r. turizmo SSGG analizės pagrindu parengtas galimų veiksmų planas***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ***Stiprybės*** | ***Silpnybės*** | ***Veiksmai*** |
| Gausūs gamtiniai (ežerai, tvenkiniai, miškai, pelkės t.t.) ištekliai | Nepakankamai išplėtota turizmo infrastruktūra (trūksta pramogų neorganizuotiems turistams, maitinimo įstaigų rajone, SPA centrų, pažintinių takų, dviračių takų, informacinių nuorodų) | Planuoti pažintinių takų, įvairių maršrutų sukūrimą ir įrengimą;  Įgyvendinti pilną rajono lankytinų objektų žymėjimą;  Skatinti kurti naujas ar pritaikyti esamas paslaugas neorganizuotiems turistams;  Plėsti poilsiaviečių, stovyklaviečių tinklą rajone;  Sukurti galimybes stebėti augalus/vabzdžius/gyvūnus saugomose teritorijose; |
| Kokybiški kultūros paveldo (architektūriniai objektai, archeologiniai ir t.t.) ištekliai | Sudėtingas tarpmiestinis susisiekimas bei itin menkas rajono ribose | Skatinti alternatyvius susisiekimo būdus – dviračius, el. paspirtukus, motorolerius ir pan.;  Pilnai įrengti daugiau reprezentacinių piliakalnių (informaciniai stendai, laipteliai, suoliukai, automobilių aikštelės, WC);  Pritaikyti lankymui dvarviečių teritorijas (informaciniai stendai, nušienauta teritorija, vieta automobiliui ir kt.)  Skatinti kurti ir įgyvendinti novatoriškas idėjas kultūros paveldo populiarinimo bei prieinamumo didinimo srityje; |
| Plataus spektro kultūriniai rekreaciniai ištekliai (renginiai, aktyvaus laisvalaikio galimybės, gastronominiai pasiūlymai) | Mažai išvystyta privačių ir viešojo turizmo paslaugų tiekėjų elektroninė rinkodara | Skatinti ieškoti ir įsisavinti naujas e-rinkodaros priemones bei jomis papildyti esamą įmonės ar įstaigos rinkodaros planą;  Skatinti naudoti užsienio kalbas įmonės ar įstaigos komunikacijoje;  Raginti dalintis aktualia informacija apie kultūrinius, rekreacinius įvykius ar naujai atsiradusius išteklius tarpusavyje bei ją operatyviai teikti Rokiškio TTAIKC; |
| Puoselėjamos senosios kultūros tradicijos (amatai, tautodailė ir kt.) | Nėra vieningo Rokiškio rajono turizmo sritį identifikuojančio reklaminio ženklo-prekės ženklo | Remiantis puoselėjamos tradicijomis inicijuoti vieningo Rokiškio prekės ženklo (*brand‘o*) sukūrimą;  Sukurtą Rokiškio prekės ženklą aktyviai naudoti tiek įstaigų, tiek įmonių komunikacijoje;  Skatinti senosios kultūros tradicijų puoselėtojus veikti aktyviau ir tapti vizitine Rokiškio veiklos sritimi; |
| Augantis poilsiautojų skaičius apgyvendinimo įstaigose | Bendradarbiavimo stoka viešojo ir privataus turizmo sektoriuose | Skatinti bendradarbiauti privatų ir valstybinį sektorių kuriant kompleksines paslaugas turizmo srityje pritaikytas ir neorganizuotiems turistams;  Siūlyti sukurtas kompleksines paslaugas aktyviai viešinti įveiklinant apgyvendinimo įstaigų potencialą; |
| Aktyviai vystoma auto-moto paslaugų sritis orientuota į turizmą | Nepakankamas valdžios dėmesys bei investicijos turizmo srityje | Skatinti privatų verslą aktyviau dalintis sukurtais produktais bei informacija apie juos tarpusavyje bei su viešuoju sektoriumi;  Inicijuoti specialių auto-moto maršrutų kūrimą bei pritaikymą Rokiškio rajone;  Skatinti apie sukurtus produktus aktyvia komunikuoti ne tik vietos, bet ir užsienio rinkose; |
| ***Galimybės*** | ***Grėsmės*** | ***Veiksmai*** |
| Tarpregioninės svarbos turistinių kelių plėtra | Turistų srautų mažėjimas, dėl nepakankamo vietovės atraktyvumo | Inicijuoti Rokiškio r. įsitraukimą į tarpregioninių teminių kelių plėtros projektus; |
| Gamtinės aplinkos įveiklinimas eko, gamtinio turizmo srityse | Rekreacinių išteklių kokybinis ir kiekybinis nykimas | Paruošti draugiškam aplinkai lankymui Rokiškio r. saugomas teritorijas;  Aiškiai komunikuoti saugomų, gamtinių teritorijų lankymo taisykles ir galimybes;  Inicijuoti gamtinių takų tinklo sukūrimą Rokiškio rajone;  Propaguoti ekologinio turizmo idėjas rengiant naujas turizmo paslaugas bei jų kompleksus; |
| Kultūrinių objektų įveiklinimas ir kultūrinių paslaugų orientavimas į Lietuvos bei užsienio rinkas | Mažas investicijų pritraukimas į turizmo sritį | Aktyviau komunikuoti apie esamas kultūrines paslaugas bei galimybes prisidėti prie jų populiarinimo, tobulinimo;  Aiškiai įvardyti Rokiškio r. kultūros paveldo įveiklinimo prioritetus bei vystymo kryptį; |
| Kompleksinių turizmo paslaugų paketų sukūrimas bendradarbiaujant vietiniams turizmo paslaugų tiekėjams | Nesutarimai tarp viešojo ir privataus sektoriaus atstovų | Inicijuoti dialogus tarp viešo ir privataus sektoriaus įvardijant diskusinius klausimus, problemines vietas;  Prisidėti prie kompleksinių turizmo paslaugų kūrimo proceso turimais moksliniais ištekliais;  Skatinti turizmo klasterio įsikūrimo idėjos aktualizavimą; |
| Finansavimo minkštiesiems projektams panaudojimas rajono turizmo rinkodaros srityje | Ekstremalių situacijų sąlygotas turizmo srauto kritimas | Inicijuoti aktyvų turizmo rinkodaros projektų kūrimą ir įgyvendinimą Rokiškio rajone;  Inicijuoti užsienio rinkų turizmo srityje zondavimą;  Skatinti privatų ir viešąjį sektorių įsitraukti į užsienio rinkos turizmo srityje pritraukimo veiklas; |
| Aktyvus tarptautinis bendradarbiavimas su miestais partneriais ir kaimyniniais regionais turizmo sektoriuje | Netolygus turizmo finansavimas šalies regionų plėtrai | Siekti sudaryti tamprius partnerysčių ryšius turizmo srityje su miestais partneriais;  Skatinti aktyvų viešojo ir privataus sektoriaus bendradarbiavimą turizmo srityje su kaimyniniais regionais;  Skatinti viešojo ir privataus sektoriaus dalyvavimą turizmo srities projektuose rengiamuose kartu su miestais partneriais ar kaimyniniais regionais; |
| ***Stiprybės*** | ***Galimybės*** | ***Veiksmai*** |
| Gausūs gamtiniai (ežerai, tvenkiniai, miškai, pelkės t.t.) ištekliai | Gamtinės aplinkos įveiklinimas eko, gamtinio turizmo srityse | Stipri gamtinio, ekologinio turizmo sritis Rokiškio rajone taptų pagrindu pritraukiant vis augančią gamta ir ekologija besidominčių turistų dalį.  Gamtiniam turizmui pritaikyti gamtiniai objektai sudarytų pagrindą išsamiai ir saugiai susipažinti su saugomomis teritorijomis;  Gamtinio turizmo plėtra skatintų bendradarbiavimą su Sartų ir Biržų regioniniais parkais; |
| Kokybiški kultūros paveldo (architektūriniai objektai, archeologiniai ir t.t.) ištekliai | Kultūrinių objektų įveiklinimas ir kultūrinių paslaugų orientavimas į Lietuvos bei užsienio rinkas | Kultūrines paslaugas orientuojant į platesnę rinką, kuriant įsimintinus trandinius renginius pritraukti ne tik vietinę kultūrinių renginių mėgėjų auditoriją;  Kūrybiškai įveiklinant įvairaus stovio kultūrinius objektus būtų išplėstas lankytinų objektų sąrašas atraktyviais objektais, nesegreguojant kultūros paveldo objektų dėl stovio;  Kultūrinius renginius, paslaugas sujungti su kultūros paveldo objektais – perkelti į naujas erdves taip sukuriant patrauklų netikėtumo efektą; |
| Plataus spektro kultūriniai rekreaciniai ištekliai (renginiai, aktyvaus laisvalaikio galimybės, gastronominiai pasiūlymai) | Aktyvus tarptautinis bendradarbiavimas su miestais partneriais ir kaimyniniais regionais turizmo sektoriuje | Kultūrinių paslaugų kūrimo patirčių mainai su miestais partneriais ar kaimyniniais regionais skatintų kurti naujas kokybiškas paslaugas pritaikytas įvairaus tipo turistų grupėms;  Glaudus bendrabiavimas turizmo srityje, keitimasis informacija, bendrų maršrutų kūrimas skatintų aktyvesnį užsienio turistų atvykimą;  Kuriant bendrus maršrutus su kaimyniniais regionais tiek Lietuvoje, tiek užsienyje, tapti didesniu turizmo traukos objektu bei aktyviai komunikuoti šią informaciją; |
| Puoselėjamos senosios kultūros tradicijos (amatai, tautodailė ir kt.) | Tarpregioninės svarbos turistinių kelių plėtra | Remiantis senosios kultūros tradicijomis kurti tarpregioninės svarbos kelius ar prisijungti prie jau esamų;  Raginti senosios kultūros puoselėtus aktyviau įsitraukti į turizmo veiklas, atverti savo veiklos užkulisius;  Aktyviau viešinti senosios kultūros puoselėtojų veiklas; |
| Augantis poilsiautojų skaičius apgyvendinimo įstaigose | Kompleksinių turizmo paslaugų paketų sukūrimas bendradarbiaujant vietiniams turizmo paslaugų tiekėjams | Glaudžiai bendradarbiaujant turizmo paslaugų tiekėjams sukurti veikiantį turizmo paslaugų klasterį;  Atsižvelgiant į tarptautines bei Lietuvos turizmo tendencijas kurti įvairias kompleksines turizmo paslaugas, kurios Rokiškio r. paverstu ne tranzitiniu rajonu, o kelionės tikslu (*destination*).  Apgyvendinimo įstaigas naudoti rinkodaros tikslais – informacijos platinimui tarp jau atvykusių turistų apie rajone teikiamas kompleksines turizmo paslaugas; |
| Aktyviai vystoma auto-moto paslaugų sritis orientuota į turizmą | Finansavimo minkštiesiems projektams panaudojimas rajono turizmo rinkodaros srityje | Auto-moto paslaugų populiarumą išnaudoti rajono rinkodaros tikslams; |
| ***Silpnybės*** | ***Grėsmės*** | ***Veiksmai*** |
| Nepakankamai išplėtota turizmo infrastruktūra (trūksta pramogų neorganizuotiems turistams, maitinimo įstaigų rajone, SPA centrų, pažintinių takų, dviračių takų, informacinių nuorodų) | Rekreacinių išteklių kokybinis ir kiekybinis nykimas | Skirti daugiau dėmesio esamai turizmo infrastruktūrai, atlikti jos inventorizaciją bei planuoti ir skatinti jos plėtrą siekiant išsaugoti turimus rekreacinius išteklius; |
| Sudėtingas tarpmiestinis susisiekimas bei itin menkas rajono ribose | Ekstremalių situacijų sąlygotas turizmo srauto kritimas | Ieškoti sprendimų susisiekimui Rokiškio rajone gerinti atsižvelgiant ne tik į susisiekimą viešuoju transportu, bet ir kitomis transporto priemonėmis; |
| Mažai išvystyta privačių ir viešojo turizmo paslaugų tiekėjų elektroninė rinkodara | Netolygus turizmo finansavimas šalies regionų plėtrai | Lėšų kokybiškai rinkodarai skyrimas dalyvaujant įvairiuose projektuose bei rinkodaros veiksmų tęstinumas projektams pasibaigus; |
| Nėra vieningo Rokiškio rajono turizmo sritį identifikuojančio reklaminio ženklo-prekės ženklo | Mažas investicijų pritraukimas į turizmo sritį | Rasti bendrą sprendimą dėl Rokiškio prekės ženklo ir su tvirta pozicija komunikuoti su galimais investuotojais turizmo srityje; |
| Bendradarbiavimo stoka viešojo ir privataus turizmo sektoriuose | Nesutarimai tarp viešojo ir privataus sektoriaus atstovų | Susitikimai, bendro tikslo siekimas, galimas turizmo klasterio susikūrimas; |
| Nepakankamas valdžios dėmesys bei investicijos turizmo srityje | Turistų srautų mažėjimas, dėl nepakankamo vietovės atraktyvumo | Kokybiškai įrengta ir prižiūrima viešoji infrastruktūra lankytinuose objektuose, struktūrizuotos diskusijos, įsiklausymas į turizmo srityje dirbančių žmonių pasiūlymus bei atstovavimas valstybės sektoriuje Rokiškio r. turizmo sektoriaus atstovus. |

# ROKIŠKIO RAJONO RINKODAROS STRATEGIJA 2021-2025 M.

Rokiškio rajono turizmo rinkodaros strategijos 2021-2025 m. tikslai ir uždaviniai:

|  |  |
| --- | --- |
| Uždaviniai | Priemonės |
| 1. Gamtinių objektų parengimas aktyviam turizmui. Gamtinis rekreacinis potencialas. | * 1. Įveiklinti esamą gamtinį rekreacinį potencialą įtraukiant vietos turizmo paslaugų tiekėjus į tvarių turizmo produktų kūrimą;   2. Plėsti gamtinio turizmo infrastruktūrą, kuri būtų pritaikyta įvairioms turistų grupėms;   3. Efektyvinti gamtinio turizmo produktų rinkodarą, skiriant ypatingą dėmesį ne sezono metu vystomiems produktams. |
| 1. Kultūrinio turizmo pritaikymas aktualiems rinkos poreikiams (raritetai). | * 1. Įveiklinti esamą kultūrinio turizmo potencialą kuriant tvarius kultūrinio turizmo produktus, kurie skatintų turistus apsistoti Rokiškio rajone ilgiau;   2. Skatinti vietinius menininkus kurti projektus, instaliacijas, kurios, įkomponuotos miesto erdvėse, didintų miesto atraktyvumą;   3. Pritaikyti kultūrinio turizmo objektus ir produktus įvairaus įsitraukimo į kultūrinio turizmo vartojimą turistų grupėms; |
| 1. Horizontalių partnerysčių aktualizavimas | * 1. Plėtoti vietinių turizmo ir kitose srityse veikiančių verslų bei viešojo sektoriaus bendradarbiavimą: teikiant ne tik kokybiškas ir geros kainos paslaugas, bet ir plečiant turistinių produktų asortimentą;   2. Aktyvinti partnerystes su regiono centru - Panevėžiu bei gretimais rajonų centrais atsižvelgiant į nacionalinius strateginius dokumentus bendrų projektų vystyme;   3. Stiprinti bendradarbiavimo tinklus su esamais tarptautiniais Rokiškio partneriais;   4. Ieškoti naujų nišų bei vystyti turizmo infrastruktūrą, skirtą sezoniškumo mažinimui rajone; |
| 1. Užsienio rinkos pritraukimas | * 1. Intensyvinti bendradarbiavimą turizmo ir gerosios patirties dalijimosi srityje su tarptautiniais Rokiškio miestais partneriais;   2. Rinkodaros priemones orientuoti į atvykstamojo turizmo skatinimą, didinti Rokiškio krašto žinomumą užsienio tikslinėse rinkose;   3. Skatinti vietinius turizmo paslaugų tiekėjus tobulinti žinias bendravimo su užsienio lankytojais srityje; |

Atsižvelgiant į atliktą išteklių, teikiamų paslaugų esamos situacijos apžvalgą būtina atkreipti dėmesį į mažas investicijas, nepakankamą konkurencingumą turizmo srityje bei menką savivaldybės dėmesį turizmo srities problemoms. Būtina gerinti turizmo infrastruktūrą tiek informavimo, tiek objektų pritaikymo ar sukūrimo srityse taip parengiant gamtinius ir kultūrinius objektus patogesniam lankymui. Skatinti turizmo paslaugų tiekėjus plėsti savo teikiamų paslaugų asortimentą atsižvelgiant į kokybės kriterijus, ieškoti naujų turizmo paslaugų nišų bei kiek įmanoma prisidėti prie sezoniškumo mažinimo. Esami ir naujai kuriami turizmo produktai bei paslaugos turėtų būti orientuoti į turistų skatinimą apsistoti Rokiškio rajone bent trims nakvynėms. Atnaujinus santykius su užsienio miestais partneriais, keistis gerąja patirtimi, pasiūlymais turizmo srityje bei siekti skatinti miestų partnerių gyventojus daugiau sužinoti apie Rokiškio rajoną ir atvykti čia. Kurti naujus užsienio ir vietos partnerysčių tinklus su artimais geografiškai regionais, siekiant platesnės informacijos sklaidos ir papildomų tikslinių turizmo rinkų. Kokybiškam bendravimui su užsienio partneriais, su atvykstančiais turistai būtina skatinti turizmo paslaugų tiekėjus tobulinti užsienio kalbų žinias arba pasirūpinti personalu, kuris gebėtų tai daryti.

Ne tik Covid-19 pandemija, bet ir sparčiai besivystančios informacinės technologijos diktuoja sąlygas ne tik kasdieniniame gyvenime, versle, bet ir turizmo sektoriui. Dažnas turistas pirmiausiai informacijos ieško internete: kelionių portaluose, rezervacinėse sistemose, tiesioginėse turizmo centrų informacinėse svetainėse, socialiniuose tinkluose ir kt. Turistai nori greitai ir efektyviai rasti jiems reikiamą informaciją, o dar geriau, jei įmanoma paslaugas užsisakyti kelių mygtukų paspaudimu, prisijungus prie vieno darnaus ir optimizuoto puslapio. Taigi, sparti technologijų raida siūlo naujas galimybes, kuriomis turizmo sektorius turėtų pasinaudoti. Vis dėlto, kyla ir iššūkių – kaip pasiekti potencialius turistus, nes dėl per didelio informacijos srauto, svarbiausia informacija turisto gali ir nepasiekti. Žvelgiant giliau, dėl tokių iššūkių kyla krašto atpažįstamumo ir matomumo problemų, todėl labai svarbu ne tik kurti naujas rajono patrauklumą didinančias priemones, paslaugas, bet ir atkreipti dėmesį, kaip pozicionuojamas kraštas, kaip jis pristatomas ir matomas socialinėje erdvėje, svarbu dėti išteklius ir stiprinti komunikacijos turinio kūrimą ir sklaidą.

Remiantis SSGG analize, išsikeltiems tikslams ir uždaviniams įgyvendinti, siūlomi **tradiciniai rinkodaros** veiksmai:

1. Dažnesnis Rokiškio rajono reprezentavimas **TV reklamoje** (gražūs vaizdai TV užsklandose, kvietimai į išskirtinius renginius ir kt.);
2. Intensyvus Rokiškio rajono reprezentavimas **tikslinėje spaudoje** (kelionių žurnalai, kelionių rubrikos laikraščiuose ir kt.);
3. Rokiškio rajono reprezentavimas **spausdinta reklama** (teminės brošiūros, skrajutės, žemėlapiai ir t.t.);
4. Aktyvus Rokiškio rajono reprezentavimas **tiesioginiu bendravimu** (dalyvavimas parodose, miestų šventėse, mugėse ir kt.);

***TV reklama****.* Televizija yra itin plačią auditoriją pasiekiantis reklamos kanalas, tačiau ir labai brangus. Užsakant reklamą renginiams televizijoje, būtina pasverti būsimą naudą ir išlaidas. Renginys turi būti tikrai išskirtinis, orientuotas ne tik į vietinę auditoriją. Kol kas Rokiškio rajono renginiams TV reklama nėra užsakoma. Derėtų atkreipti dėmesį į šią neužpildytą reklamos nišą ir įspūdingiausius rajone organizuojamus renginius reklamuoti televizijoje. Lankytinus objektus naudingiau rodyti dažniau, kaip TV užsklandas (pvz., Lrytas TV). Užsklandos turi būti kokybiškai nufilmuotos, atskleidžiančios vietovės grožį, patraukiančios akį. Keletas Rokiškio rajono objektų jau yra rodomi užsklandose, tačiau vertėtų jų įtraukti daugiau, nes rajone tikrai yra daug įspūdingų objektų. TV laidos labiausiai tikslinė reklamos priemonė, nes laidos būna teminės, orientuotos į tam tikrą žiūrovą, tad dalyvaujant TV laidose pasiekiamas tikslingesnė auditorija. Rokiškio rajonas tikslingai buvo reklamuojamas Laisvės TV laidoje “Kiek kainuoja Lietuva?”, “Zahor. Atsimink. Litvakų palikimas Rokiškyje”, “Gyvenu čia” ir kt. Dalyvavimas laidose taip pat yra brangus ir būtinas privataus verslo įsitraukimas, tačiau savivaldybė turėtų nusimatyti lėšas tikslinei reklamai atskira biudžeto eilute. Šiuo metu tokios biudžeto eilutės nėra.

***Spauda.*** Straipsniai dienraščiuose, savaitraščiuose, žurnaluose paveiki ilgai išliekanti reklamos priemonė. Dienraščiuose ar savaitraščiuose dažnai būna kelionių rubrikos, reklama jose pasiekia tikslinę auditoriją t.y. besidominčius kelionėmis, taip pat ir kitus skaitytojus, kurie informaciją perskaitys ir jai vis kartojantis gali priimti sprendimą keliauti į reklamuojamą vietovę. Esamu momentu tokie straipsniai kaip reklamos priemonė nenaudojami. Žurnalai dar viena galimybė tikslingai komunikuoti, reklamuoti Rokiškio rajoną. Renkantis teminius žurnamus (pvz. Kelionės ir pramogos), pateikiant tikslinę informaciją, galima pritraukti didelę auditoriją apsilankyti Rokiškio rajone. Reklama dienraščiuose, savaitraščiuose, žurnaluose kainuoja mažiau nei televizijoje, tačiau išlaidų eilutę taip pat būtina nusimatyti tiek privačiam verslui, tiek savivaldybės įstaigoms.

***Spausdinta reklama.*** Dažna diskusijų tema ar vis dar aktuali spausdinta reklama, kai yra didžiulės elektroninės reklamos galimybės. Spausdintos brošiūros, žemėlapiai, skrajutės vis dar aktualios, nes dažnam keliautojui patogu turėti popierinį reklamos įrankį. Spausdinta reklama turėtų būti itin tikslinė, su suplanuotu ir aiškiai pažymėtu maršrutu, intriguojanti. Būtina turėti ir bendros informacijos apie rajoną. Rokiškio rajoną reklamuojačią spausdintą medžiagą (nesvarbu kurios įstaigos ar įmonės parengtą ir išleistą) turėtų vienyti bendras Rokiškio prekės ženklas. Taip vartotojas lengviau identifikuos, kad apgyvendinimo paslauga, maitinimo vieta ar pramoga yra tame pačiame Rokiškio rajone. Prekės ženklo Rokiškio rajonas kol kas neturi.

Bendradarbiavimas su žiniasklaida turėtų tapti viena ir prioritetinių Rokiškio rajono savivaldybės turizmo plėtros sričių. Geras įdirbis šioje srityje, tikėtina, padėtų sulaukti daugiau žurnalistų straipsnių, pristatančių Rokiškio rajono turizmo galimybes bei naujienas. Straipsniai masinėse medijos priemonėse, specializuotuose leidiniuose, reportažai kelionių kanaluose – galimybė efektyviau didinti Rokiškio rajono žinomumą bei formuoti patrauklios turistinės vietovės įvaizdį.

Remiantis SSGG analize, išsikeltiems tikslams ir uždaviniams įgyvendinti, siūlomi **elektroninės rinkodaros** veiksmai:

1. Nuolatinis, savalaikis informacijos atnaujinimas, papildymas interneto svetainėse;
2. Naujienlaiškių planavimas ir jų prenumeratos skatinimas;
3. Kokybiška (atitinkanti soc. tinklo specifiką) komunikacija bei reklamos kampanijos socialiniuose tinkluose (*Facebook, Instagram, Youtube, Tiktok*);
4. Tikslinių elektroninių rinkodaros priemonių sukūrimas (pvz. mobilus gidas, interaktyvūs maršrutai ir kt.)

***Socialiniai tinklai***. Rekomenduojama naudoti: *Facebook*, *Instagram* ir *YouTube* platformas, kuriomis naudojantis viešinsite krašto turizmo produktus, paslaugas bei skleisite teigiamas žinutes potencialiems turistams. Labai svarbu socialiniuose tinkluose laikytis nuoseklumo ir pastovios informacijos sklaidos. Taip pat rekomenduojama susidaryti turinio viešinimo tinklelį, t.y., ką ir kada viešinsite. Be plano – socialiniai tinklai neatliks svarbiausios funkcijos – pritraukti turistus.

Tiek *Facebook*, tiek *Instagram* socialiniuose tinkluose galima dubliuoti ir skleisti tą pačią informaciją. Youtube kanalą galima pasilikti video filmukų sklaidai, tinklalaidės kūrimui apie kraštą. *TikTok* platforma puikiai tinkama greitiems, jaunatviškiems reklaminiams video.

Būtina nuosekliai orientuotis į konkrečius turizmo produktus konkrečiu laikotarpiu, todėl turinio tinklelio kūrimas – labai prisidės prie turinio išgryninimo. Stateguojant ir dėliojant pranešimus (turinį) svarbu prisiminti, koks yra tų pranešimų pagrindinis tikslas – sudominti turistus siūlomais produktais, paslaugomis, suteikti svarbiausios (neperkrautos) informacijos bei siekis, kad potencialus turistas pasidalins aktualia informacija/ žinia su savo turimais kontaktais bei būtinai atsižvelgti į kiekvienos socialinio tinklo informacijos pateikimo specifiką.

Produkto/ paslaugos turinys gali būti susijęs su vykstančiais, būsimais renginiais ar įvykiais. Tinklelio turinys: pasiūlymai, rekomendacijos, patarimai, kurie gali sudominti vartotojus, informacijos tikslinimas, pasikeitimai, susiję su produktu, naujovės, akcijos, žaidimai. Informacija talpinama kartu su fotografija, tačiau efektyviausias būdas – video medžiaga. Tinklelį taip pat sudaro: straipsnių publikavimas, valstybės žinios, kurios susijusios su Rokiškio kraštu ir t.t. Labai svarbu sekti aplink esančią informaciją bei spėti ją laiku, greitai pateikti, kol dar aktuali.

Socialiniai tinklai – puiki vieta bendrauti su vartotojais neoficialiai, skelbti įvairius konkursus, pavyzdžiui, prašyti vartotojų vaikų, kurie yra lankęsi Rokiškyje, nupiešti savo įspūdžius, o tai atlikę vartotojai gautų prizus ar nuolaidas tam tikroms paslaugoms ar siuvenyrams. Svarbu ir nuolat bendrauti su savo sekėjais, t.y. ne tik uždėti patiktuką, bet ir parašyti 5-8 žodžius, nes socialiniai tinklai teigiamai žiūri į ilgesnius sakinius – algoritmai geriau veikia. Jei publikuojamas straisnis, rekomenduotina megzti ryšius, diskusijas su sekėjais, atsakyti į komentarus, o jei jų nėra, tuomet patiems inicijuoti diskusiją ir po „postu“ užduoti klausimą, pvz., „O kaip Jūs vertinate Rokiškio krašto ambicijas?“ ir pan.

Rengiant socialinių tinklų tinklelį *Instagrame* rekomenduojama išnaudoti *hashtag‘o* (#) galimybes. Siūloma *hashtag‘o* principu kurti aktyvias nuorodas (formuoti kategorijas) naudojant žodžius, susijusius su Rokiškio kraštu ar konkrečiais turizmo produktais. Rekomenduojama naudoti tikslinius *hashtag‘us,* kaip*: #Rokiškis, #Rokiskis, #Rokiskioticas, #Rokiškiokraštomuziejus,* nevengiant ir angliškų žodžių, kaip*: #VisitRokiskis, #VisitLithuania, #RealisBeautiful,* ar rašant konkrečia tęstine tema: *#travelAddict, #travelDiary* ir pan*.* Galima naudoti ir bendresnius, tačiau jei *hashtag‘as* naudojamas daugiau kaip keliuose milijonuose įrašų - derėtų rinktis rečiau naudojamą, atsižvelgiant į tai, kad įrašas tiesiog paskęs bendrame informacijos sraute. Nereikia baimintis, kad kai kurie *hashtag‘ai* yra pritaikomi visose vietovėse, socialinių tinklų algoritmų dėka kraštas bus labiau matomas, ne tik Lietuvos, bet ir užsienio kontekste.

Turizmo informaciją komunikuoti socialiniuose tinkluose turėtų ne tik Rokiškio TTAIKC, bet ir kitos turizmo srityje veikiančios įstaigos bei įmonės. Naudojant panašius ar tuos pačius *hashtag‘us* didesniam vartotojų skaičiui, dalijantis vienas kito informacija, veikiant koordinuotai vyktų platesnė, koncentruotesnė informacijos sklaida.

***Naujienlaiškio prenumerata.*** Arba kitaip vadinama elektroninio pašto rinkodara – informacijos apie teikiamas paslaugas siuntimas elektroniniu paštu tikslingai atrinktoms klientų grupėms, kurioms ši informacija gali būti įdomi.Tuo būdu kuriamas vartotojų lojalumo tinklas, kuriems pritraukti į kraštą galima pasiūlyti akcijų, paslaugų paketų ir pan. Taip pat, siunčiant naujienlaiškius galima pritraukti naujus ir susigrąžinti esamus turistus. Socialinėje medijoje naudojamas srautinis informacijos pristatymas, kuomet nauja informacija atsiranda srauto viršuje ir taip išstumia senąsias. Kai tuo tarpu naujienlaiškis pasiekia vartotojų naujienų dėžutę. Naujienlaiškių prenumeratoriai paprastai yra lojalesni nei socialinių tinklų naudotojai. Todėl pritaikius šį metodą yra kuriami ilgalaikiai santykiai, grįsti pasitikėjimu, tai vertingi santykiai, nes išlaikomi vartotojai. Elektroninio pašto rinkodara yra viena iš pigiausių ir didžiausią investicinę grąžą teikiančių priemonių, tačiau informacija turi būti siunčiama reguliariai, kad būtų pasiekiami rezultatai.

Remiantis elektroninių laiškų rinkodaros metrikų lyginamuoju tyrimu (2015)[[29]](#footnote-29), turizmas iš kitų industrijų išsiskiria tuo, kad jo elektroninių laiškų atidarymo reitingas yra vienas iš aukščiausių (56,7 proc.). Galima teigti, kad, lyginant su kitais komunikacijos kanalais, turizmo rinkodaros srityje ši priemonė yra veiksmingesnė, kuomet vartotojui siūloma pakartotinai atvykti pailsėti ar praleisti atostogas savarankiškai ir įsigyti kompleksinį turizmo paketą.

Bendro Rokiškio rajono naujienlaiškio platintoju galėtų tapti Rokiškio TTAIKC, tačiau tam reikėtų sukurti efektyvų informacijos dalijimosi tinklą, nes dažnu atveju turizmo paslaugų tiekėjui sukūrus, suplanavus kažką naujo informacija turizmo informavimo centrui tiesiogiai nepateikiama t.y. pasiekia per šalutinius kanalus.

***Video turinio kūrimas*** – itin populiari e-rinkodaros priemonė, kuri vis dar nepraranda savo aktualumo, o vis įgauna naują potencialų pagreitį. Video turinys – tai reprezentaciniai vaizdo klipukai apie Rokiškio kraštą, naujienų sklaida video turiniu, pvz., kalbinant garsų influencerį, kuris neseniai apsilankė Rokiškio krašte. Sukurta kokybiška video medžiaga yra platinama socialiniuose tinkluose, partnerių, savivaldybės interneto svetainėse, rodomi tarptautinėse turizmo parodose. Be to, įtraukiant bendruomenę, turistus galima irgi susikurti video turinio sklaidą. Pvz., turistas „tagina“ Rokiškio TTAIKC *Instagram* socialiniame tinkle, o pats *TTAIKC* pasidalina savo istorijoje šia naujiena. Tokiu būdu patvirtinamas įspūdis, kad yra ką veikti ir kuo džiaugtis Rokiškio krašte. Rajono žmonės, bendruomenės nariai turėtų prisidėti prie rajono puoselėjimo ir žinomumo didinimo, todėl jei žinote, kad Kultūros centras organizuoja šventę, paprašykite, kad vaizdine medžiaga pasidalintų su TTAIKC ir pan. Galų gale tokius santykius ir bendradarbiavimo galimybes reikia nuolat kurti ir auginti.

***Tinklalaidės kūrimas.*** Tai tarsi tinklaraščiai, tik garsiniai. Juos kurti gali bet kas ir jie yra laisvesnės formos nei radijo laidos. Naujųjų garso pasakojimų ar pašnekesių galima klausytis internetu arba juos parsisiuntus į įrenginį. Todėl šiuos įrašus itin patogu įsijungti vairuojant, sportuojant ar atliekant kitus darbus. Tinklalaidėse kalbama įvairiomis temomis: tiek bendromis visuomenės, kultūros, verslo, pramogų ar sveikatos, tiek nišinėmis, aktualiomis siauroms auditorijoms.

Portalo „Podcast Insights“ duomenimis, šiuo metu pasaulyje yra daugiau nei 750 tūkst. skirtingų tinklalaidžių ir daugiau nei 30 mln. jų epizodų, o šie skaičiai kasdien vis auga. Dažniausiai tinklalaidžių klausosi 18–44 metų amžiaus žmonės – jie sudaro net 67 proc. visų klausytojų.

Tinklalaidžių galima ne tik klausytis, bet ir jas kurti patiems – svarbiausia rasti aktualių temų ir įdomių pašnekovų. *Podkasto* įrašymui profesionali garso įrašų studija nėra būtina, užtenka į telefoną atsisiųsti reikalingą išmaniąją programėlę.

Pavyzdžiui, aplikacijos „Anchor“ ir „Spreaker Podcast Studio“ yra skirtos įrašinėti bei tvarkyti garso įrašus arba iš karto transliuoti juos realiu laiku. Aplikacijos taip pat suteikia galimybę prie tinklalaidžių prijungti kitus žmones, pridėti papildomų garsų ar foninės muzikos. Be to, jose galima planuoti ir savo *podkastų* publikacijų tvarkaraštį, stebėti klausytojų kiekį bei klausymo statistiką.

***Mobiliosios aplikacijos*** – rekomenduojama kurti mobiliąją aplikaciją, susietą su Rokiškio turizmo ir tradicinių amatų informacijos ir koordinavimo centro interneto svetaine (tai galėtų būti virtualus Rokiškio rajono žemėlapis su galimybe susidaryti unikalų maršrutą, susimokėti turisto mokesčius, nusipirkti bilietus į muziejus, užsisakyti paslaugų, atlikti rezervacijas ir kt.). Rekomenduojama jungtis prie jau sukurtų globalių mobiliųjų aplikacijų. Bendradarbiavimas įmanomas, teikiant informaciją mobiliųjų programėlių administratoriams siekiant plėsti mobiliųjų programėlių turinį bei siūlant jomis naudotis į Rokiškio rajoną atvykusiems turistams (*PocketGuide, TripAdvisor, FieldTrip, TripIt, TouristEye, TripCase, WorldMate, Like a Local* ir kt.).

***Interneto svetainė*** turi būti patraukli, inovatyvi, informatyvi, talpinti nemažai vizualinės medžiagos bei video. Svetainė privalo būti pritaikyta mobiliesiems įrenginiams. Rekomenduojama kurti įvairius „žaidimus“, susietus su turizmo objektais, kurie būtų patrauklūs ne tik vaikams, bet ir suaugusiems, juos pritaikyti ir mobiliesiems įrenginiams, naudoti kaip mobiliąją programėlę. Siekiant padidinti Rokiškio TTAIKC interneto svetainės matomumą paieškos sistemose, rekomenduojama įgyvendinti *Google AdWords* ir *SEO* sistemas. Šios sistemos padeda padidinti interneto svetainės lankomumo srautus. *Google AdWords* tai reklaminiai skelbimai, rodomi *Google* paieškos rezultatų puslapio viršuje, apačioje arba dešinėje pusėje, pagal nurodytus raktinius žodžius. SEO skirta optimizuoti interneto svetainę pagal išgrynintus ir pasirinktus raktinius žodžius. Optimizavimas padidina svetainės pasiekiamumą vartotojams (sukuriamos nuorodos, paskelbiami straipsniai), todėl svetainė paieškos sistemose atsiduria aukštesnėje padėtyje ir yra greičiau surandama.

***Reklama interneto portaluose bei paieškos sistemose*** – rekomenduojama sukurti reklaminius skydelius („banerius“), kurie būtų platinami kelionių organizatorių ir agentūrų svetainėse, partnerių svetainėse. Rekomenduojama aktyviau pasinaudoti tinklaraščiais, rašančiais apie kelionių įspūdžius, specializuotose svetainėse ([*www.tripadvisor.com*](http://www.tripadvisor.com), [*www.visiteurope.com*](http://www.visiteurope.com) ir kt.). Tikėtina, jog tikslinių šalių turistai dažniau apsilankytų Rokiškio TTAIKC internetinėje svetainėje, kurioje ir rastų svarbiausią informaciją apie kraštą, iškart galėtų pasirinkti kelionės paketą, atlikti rezervacijas ir kt. Be visa ko, specializuotuose kelionių portaluose, galėtų palikti atsiliepimus apie kraštą, nes dažnai žmonėms pasirenkant keliavimo kryptį yra labai svarbi kitų asmeninė nuomonė, patirtys, įspūdžiai.

Remiantis SSGG analize, išsikeltiems tikslams ir uždaviniams įgyvendinti, siūlomi **vidinės** **rinkodaros** (vidinė rinkodara – tai paslaugos kokybės lygio palaikymas, produktyvus darbas, efektyvus finansavimo panaudojimas, personalo kvalifikacijos kėlimas bei motyvavimas. Vidinės rinkodaros strategiją – orientuota į klientą) veiksmai:

1. Konstruktyvus dialogas tarp viešojo ir privataus sektorių, priimti konkretūs bendradarbiavimo sprendimai (asociacijos, klasterio susikūrimas);
2. Savivaldybės įsitraukimas į turizmo srities vystymą (planavimas, infrastruktūros kūrimas, projektų kofinansavimas, tarptautinis bendradarbiavimas ir kt.)
3. Skatinti turizmo srities darbuotojų kvalifikacijos kėlimą tiek viešajame, tiek privačiame sektoriuose;

Vienas iš svarbiausių uždavinių, siekiant Rokiškio rajono turizmo plėtros – skatinti privataus verslo ir viešojo sektoriaus dialogą ir ***bendradarbiavimą***, taip kuriant bendrus tvarius turizmo produktus bei siekiant didinti turistų srautus Rokiškio rajone. Rokiškio rajono verslo atstovams būtina siekti turizmo srityje veikti kartu, nes tik veikiant kartu įmanoma atvykstantiems turistams pasiūlyti kompleksines paslaugas bei aktyviai konkuruoti su kaimyniniais regionais. Taip pat veikiant kartu, naudojant bendrą prekinį ženklą Rokiškio rajonas turizmo srityje taptų pastabesnis kaip regionas į kurį patogu atvykti. Konstruktyvus dialogas padėtų abejoms pusėms judėti turizmo vystymo kryptimi įsiklausant į problemas ir randant sprendimus. Dialogo metu nustatytos konkrečios problemos turėtų būti sprendžiamos, bendradarbiavimas galėtų įgauti teisinę formą - asociacijos, klasterio ar kt. Siekiant gerinti bendradarbiavimą su kelionių organizatoriais, būtina kasmet organizuoti pažintinį renginį – verslo misiją Lietuvos ir užsienio kelionių organizatoriams ir agentūroms, supažindinant su Rokiškio rajono paslaugų ir išteklių potencialu, kurio metu būtų pristatomi nauji produktai, lankytini objektai, naujos paslaugos.

Rokiškio rajono ***savivaldybės įsitraukimas*** į turizmo srities vystymą labai svarbus strateginiam turizmo plėtros planavimui bei viešosios turizmo infrastruktūros kūrimui. Vien privatus verslas nepajėgus užtikrinti kokybiško turizmo srities vystymo. Būtinas savivaldybės strateginis turizmo srities vystymas ir viešosios turizmo infrastruktūros plėtra. Savivaldybės turėtų būti specialistas kuruojantis konkrečiai turizmo sritį bei turintis išsilavinimą turizmo vadybos srityje. Turizmas kaip perspektyvi ir auganti ūkio šaka rajone turėtų sulaukti daugiau dėmesio, konkrečių planų sukūrimo bei jų savalaikio įgyvendinimo.

***Kvalifikacijos kėlimas***. Turizmo srityje svarbu ne tik šeimininko charizma, idėjos, bet ir jų išpildymas. Prie idėjų išpildymo ir sklandaus darbo didele dalimi prisideda personalas. Dažna problema - užsienio kalbų mokėjimas. Būtina skatinti turizmo srityje dirbančių asmenų kvalifikacijos kėlimą tiek užsienio kalbų mokėjimo srityje, tiek aptarnavimo kultūros, tiek rinkodaros priemonių naudojimo ir kt. srityse. Aukštos kvalifikacijos darbuotojai ženkliai prisideda prie turizmo įmonės sėkmingo darbo ir augimo. Savivaldybės įstaigose nuolat keliama kvalifikacija skatina plačiau žvelgti į turizmo sritį bei rasti būdus jai tobulinti.

|  |
| --- |
| *Apibendrinimas*  *Išanalizavus Rokiškio rajono naudojamas ir nenaudojamas komunikacijos kanalus, galima padaryti kelias išvadas/ įžvalgas. Dauguma priemonių yra naudojamos, (tačiau trūkstant žmogiškųjų išteklių, trūkstant kompetencijos, išmanymo, pvz., apie reklamą socialiniuose tinkluose, nes tai visgi atskira domėjimosi, rinkodaros sritis, trūkstant finansavimo), tačiau ne 100% išgaunat tų priemonių efektyvumą. Vis dėlto, rekomenduotina tęsti: žurnalų, spausdintos medžiagos platinimą, reklama vietiniuose, regioniniuose laikraščiuose, nes jos turi atskirą tikslinę grupę (pvz., senjorai, nesinaudojantys internetu); Lauko reklama tinkama ir atkreipianti dėmesį gali būti naudojama rajono mastu; Vykdyti suplanuotą el. pašto rinkodarą, susiplanavus tikslų tvarkaraštį, kada kas bus skelbiama prenumeratoriams (rekomenduotina bent kartą per ketvirtį siųsti el. laiškus); Tobulinti ir nuolat prižiūrėti internetinę svetainę, ieškoti patrauklių ir šiuolaikiškų informacijos pateikimo būdų (reiktų įtraukti planuojamų renginių kalendorių, kad suinteresuoti asmenys galėtų planuoti savo laiką ir ruoštis). Kadangi socialiniu tinklu Facebook naudojasi dauguma tikslinės grupės narių, rekomenduotina gaivinti bendravimą su turistais tenai. Pvz., kelti įvairias aktualijas, diskusijas, apklausas, žaidimus, skelbti konkursus, kitą turistui aktualią informaciją – tokiu būdu gyvinant pačią socialinio tinklo paskyrą bei keliant puslapio populiarumą. Tas pats galioja ir Instagram tinklapiui, todėl siūloma išnaudoti visus programėlės privalumus: kelti daugiau nuotraukų, video medžiagos, vykdyti apklausas pasinaudojant „Poll“, „Questions“, „Countdown“, „Quiz“ įrankiais, nes tai stebėtojui įdomiau ir patraukliau, sudomina ir įtraukia. Negalima pamiršti, kad vaizdo medžiaga, fotografijos turi būti profesionalios, patrauklios ir būtinai su aprašymu ir naudojamais populiariais „hashtag“. Radijo reklama nei vietiniu, nei nacionaliniu mastu neefektyvi, nes turistui reikia vaizdo, kad jį sudomintų, todėl rekomenduotina skirti lėšų ir investuoti į reklamą televizijoje. Reklamuoti reiktų tarptautinės reikšmės renginius Rokiškio krašte, kurie sudomintų ir Lietuvos gyventojus. Mobilios aplikacijos ir jų pritaikymas turistams –labai patogus įrankis keliautojams, todėl Rokiškio rajonas turėtų būti pirmasis, kuris imtųsi tokio masto projekto ne tik Lietuvoje, bet ir tarp Baltijos šalių. Kalbant apie viešuosius ryšius, tai rekomenduotina susirasti žurnalistą, nuomonės formuotoją ir su juo įgyvendinti turistus pritraukiantį projektą.*  *Rokiškio TTAIKC turėtų užimti tarpininko vaidmenį tarp savivaldybės ir kitų Rokiškio krašte veikiančių įstaigų, organizacijų, muziejų, laikraščio ir pan. TTAIKC turėtų aktyviau sekti, rinkti ir dalintis tų organizacijų skelbiama informacija savo socialiniuose tinkluose. Visos grandys yra suinteresuotos skleisti žinią, tačiau būtina neperspausti ir atsirinkti informaciją, kuri būtų skelbiama. Tokiu būdu augtų sekėjų skaičiai ir socialinių tinklų logaritmai aktyvuotųsi ir puslapiai/ paskyros būtų labiau pastebimos.*  *Suprantama, be socialinių tinklų reklamos ir žmogiškųjų išteklių kompetencijų tobulinimo – nebus apsieita, todėl svarbu pritaikyti rinkodarines priemones, kurios tikrai būtų naudingos Rokiškio kraštui.* |

## 6.1. Tikslinių grupių diferencijavimas

Atliekant tikslinių grupių diferencijavimą, siekiama nustatyti turistų segmentus pagal šalį, iš kurios jie atvyksta, kelionės tikslą, trukmę, vidutines išlaidas, amžių ir kitus aspektus. Identifikavus segmentus, svarbu tinkamai įvertinti turimą informaciją apie kiekvieną iš segmentų ir nustatyti turimos informacijos spragas. Turistų segmentai turėtų būti suskirstomi pagal tokius kriterijus, kaip jautrumas kainoms, kelionės transportas, išlaidos, keliavimo dažnumas, laisvalaikio pomėgiai ir kt. Pagal pasirinktas charakteristikas atskleidžiama, kuo kiekvienas segmentas skiriasi nuo kitų. Apibūdinus kiekvieną segmentą, identifikuojami tiksliniai segmentai siekiant nustatyti, kur geriausia investuoti norint gauti didžiausią naudą.

Lietuvos turizmo plėtros 2014–2020 metų programoje pateikiamos identifikuotos pagrindinės tikslinės Lietuvos atvykstamojo turizmo rinkos – Lenkija, Baltarusija, Rusija, Latvija, Skandinavijos valstybės, Vokietija ir Jungtinė Karalystė – bei pateikiamos pagrindinės turistų charakteristikos. Prie pagrindinių Lietuvos atvykstamojo turizmo perspektyvinių rinkų priskiriamos JAV, Japonija, Kinija, Indija, Brazilija, Izraelis ir Kazachstanas.

Siekiant tikslingai išskirti turizmo segmentus pagal įvardintus kriterijus neretai susiduriama su informacijos stoka – duomenys pagal detalizuotą kelionės trukmę, specialiuosius poreikius, keliaujančiųjų grupės dydį ir gaunamas pajamas nėra kaupiami.

Rokiškio rajono savivaldybės administracijos duomenimis, dauguma atvykstančių turistų yra Lietuvos turistai, iš užsienio atvykusių turistų skaičius nedidelis. Iš užsienio atvykę turistai dažniausiai yra iš šių šalių: Latvijos, Vokietijos, Estijos, Rusijos, Lenkijos, Latvijos ir kt. šalių (29 lentelė). Žemiau esančioje lentelėje, remiantis Lietuvos statistikos departamento duomenimis, pateikiamos šių šalių pagrindinės charakteristikos.

***35 Lentelė. Esamų turizmo rinkų turistų apibūdinimai***

|  |  |
| --- | --- |
| Turistai atvykę iš: | Apibūdinimas |
| Lietuvos | 48 proc. Lietuvos turistų svarbiausias atostogų tikslas – gamta; turistų kelionių tikslai – draugų ir giminių lankymas, laisvalaikis, poilsis ir atostogos, verslo ir profesiniai interesai; daugiausia keliaujama lengvuoju automobiliu |
| Latvijos | Latvijoje 30 proc. senjorų ir pensinio amžiaus gyventojų keliauja šalies viduje ar išvyksta į užsienį. Senjorai dažniausiai renkasi keliones autobusu ir keliauja po Europos šalis;  18–30 m. amžiaus jaunimas, kuris sudaro 19 proc., keliauja spontaniškai, nes derina studijas ir darbą, todėl turi mažai laiko atostogoms. Dažniausiai atostogauja Ispanijoje, Italijoje ir pan. Prioritetų turizmo produktams neturi, renkasi tas pramogas, kurias siūlo kelionių kryptis;  Šeimos mėgsta keliauti, tačiau yra priversti rinktis ekonomiškesnius variantus kelionėms į kaimynines šalis arba vietinį turizmą. Turizmo produktai – vandens ir nuotykių parkai ir pan. |
| Estijos | Pagrindinis turistinės informacijos paieškos ir kelionių pasirinkimo būdas – internetas; turistus domina kultūrinis turizmas ir aktyvus poilsis gamtoje; priimant sprendimą dėl kelionės pasirinkimo, labai svarbi šeimos narių, draugų, pažįstamų nuomonė ir rekomendacijos apie lankytą vietovę ar šalį. |
| Vokietijos | Pagrindiniai kelionių tikslai skiriasi pagal amžiaus grupes: 25 – 35 metų amžiaus turistus labiau traukia sporto turizmas, vyresnius – kultūrinis, medicininis turizmas. Vidutinė kelionės trukmė – daugiau nei 4 nakvynės; |
| Lenkijos | Keliautojai taupūs, ypač apgyvendinimo ir maitinimo paslaugoms; Daugelis lenkų turistų keliauja gegužės–rugsėjo mėn.; lenkams patinka gamta ir kultūriniai objektai, populiarėja miestų turizmo kelionės, tačiau ne itin linkę lankytis muziejuose ar muzikos renginiuose, lyginant su kitų Europos šalių turistais; dažniausiai keliones į užsienį renkasi 18–29 m. amžiaus lenkų turistai, tačiau į Lietuvą piligriminiais tikslais, dėl bendros istorijos ir minimalaus kalbos barjero, atvyksta ir brandaus amžiaus žmonės; vienas iš pagrindinių lenkų turistų kelionės tikslų – pramogos, didžioji tokių kelionių dalis yra individualios arba šeimos kelionės, kurias turistai organizuoja individualiai. |
| Rusijos | Kelionės kultūrinio, aktyvaus turizmo, SPA ir kelionės apsipirkimo tikslais mėgstamo rusų turistų; turistams labai svarbios maitinimo paslaugos; šiandiena masinis Rusijos turistas skaičiuoja kiekvieną eurą, todėl pagrindinis faktorius, į kurį atsižvelgiama renkantis kelionę – kaina. |

*Šaltinis: sudaryta autorių, remiantis Lietuvos statistikos departamento pateikiamais duomenimis*

Remiantis Lietuvos statistikos departamento informacija bei Rokiškio rajono savivaldybės duomenimis apie atvykstančius turistus, prie potencialių atvykstamojo turizmo rinkų tikslinga priskirti Izraelį, Skandinavijos šalys (Norvegiją, Švediją, Suomiją, Daniją) ir Olandiją. Žemiau lentelėje pateikiami turistų iš šių šalių apibūdinimai (36 lentelė).

***36 Lentelė. Potencialių turizmo rinkų turistų apibūdinimai***

|  |  |
| --- | --- |
| Turistai atvykę iš: | Apibūdinimas |
| Izraelio | Dažniau kelionės metu Lietuvoje praleidžia nuo 6 iki 10 naktų; sveikatos keliautojai apsistoja ilgiau nei 11 nakvynių; Dažniau keliauja pagal savarankiškai sudėliotus lankytinus taškus; laisvalaikio keliautojai dažniausiai keliauja su draugais, sveikatos turizmo - su šeimos nariais; labai svarbus infrastruktūros pritaikymas neįgaliesiems, didelių minių nebuvimas; lankosi meno galerijos, piligriminėse, religinėse vietose, kituose lankytinuose objektuose; aktualios sveikatinimo paslaugos; |
| Skandinavijos šalys | Kelionė į Lietuvą yra viena iš kelių (ne pagrindinis kelionės tikslas); dažniausiai apsistoja svečių namuose, kempinge, nuomojame bute; svarbiausias lietuviško maisto ir gėrimo išbandymas, gamtos ir kultūros pažinimas; itin veikia reklama socialiniuose tinkluose ir pažįstamų rekomendacijos; aktyviai ieško naujų krypčių ir potyrių; lankosi meno galerijos, piligriminėse, religinėse vietose, kituose lankytinuose objektuose |
| Olandijos | Renkantis kelionę svarbią įtaką turi gamta (kraštovaizdis, oro sąlygos) ir aptarnavimas;  Pirmenybę teikia unikalioms ir įdomioms kelionėms. Pastebima tendencija, jog gyventojai renkasi trumpesnes keliones ir dažniau keliauja. |

*Šaltinis: sudaryta autorių, remiantis Lietuvos statistikos departamento pateikiamais duomenimis*

Remiantis tuo, kad Rusija, Estija, Latvija, Vokietija, Lenkija yra tos šalys, iš kurių į Rokiškio rajoną atvyksta daugiausiai užsienio turistų, šiose šalyse tikslinga ir toliau vykdyti aktyvią rinkodarą, taip pritraukiant gausesnius turistų srautus. Potencialiose atvykstamojo turizmo rinkose reiktų susiplanuoti rinkodaros strategiją, atsižvelgiant į šių šalių turistų poreikius bei lūkesčius.

Ateityje tikslinga pradėti vykdyti kompleksą rinkodaros priemonių ir kitose Europos valstybėse (pvz. Didžiojoje Britanijoje, Airijoje), iš kurių, remiantis Lietuvos statistikos departamento duomenimis, atvykstančių turistų skaičius nuolat auga.

Remiantis Lietuvos turizmo rinkodaros strategijoje 2015–2020 metams nurodytais turizmo rinkodaros strateginiais sprendimais, žemiau pateikiama 37 lentelė su sprendimais prioritetinėms ir potencialioms Rokiškio rajono atvykstamojo turizmo rinkoms.

***37 Lentelė. Sprendimai svarbioms atvykstamojo turizmo rinkoms***

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Strateginiai uždaviniai | Tikslinių turistų grupių diferencijavimas | Turizmo pagrindiniai produktai | Rinkodaros ir komunikacijos sprendimai |
| Latvija | Paklausos miestų, sveikatos ir nišiniams turizmo produktams formavimas | Nenustatyta | Kultūrinis, pažintinis, sveikatos, ekologinis ir verslo turizmas | Atskiros rinkodaros priemonės: naujų produktų kūrimas, pristatymas, reklama ir remiamosios priemonės: dalyvavimas Baltour parodoje, leidiniai, e-rinkodara |
| Estija | Paklausos miestų, sveikatos ir nišiniams turizmo produktams formavimas | Nenustatyta | Kultūrinis, pažintinis, sveikatos, ekologinis ir verslo turizmas | Atskiros rinkodaros priemonės: naujų produktų kūrimas, pristatymas, reklama ir remiamosios priemonės: reklamos kampanijos, leidiniai, e-rinkodara |
| Lenkija | Paklausos nišiniams turizmo produktams formavimas | Šeimos(≥2 asm.), 60+, jaunimas (18-30 m.), verslo atstovai (25-45 m.) | Kultūrinis / istorinis, sveikatos ir verslo turizmas | Atskiros rinkodaros priemonės: naujų produktų kūrimas, pristatymas, reklama ir remiamosios priemonės: žurnalistų ir kultūros objektų pažintiniai turai, turizmo skatinimo renginiai, reklamos kampanijos, leidiniai, e-rinkodara. |
| Lietuva | Vykdyti kompleksinę rinkodarą Lietuvoje, pristatant ir populiarinant nacionalinius turizmo maršrutus,  trasas ir prioritetinius turizmo produktus, apimančius kultūros ir gamtos viešuosius paveldo objektus,  didinant jų aktualumą, lankomumą, žinomumą, taip skatinant vietinį turizmą | Šeimos, jaunimas (18–30 m.), dirbantieji (30–55 m.) | Kultūrinis, sveikatos, ekologinis turizmas | Adventur parodos organizavimas. Televizijos, radijo rinkodaros kampanijų ir kitų rinkodaros priemonių Lietuvoje vykdymas, populiarinant nacionalinius kultūros ir gamtos paveldo objektus, nacionalinius turizmo maršrutus, trasas, prioritetinius turizmo produktus, didinti jų aktualumą, lankomumą, žinomumą. Pristatomųjų renginių bei seminarų vietinės turizmo rinkos atstovams organizavimas, pristatant turizmo galimybes Lietuvoje. Pažintinių turų, apimančių kultūros ir gamtos paveldo objektus, organizavimas žurnalistams.  Turizmo galimybių pristatymas ir populiarinimas didžiuosiuose renginiuose Lietuvoje |
| Rusija | Paklausos nišiniams turizmo produktams formavimas | Šeimos (≥2 asm.), 55+ „auksinis amžius“, jaunimas (18-30 m.), verslo atstovai (25-55 m.) | Kultūrinis, sveikatos, ekologinis ir verslo turizmas | Atskiros rinkodaros priemonės: naujų produktų kūrimas, pristatymas, reklama ir remiamosios priemonės: žurnalistų ir kultūros objektų pažintiniai turai, turizmo skatinimo renginiai, reklamos kampanijos, leidiniai, e-rinkodara |
| Izraelis | Paklausos nišiniams turizmo produktams formavimas | Šeimos (≥ 2asm.), 55+ „auksinis amžius“, jaunimas (18–30 m.), verslo (25–45 m.) | Kultūrinis ir miestų, sveikatos, verslo turizmas | Atskiros rinkodaros priemonės: naujų produktų kūrimas, pristatymas, reklama ir remiamosios priemonės: dalyvavimas MATKA parodoje, žurnalistų ir kultūros objektų pažintiniai turai, turizmo skatinimo renginiai, reklamos kampanijos, leidiniai, e-rinkodara |
| Norvegija | Paklausos sveikatinimo ir nišiniams turizmo produktams formavimas | 2asm.), 55+ „auksinis amžius“, jaunimas (18–30 m.), verslo (25–45 m.) | Kultūrinis, sveikatos, verslo turizmas | Kompleksinė rinkodara (reklama žiniasklaidos priemonėse, e-rinkodara, reklamos kampanijos, dalyvavimas parodose), renginiai (RoadShow), seminarai, žurnalistų ir kultūros objektų pažintiniai turai, leidiniai ir pan. |
| Suomija | Paklausos sveikatos ir nišiniams turizmo produktams formavimas | Šeimos (≥ 2asm.), 55+ „auksinis amžius“, jaunimas (18–30 m.), verslo (25–45 m.) | Kultūrinis, ekologinis, sveikatos, verslo turizmas | Kompleksinė rinkodara (reklama žiniasklaidos priemonėse, e-rinkodara, reklamos kampanijos, dalyvavimas parodose), renginiai (RoadShow), seminarai, žurnalistų ir kultūros objektų pažintiniai turai, leidiniai ir pan. |
| Švedija | Paklausos sveikatos ir nišiniams turizmo produktams formavimas | Šeimos (≥ 2asm.), 55+ „auksinis amžius“, jaunimas (18–30 m.), verslo (25–45 m.) | Kultūrinis, ekologinis, sveikatos, verslo turizmas | Kompleksinė rinkodara (reklama žiniasklaidos priemonėse, e-rinkodara, reklamos kampanijos, dalyvavimas parodose), renginiai (RoadShow), seminarai, žurnalistų ir kultūros objektų pažintiniai turai, leidiniai ir pan. |
| Danija | Paklausos kultūriniam ir miestų turizmui, nišiniams turizmo produktams formavimas | Šeimos (su vaikais ir be), 60+ „auksinis amžius“, jaunimas (18–30 m.), pavieniai (25–55 m.) | Kultūrinis, ekologinis, verslo turizmas | Atskiros rinkodaros priemonės: naujų produktų kūrimas, pristatymas, reklama ir remiamosios priemonės: žurnalistų ir kultūros objektų pažintiniai turai, turizmo skatinimo renginiai, reklamos kampanijos, leidiniai, e-rinkodara |
| Olandija | Paklausos kultūriniam ir miestų turizmui, nišiniams turizmo produktams formavimas | Poros, kurių amžius svyruoja nuo 30 iki 65 m., draugai (20–30 m.) | Kultūrinis, ekologinis, verslo turizmas | Atskiros rinkodaros priemonės: naujų produktų kūrimas, pristatymas, reklama ir remiamosios priemonės: žurnalistų ir kultūros objektų pažintiniai turai, turizmo skatinimo renginiai, reklamos kampanijos, leidiniai, e-rinkodara |

*Šaltinis: Sudaryta autorių, remiantis valstybinio turizmo departamento prie Ūkio ministerijos parengta Lietuvos turizmo rinkodaros strategija 2015–2020 metams*

# ROKIŠKIO RAJONO RINKODAROS TURIZMO RINKODAROS STRATEGIJA 2021-2025 M.

***12 pav. Vizija, tikslai ir uždaviniai***

*Šaltinis: sudaryta autorių*

***38 lentelė. Rokiškio rajono rinkodaros turizmo rinkodaros strategija 2021-2025 m.***

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Nr.** | **Priemonės pavadinimas** | **Priemonės rodiklis** | **Tikslinės rinkos** | **Laikotarpis** | **Atsakingas vykdytojas** |
| **1 Tikslas. Stiprinti Rokiškio rajono patrauklumą ir konkurencingumą** | | | | | |
| ***1. Uždavinys. Skatinti vietos gyventojų verslumą, investicijas ir konkurencingumą turizmo srityje, siekiant plėsti turizmo produktų/ paslaugų asortimentą*** | | | | | |
| **11.1.** | **Vietos gyventojų verslumo skatinimas turizmo srityje** | Išaugęs veikiančių ūkio subjektų skaičius apgyvendinimo sektoriuje | Netiesioginė nauda visoms tikslinėms rinkoms | 2021-2025 m. | Rokiškio rajono savivaldybės administracija, [Strateginio planavimo, investicijų ir viešųjų pirkimų skyrius](https://rokiskis.lt/administracine-informacija/veikla/veiklos-sritys/strateginio-planavimo-investiciju-ir-viesuju-pirkimu-skyrius/) (toliau – RRSA SPIVPS), bendradarbiaujant su Rokiškio VVG |
| Išaugęs veikiančių ūkio subjektų skaičius maitinimo sektoriuje |
| Išaugęs paslaugų skaičius tradicinių amatų, edukacinių užsiėmimų ir kt. paslaugų, aktyvaus laisvalaikio sektoriuose |
| Sukurta registravimo sistema, kurios pagalba vykdoma stebėsena |
| Suorganizuota verslumo skatinimo renginių – 2 vnt./metus |
| **11.2.** | **Investicijų pritraukimas turizmo sektoriuje** | Išaugęs viešosios ir privačios partnerystės sandorių skaičius Rokiškio rajone (3-5 sandoriai 2021-2025 m. periodu) | Netiesioginė nauda visoms tikslinėms rinkoms | 2021-2025 m. | RRSA SPIVPS |
| Didėjančios TUI, tenkančios vienam gyventojui(2019 m. Rokiškio r. sav. – 1172 Eur/ 1-am gyventojui) |
| **11.3.** | **Tarpregioninio bendradarbiavimo vystymas** | Įsitraukimas į tarpregioninių teminių kelių plėtros projektus – 1 projektas/ metus | Nauda visoms tikslinėms grupėms | 2021-2025 m. | RTTAIKC |
| ***2. Uždavinys. Kurti ir įgyvendinti šiuolaikines rinkodaros priemones*** | | | | | |
| **22.1.** | **Efektyvių ir šiuolaikiškų rinkodaros priemonių diegimas, siekiant mažinti sezoniškumą, didinti konkurencingumą ir krašto patrauklumą** | Rokiškio kraštą reprezentuojantys video filmukai – 4 vnt./metus, kurie viešinami el. rinkodaros kanalais | Lietuvos rinka | 2021-2025 m. | Rokiškio TTAIKC |
| Didinti peržiūrų/ sekėjų skaičių el. rinkodaros kanaluose:  *Instagram – 674 sekėjai;*  *Facebook – 5000 draugų;*  *YouTube – 200 sekėjų.* |
| Kuriama ir pastoviai atnaujinama informacija: [www.rokiskiotic.lt](http://www.rokiskiotic.lt), socialiniuose tinkluose ir partnerių internetinėse svetainėse.  Turinys skiriamas suaugusiesiems, vaikams, šeimoms, senjorams |
| Mobiliosios aplikacijos sukūrimas su integruotu interaktyviu žemėlapiu – 1 vnt. |
| **22.2.** | **Rokiškio krašto ženklo ir šūkio sukūrimas** | Sumaketuoti reklaminiai maketai – 5 skirtingi vnt., kurie viešinami viešosiose erdvėse | Netiesioginė nauda visoms tikslinėms rinkoms | 2021-2025 m. | Rokiškio TTAIKC, RRSA SPIVPS |
| Įrengti informaciniai stendai – 5 vnt. |
| Šūkio sukūrimas – 1 vnt. |
| **22.3.** | **Informacijos sklaida apie turizmo galimybes Rokiškio rajone, bendradarbiavimo vystymas** | Pagaminta naujų komplektų siuvenyrų – 2 komplektai/ metus | Netiesioginė nauda visoms tikslinėms rinkoms | 2021-2025 m. |  |
| Narystė organizacijoje TURA | Turistinių veiklų atstovai, RTTAIKC |
| Turizmo objektų (elementų) aprašų atnaujinimas ir platesnės informacijos pateikimas internetinėje svetainėje www.rokiskiotic.lt | RTTAIKC |
| Lėtojo turizmo strategijos sukūrimas – 1 vnt.;  Suinteresuotų asmenų įtraukimas, vystant lėtąjį turizmą – 5 vnt./ metus | RRSA, Turistinių veiklų atstovai, RTTAIKC |
| Ekoturizmo idėjų propagavimas – naujos turizmo paslaugos, jų kompleksai, įtraukiant ekologinių ūkių savininkus – 3 vnt./ metus | Nauda visoms tikslinėms grupėms | 2021-2025 m. | RTTAIKC |
| **22.4.** | **Efektyvių rinkodaros priemonių, pristatančių turizmo produktus, kūrimas ir plėtra** | Atnaujinti *Google maps* žemėlapiai internetinėje svetainėje www.rokiskiotic.lt | Nauda visoms tikslinėms grupėms | 2021-2025 m. | RTTAIKC |
| **22.5.** | **Rokiškio TTAIKC interneto svetainės ir socialinių tinklų optimizavimas** | Suorganizuoti *Google AdWords* ir *SEO* sistemų mokymai – 2 vnt./ metus | Netiesioginė nauda visoms tikslinėms grupėms | 2021-2025 m. |  |
| **22.6.** | **Informacijos apie turizmo produktus pasiekiamumo interneto paieškos sistemų pagalba tobulinimas** | Rinkodaros specialisto etato sukūrimas – 1 vnt. | Netiesioginė nauda visoms tikslinėms grupėms | 2021-2025 m. | RTTAIKC |
| **22.7.** | **Mokymų organizavimas, siekiant kelti kompetencijas, su turistais dirbantiems darbuotojams** | Suorganizuoti mokymai, seminarai darbuotojams, dirbantiems su turistais – 3 vnt./ metus | Netiesioginė nauda visoms tikslinėms grupėms | 2021-2025 m. | RTTAIKC |
| **22.8.** | **Informacinių leidinių publikavimas** | Išleista naujo tiražo leidinių – 2 vnt./ metus | Nauda visoms tikslinėms grupėms | 2021-2025 m. | RTTAIKC |
| Publikacijų rašymas į internetinius dienraščius/ savaitraščius – 2 vnt./ mėn. | Nauda visoms tikslinėms grupėms | 2021-2025 m. | RTTAIKC |
| **22.9.** | **Rokiškio rajono turistų pasitenkinimo vertinimas** | Apklausa – 1 vnt./ metus | Netiesioginė nauda visoms tikslinėms grupėms | 2021-2025 m. | RTTAIKC |
| **2.10.** | **Puoselėti ir populiarinti kultūros paveldo objektus bei senąsias tradicijas** | Inovatoriškų idėjų bei technologijų išnaudojimas – 2 iniciatyvos/ metus | Nauda visoms tikslinėms grupėms | 2021-2025 m. | RTTAIKC |
| Senosios kultūros tradicijų puoselėjimas ir vystymas šiuolaikišku požiūriu – 4 vnt./ metus |
| **2 Tikslas. Bendradarbiavimo skatinimas turizmo sektoriuje** | | | | | |
| ***3. Uždavinys. Skatinti turizmo produktų plėtrą ir vystyti bendradarbiavimą su viešuoju ir privačiu sektoriais*** | | | | | |
| **23.1.** | **Turizmo produktų kūrimas su kaimyniniais rajonais** | Sukurti bendri turizmo produktai, bendradarbiaujant su: Biržų, Kupiškio, Panevėžio, Pasvalio rajonais – 4 vnt./metus | Nauda visoms tikslinėms rinkoms | 2021-2025 m. | RTTAIKC |
| **23.2.** | **Turizmo produktų kūrimas su Panevėžio regiono turizmo sektoriaus atstovais** | Sukurti bendri produktai – 1 vnt./metus | Nauda visoms tikslinėms rinkoms | 2021-2025 m. | RTTAIKC |
| **23.3.** | **Vandens turizmo plėtra** | Vandens turizmo pramogų pritaikymas turistų poreikiams, infrastruktūros atnaujinimas – 2 vnt./metus | Nauda visoms tikslinėms rinkoms | 2021-2025 m. | RRSA |
| **23.4.** | **Edukacinių programų kūrimas ir viešinimas** | Sukurtos edukacinės programos – 2 vnt./metus | Lietuvos rinka | 2021-2025 m. | RTTAIKC, Rokiškio krašto muziejus ir kt. |
| Edukacinių programų pritaikymas užsienio turistams, programų vertimas į: latvių, rusų, anglų, lenkų kalbas | Užsienio rinka |
| **23.5.** | **Infrastruktūros kūrimas ir vystymas** | Teminės vaikų žaidimo aikštelės – 2 vnt.; | Nauda visoms tikslinėms rinkoms | 2021-2025 m. | RRSA, RTTAIKC |
| Pramogų parko įkūrimas – 1 vnt. |
| Žaidimų labirinto įkūrimas – 1 vnt.; |
| **23.6.** | **Informacinių terminalų ir programinės įrangos įsigijimas** | Įrengti informaciniai terminalai – 4 vnt. | Nauda visoms tikslinėms rinkoms | 2021-2025 m. | RRSA |
| **33.7.** | **Bendrų iniciatyvų vystymas tarp viešojo ir privataus sektorių** | Diskusijų, darbinių sesijų inicijavimas – 2 vnt./ metus | Nauda visoms tikslinėms rinkoms | 2021-2025 m. | RRSA, viešojo ir privataus sektoriaus organizacijos, mokslo įstaigos |
| Turizmo klasterio įkūrimas | RRSA, turizmo sektoriaus organizacijos |
| ***4. Uždavinys. Turizmo priemonių kūrimas, skatinančios turistų apsistojimo trukmės ilginimui*** | | | | | |
| **34.1.** | **Internetinės vietinių Rokiškio gyventojų rubrikos kūrimas** | RTTAIKC internetinėje svetainėje sukurta skiltis/ rubrika „Vietiniai dalinasi“ – 1 vnt.;  Vietinių gyventojų rekomendacijos – 6 vnt./metus;  Svetainės lankomumas – 4 000 lankytojų/ metus; | Nauda visoms tikslinėms rinkoms | 2021-2025 m. | RTTAIKC |
| **34.2.** | **Pažintinių ekskursijų plėtra** | Sukurtos 2 vnt./metus ekskursijos | Nauda visoms tikslinėms rinkoms | 2021-2025 m. | RTTAIKC, RRSA |
| Pažintinių takų, maršrutų sukūrimas, įrengimas – 1 vnt./metus |
| Užbaigti lankytinų objektų žymėjimą |
| **34.3.** | **Pramoginių renginių, trunkančių ilgiau nei 3 dienas organizavimas** | Meno renginių skaičius – 5 vnt.;  Festivalių skaičius – 5 vnt.;  Sporto renginių – 5 vnt.; | Nauda visoms tikslinėms rinkoms | 2021-2025 m. | RTTAIKC |
| **34.4.** | **Bendradarbiavimo programų vystymas** | Suorganizuotų susitikimų skaičius – 4 vnt./metus; | Nauda visoms tikslinėms rinkoms | 2021-2025 m. | RTTAIKC |
| Įgyvendintų bendradarbiavimo projektų skaičius – 5 vnt. |
| **3 Tikslas. Turistų srautų pritraukimas ne sezono metu** | | | | | |
| ***5. Uždavinys. Priemonių, skirtų sezoniškumo problemų sprendimui, inicijavimas*** | | | | | |
| **45.1.** | **Infrastruktūros plėtra, siekiant pritraukti turistų srautus** | Įrengti pėsčiųjų, dviračių takus ir maršrutus;  Įrengti šiuolaikiškas laisvalaikio praleidimo zonas;  Įrengti informacinius stendus, nuorodas | Nauda visoms tikslinėms rinkoms | 2021-2025 m. | RTTAIKC, RRSA |
| Auto-moto maršrutų kūrimas – 4 vnt. |  |
| Regioninio parko infrastruktūros tobulinimo programos | RRSA, SRP |
| Žiemos sporto infrastruktūros plėtra – 1 vnt. (pvz., slidinėjimo trasa) | RRSA |
| Plėsti poilsiaviečių, stovyklaviečių tinką bei sukurti jų interaktyvų žemėlapį |
| Gamtinių takų tinklo sukūrimas – 1 vnt./ metus |
| **45.2.** | **Sveikatingumo, SPA paslaugų plėtra ir investicijų pritraukimas, skatinant partnerystes** | Pvz., įrengtas 1-2 terapijos ar SPA centras | Nauda visoms tikslinėms rinkoms | 2021-2025 m. | RRSA SPIVPS |
| **45.3.** | **Reklaminių kampanijų vykdymas** | Renginių/ paslaugų viešinimas – 2 reklaminės kampanijos/metus | Nauda visoms tikslinėms rinkoms | 2021-2025 m. | RTTAIKC |
| **45.4.** | **Nuolaidų sistemos kūrimas** | Sukurtos – 5 nuolaidų iniciatyvos; | Nauda visoms tikslinėms rinkoms | 2021-2025 m. | RTTAIKC |
| **45.5.** | **Kelionių paketų pasiūla** | Kelionių paketų „su viskas įskaičiuota“ sukūrimas – 15 vnt. | Nauda visoms tikslinėms rinkoms | 2021-2025 m. | RTTAIKC |
| Paslaugų paketai neorganizuotiems turistams – 5 vnt. |
| **45.6.** | **Bendradarbiavimo skatinimas su tikslinių rinkų kelionių agentūromis** | Kontaktų užmezgimas ir ryšių palaikymas – 4 projektai/metus | Nauda visoms tikslinėms rinkoms | 2021-2025 m. | RTTAIKC |
| **4 Tikslas. Didinti vietinio bei atvykstamojo turizmo srautus** | | | | | |
| ***6. Uždavinys. Rinkodaros priemonių taikymas vietiniams turistams*** | | | | | |
| **56.1.** | **Renginių plėtra ir viešinimas** | Sudarytas renginių tinklelis ir jo viešinimas [www.rokiskiotic.lt](http://www.rokiskiotic.lt) ir kituose rajono kultūros, meno įstaigų puslapiuose, socialiniuose tinkluose | Nauda visoms tikslinėms rinkoms | 2021-2025 m. | RRSA Kultūros ir komunikacijos skyrius |
| Parengti informaciniai pranešimai spaudai – 1-2 pranešimai vienam dideliam renginiui |
| Renginių viešinimas internetiniais kanalais (naujienos publikavimas foto, video formatu) | RTTAIKC |
| **56.2.** | **Turizmo produktų pristatymų vykdymas** | Parengti ir užsakyti informaciniai pranešimai bei straipsniai apie naujus ir esamus turizmo produktus – 6 vnt./metus | Nauda visoms tikslinėms rinkoms | 2021-2025 m. | RTTAIKC |
| **56.3.** | **Dalyvavimas turizmo parodose, mugėse Lietuvoje** | Sudalyvauta parodose – 1-2 vnt./metus | Netiesioginė nauda visoms tikslinėms grupėms | 2021-2025 m. | RTTAIKC |
| **56.4.** | **Populiarių asmenų pakvietimas į Rokiškio rajoną** | Pakviesta influencerių, žurnalistų, virtuvės šefų ir pan. – 12 asm./metus | Nauda visoms tikslinėms rinkoms | 2021-2025 m. | RTTAIKC |
| **56.5.** | **Šiuolaikinių internetinių priemonių naudojimas** | Sukurta tinklalaidė – 24 epizodai/metus | Nauda visoms tikslinėms rinkoms | 2021-2025 m. | RTTAIKC |
| Turizmo rinkodaros plano pildymas, naujų idėjų įrašymas | Netiesioginė nauda visoms tikslinėms grupėms |
| **66.6.** | **Vieningo Rokiškio prekės ženklo sukūrimas ir vieningos komunikacijos strategijos įgyvendinimas** | Prekės ženklas – 1 vnt. (lietuvių ir anglų kalbomis) | Nauda visoms tikslinėms rinkoms | 2021-2025 m. | RTTAIKC |
| Stiliaus knygos *Brandbook* sukūrimas – 1 vnt. |
| ***7. Uždavinys. Didinti atvykstamojo turizmo srautus bei puoselėti Rokiškio rajono atpažįstamumą užsienio tikslinėse rinkose*** | | | | | |
| **67.1.** | **Didžiųjų renginių reprezentavimas ir viešinimas** | Sudarytas renginių tinklelis ir jo viešinimas [www.rokiskiotic.lt](http://www.rokiskiotic.lt) ir kituose rajono kultūros, meno įstaigų puslapiuose, socialiniuose tinkluose;  Išverstas į latvių, rusų, anglų, lenkų kalbas | Užsienio rinka | 2021-2025 m. | RTTAIKC |
| **67.2.** | **Partnerystės-bendradarbiavimo vystymas su užsienio turizmo sistemos dalyviais** | Pakviestų užsienio tikslinių rinkų kelionių organizatorių skaičius – 3 vnt. organizatorių iš kiekvienos tikslinės rinkos šalies/ metus | Užsienio rinka | 2021-2025 m. | RRSA, RTTAIKC, RRSA SPIVPS |
| **67.3.** | **Dalyvavimas Tarptautinėse turizmo parodose, verslo misijose** | Sudalyvauta parodų – 3 parodos/metus | Užsienio rinka | 2021-2025 m. | RRSA, RTTAIKC, RRSA SPIVPS |
| Suorganizuota/ sudalyvauta verslo misijose – 1 vnt./metus |
| **67.4.** | **Užsienio žurnalistų ir užsienio turizmo agentų kvietimas į Rokiškio rajoną** | Pakviesta žurnalistų – 2 vnt./ metus iš vienos tikslinės rinkos šalies | Užsienio rinka | 2021-2025 m. | RRSA, RTTAIKC, RRSA SPIVPS |

|  |
| --- |
| *Apibendrinimas*  *Efektyvus elektroninės rinkodaros priemonių ir kompleksinių turizmo paketų taikymas tiksliniams Rokiškio turizmo segmentams iki 2025 m. padidintų turistų srautą ir padidintų atvykstančių turistų santykį tarp vietinių turistų. Pardavimo kanalų skaičiaus didinimas įtraukiant tarptautinius tarpininkus – partnerius, tai iki 2025 m. padidintų turizmo ne sezono metu užimtumo rodiklius ir padidintų Rokiškio rajono žinomumą ir įvaizdį, tuo pačiu reprezentuojant ir Lietuvą.*  *Informacijos sklaida šiuolaikinėmis informacinių technologijų priemonėmis yra esminis turizmo skatinimo prioritetas. Turizmo industrijos plėtra priklauso nuo informacinių paslaugų sistemos išvystymo lygio. Lietuvos turizmo plėtros programoje teigiama, kad dėl informacinių ir moderniųjų ryšių technologijų raidos bei vis dažnesnio jų naudojimo labai pakito turizmo sektoriaus ir turistų santykis. Aktyvus modernios technologijos naudojimas yra veiksmingas informacijos sklaidos kanalas ir įvaizdžio formavimo priemonė. Daugiausia turizmo informaciją apie Rokiškio rajono turizmo išteklius potencialiems klientams teikia ir turizmo paslaugų rinkodaros priemones įgyvendina Rokiškio TTAIKC, Rokiškio krašto muziejus, Kultūros centras, kitos savivaldybės įstaigos. Todėl būtina, kad šias turizmo (ir ne tik) srityje veikiančias suinteresuotas šalis apjungtų jas vienijantis objektas – prekės ženklas ir taiklus krašto šūkis. Prekės ženklas apjungtų ir tarnautų, todėl būtų išvengiama turistų išsisklaidymo, ir visa koncentracija bei rinkodara būtų nukreipta į vieną tikslą – skatinti turistus atvykti į Rokiškio rajoną.* |

# TURIZMO RINKODAROS STRATEGIJOS ĮGYVENDINIMO BEI STEBĖSENOS MECHANIZMAS

Rokiškio rajono savivaldybės turizmo plėtros programos 2021-2025 metams įgyvendinimo priežiūros, rodiklių ir vertinimo sistema skirta kontroliuoti turizmo plėtros programos įgyvendinimo procesą, vertinti priemonių poveikį Rokiškio rajono savivaldybės turizmo sektoriui bei, prireikus, papildyti ar koreguoti programą. Ši sistema apibrėžia turizmo plėtros programos 2021-2025 m. įgyvendinimo institucinę struktūrą, kasmetinį įgyvendinimo darbų ciklą, programos koregavimą ir įgyvendinimo rodiklių sistemą.

***Programos įgyvendinimo priežiūros sistema****.* Rokiškio rajono savivaldybės turizmo rinkodaros strategijos įgyvendinimo priežiūrą vykdo Rokiškio rajono savivaldybės administracijos Švietimo, kultūros ir sporto skyrius bei Rokiškio turizmo ir tradicinių amatų informacijos ir koordinavimo centras.

Rokiškio TTAIKC renka informaciją, reikalingą strategijos įgyvendinimo metinių priežiūros ataskaitų parengimui, informaciją apdoroja, susistemina ir parengia galutines metines ataskaitas, kurias teikia savivaldybės Švietimo, kultūros ir sporto skyriui. Galutinė ataskaita yra integruojama į metinę strateginio veiklos plano ataskaitą. Turizmo rinkodaros strategijos ataskaitoje pateikiama ši pagrindinė informacija:

* Ataskaitinis laikotarpis;
* Apibrėžiami pagrindiniai įgyvendinti pokyčiai (priemonių įgyvendinimo lygis, panaudotos lėšos, pasiekti rodikliai);
* Pateikiama veiksnių, turėjusių įtakos programos įgyvendinimui ataskaitiniu laikotarpiu, analizė;
* Nurodoma, kurias strategijos dalis reikia taisyti ar papildyti dėl išorės ar vidinių veiksnių nulemtų pokyčių.

**39 Lentelė. Rokiškio rajono savivaldybės turizmo rinkodaros strategijos 2021-2025 m. įgyvendinimo priežiūros institucinė struktūra ir funkcijos**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Institucinis lygmuo | Pagrindinės funkcijos | Terminai |
| Rokiškio turizmo ir tradicinių amatų informacijos ir koordinavimo centras | Metinių priežiūros ataskaitų parengimui būtinos informacijos surinkimas, apdorojimas, susisteminimas ir pateikimas Rokiškio rajono savivaldybės administracijos Švietimo, kultūros ir sporto skyriui | Einamųjų metų kovo mėn. |
| Rokiškio rajono savivaldybės administracijos Švietimo, kultūros ir sporto skyrius | Metinių priežiūros ataskaitų rengimas.  Strategijos koregavimo/papildymo poreikio nustatymas.  Strategijos koregavimas/papildymas (esant poreikiui). | Einamųjų metų gruodžio mėn. |

Strategijos koregavimas – tai procedūra, kurios metu plano kryptys, tikslai, uždaviniai arba priemonės yra papildomi naujais, keičiami arba išbraukiami. Strategijos koregavimo/papildymo poreikį nustato Švietimo, kultūros ir sporto skyrius, pritarus Rokiškio rajono savivaldybės administracijos direktoriui ar jo įgaliotam asmeniui. Švietimo, kultūros ir sporto skyrius (esant poreikiui) taip pat atlieka strategijos koregavimo/ papildymo darbus arba juos deleguoja Rokiškio TTAIKC. Pagrindiniai Rokiškio rajono savivaldybės turizmo rinkodaros strategijos 2021-2025 m. įgyvendinimo vertinimo rodiklių duomenų šaltiniai: Rokiškio rajono savivaldybės administracija, Rokiškio TTAIKC, biudžetinių įstaigų metinės veiklos ataskaitos. Pasirinkti pasiekimo indikatorių rodikliai yra realūs, tikslūs ir teisingi. Jie turi aiškią informacijos surinkimo ir pagrindimo sistemą, kuri suteikia galimybę kiekvienais metais įvertinti efektą, poveikį bei įtaką savivaldybės plėtrai.

1. https://osp.stat.gov.lt/informaciniai-pranesimai?articleId=7575960 [↑](#footnote-ref-1)
2. https://eimin.lrv.lt/lt/veiklos-sritys/turizmas/kurortai-ir-kurortines-teritorijos [↑](#footnote-ref-2)
3. <https://rokiskis.lt/wp-content/uploads/2019/04/2018-veiklos-ataskaita.pdf> [↑](#footnote-ref-3)
4. <https://lakd.lrv.lt/uploads/lakd/documents/files/Paslaugos/Inforinkmenos/LAKD_bukleto_2014_zemelapis.pdf> [↑](#footnote-ref-4)
5. Taikomasis mokslo tiriamasis darbas „Ekoturizmo metodinės rekomendacijos”, VšĮ Gamtos paveldo fondas [↑](#footnote-ref-5)
6. https://kvr.kpd.lt/#/static-heritage-search [↑](#footnote-ref-6)
7. https://www.registrucentras.lt/bylos/dokumentai/literatura/Turizmas.%20Pl%C4%97tra%2C%20i%C5%A1%C5%A1%C5%ABkiai%20ir%20perspektyvos.pdf [↑](#footnote-ref-7)
8. <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAP/e618f351f18511e993e1a0efdbde7def?positionInSearchResults=0&searchModelUUID=5a090441-1e8d-41cf-8990-5a2c0244bca9> [↑](#footnote-ref-8)
9. World foof travel association. Prieiga: <https://worldfoodtravel.org/new> s-the-economic-impact-of-food-tourism/ [↑](#footnote-ref-9)
10. https://www.lithuania.travel/uploads/ckeditor/default/0001/02/387d561268a4a2ec5d8a1a76f434498174511fc5.pdf [↑](#footnote-ref-10)
11. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212567116302866 [↑](#footnote-ref-11)
12. City tourism and Culture. A Report produced for the Research Group of the European Travel Commission (ETC) and for the World Tourism Organization (WTO) by LAgroup & InterartsBrussels, February 2005, p. 136. Prieiga internetu http://www.creativeconnectioneindhoven.com/upload/pdf/City%20Tourism%20&%20Culture.pdf [↑](#footnote-ref-12)
13. Vilija SAPJANSKIENĖ, Vytauto Didžiojo karo muziejus, „Sėkminga edukacinė veikla: esami ir būsimi iššūkiai“. [↑](#footnote-ref-13)
14. https://www.sac.smm.lt/wp-content/uploads/2016/02/Valstybine-svietimo-strategija-2013-2020\_svietstrat.pdf [↑](#footnote-ref-14)
15. http://www.nmva.smm.lt/wp-content/uploads/2020/05/Socialine\_pilietine\_kulturine\_pazintine\_veikla.pdf [↑](#footnote-ref-15)
16. <https://eimin.lrv.lt/uploads/eimin/documents/files/Turizmas/LTPP%20nauja_2016-12-22.pdf> [↑](#footnote-ref-16)
17. Fullagar, S., Wilson, E., & Markwell, K. (2012). *Slow tourism: Experieces and mobilities.* Salisbury: Chanel View Publication. [↑](#footnote-ref-17)
18. Lumsdon, L. M., & McGrath, P. (2011). Developing a conceptual framework for slow travel: A grounded theory approach. *Journal of Sustainable Tourism,* 265-279. [↑](#footnote-ref-18)
19. Dickinson, J., & Lumsdon, L. M. (2010). *Slow Travel and Tourism.* London: Earthscan. [↑](#footnote-ref-19)
20. https://www.frh-europe.org/unwto-tourism-can-protect-and-promote-religious-heritage/ [↑](#footnote-ref-20)
21. Liutikas, D. (2020). Catholic pilgrimage in Europe: Contemporary traditions and challenges. In Religion and Theology: Breakthroughs in Research and Practice (pp. 201-215). IGI Global. [↑](#footnote-ref-21)
22. http://kurklt.lt/wp-content/uploads/2019/09/2019-2020-Vie%C5%A1oji-konsultacija-Religinis-turizmo-skatinimas-Lietuvoje.pdf [↑](#footnote-ref-22)
23. Kelionės bei asmeninės, kultūros ir poilsio organizavimo paslaugos [↑](#footnote-ref-23)
24. Remiantis svarbiomis turizmui savybėmis nustatytos ekonominės veiklos, vykdomos esant turizmo produkcijos paklausai, rūšys. Tačiau ne visų turizmui būdingų ekonominės veiklos rūšių atvejais ši sąlyga tinka. Pavyzdžiui, restoranų ir keleivinio transporto paslaugos būtų teikiamos ir nesant turizmo produkcijos paklausos, tačiau tokios paslaugos sudaro reikšmingą turizmo produkcijos paklausos ir pasiūlos dalį, todėl yra priskiriamos prie turizmui būdingų ekonominės veiklos rūšių. [↑](#footnote-ref-24)
25. Ekonominės veiklos rūšys ir produktai, neapibrėžti kaip turizmui būdingi, tačiau vartojami vienadienių lankytojų ar turistų kelionėse ir sudarantys nereikšmingą turizmo produkcijos paklausos dalį. Pavyzdžiui, draudimo paslaugos, kosmetika, laikraščiai, farmacinės priemonės ir kiti pirkiniai, įsigyti kelionėje. [↑](#footnote-ref-25)
26. Rodiklis, išreiškiamas turizmo paslaugų vartojimo ir bendrosios produkcijos santykiu. [↑](#footnote-ref-26)
27. https://www.e-tar.lt/portal/lt/legalAct/73c0b060663111eabee4a336e7e6fdab [↑](#footnote-ref-27)
28. <https://vpb.lrv.lt/lt/veiklos-sritys/prekiu-zenklai/kas-yra-prekiu-zenklas> [↑](#footnote-ref-28)
29. Marketing Land: Email Marketing Study: Lodging & Travel Industry Reports Highest Email Open Rate At 56 %

    http://mklnd.com/1OTynQU [↑](#footnote-ref-29)