

**ŠIRVINTŲ RAJONO
SAVIVALDYBĖ**



**ŠIRVINTŲ RAJONO SAVIVALDYBĖS TURIZMO
RINKODAROS STRATEGIJA 2016–2021 M.**

Turizmo planavimo dokumentas | 2016 m.

Turinys

1. Vizija ir tikslai.....	8
2. Turizmo tendencijos	9
2.1 Turizmo tendencijos Lietuvoje	11
2.2 Turizmo tendencijos Širvintų rajono savivaldybėje	18
3. Rinkos aplinka	21
3.1 Politinė aplinka	21
3.2 Ekonominė aplinka	21
3.3 Socialinė aplinka	22
3.4 Technologinė aplinka.....	22
4. Konkurencinė aplinka.....	24
5. Produkto auditas	28
5.1 Širvintų rajono turizmo situacijos SSGG.....	35
5.2 Širvintų rajono ženklo auditas	36
5.3 Širvintų rajono savivaldybės gamtos ir kultūros objektų žinomumo didinimas e-rinkodaros priemonėmis.....	36
6. Segmentų analizė	42
7. Strategijos, kaip rinkodaros priemonių rinkinio, parengimas.....	47
7.1 Širvintų rajono, kaip patrauklios turistinės vietovės, įvaizdžio formavimas	47
7.2 Širvintų rajono turizmo informacinės sistemos rinkodaros stiprinimas, elektroninės rinkodaros plėtra	47
7.3 Širvintų rajoną ir jo turizmo produktus pristatančių leidinių rengimas, leidyba ir platinimas	48
7.4 Širvintų rajono turizmo galimybių pristatymas tarptautinėse turizmo parodose	48
7.5 Širvintų rajono turizmo verslo misijų organizavimas.....	48
7.6 Širvintų rajono turizmo galimybių pristatymas žurnalistams	49
8. Rinkodaros veiksmų plano įgyvendinimas.....	50
9. Veiklos stebėseną ir vertinimas	54



Paveikslai

1 pav. Lietuvos turizmo plėtros 2014–2020 metų programoje nurodyti prioritetiniai turizmo plėtros regionai	6
2 pav. Tarptautinių turistų skaičiaus tendencijos, mln., 1995–2014 m.	9
3 pav. Tarptautinių turistų pasiskirstymas pagal regionus (kairėje); tarptautinio turizmo pajamų pasiskirstymas pagal regionus (dešinėje)	9
4 pav. Vietinių turistų kelionės su viena ir daugiau nakvynių pagal apskritis, 2014 m.	12
5 pav. Šalys, į kurias Lietuvos gyventojai 2014 m. daugiausiai vyko vienadienių kelionių.....	13
6 pav. Šalys, iš kurių 2014 m. į Lietuvą daugiausiai atvyko vienadienių lankytojų	14
7 pav. Atvykusių turistų kelionės pagal informacijos šaltinį apie Lietuvą 2014 m.....	16
8 pav. Lietuvos apgyvendinimo įstaigose apsistojusių turistų skaičius 2008–2014 m., tūkst.....	16
9 pav. Apgyvendinta turistų apgyvendinimo įstaigose pagal apskritis, 2014 m.	17
10 pav. Suteikta nakvynių Lietuvos gyventojams apgyvendinimo įstaigose pagal apskritis, tūkst. .	17
11 pav. Apgyvendinimo įstaigų skaičius pagal Vilniaus regiono savivaldybes.....	18
12 pav. Apgyvendintų turistų Vilniaus regiono savivaldybėse skaičius, 2012–2014 m.	18
13 pav. Suteikta nakvynių apgyvendinimo įstaigose Vilniaus regiono savivaldybėse skaičius, 2012–2014 m.	19
14 pav. Suteiktų nakvynių skaičius Vilniaus regiono savivaldybėse esančiuose viešbučiuose, 2012–2014 m.	19
15 pav. Vidutinės disponuojamos pajamos per mėnesį vienam namų ūkio nariui, eurai per mėnesį	22
16 pav. Apgyvendintų turistų skaičius savivaldybėse, priklausančiose Vilniaus regionui, 2014 m.	26
17 pav. Širvintų rajono savivaldybės geografinė padėtis	30
18 pav. Širvintų rajono teritorijoje esančių magistralinių ir krašto kelių schema	31
19 pav. Viešojo maitinimo įstaigų išsidėstymas Širvintų rajono savivaldybėje	32
20 pav. Maršrutas dviračiu Širvintų rajone: Kernavė – Musninkai - Čiobiškis	38
21 pav. Maršrutas automobiliu: Vilniaus raj. – Širvintų raj. – Ukmergės raj.	39
22 pav. Maršrutas dviračiu palei Nerį: Vilniaus raj. – Širvintų raj. – Jonavos raj.	41

Lentelės

1 lentelė. Širvintų rajono turizmo rinkodaros strategijos tikslai ir uždaviniai.....	8
2 lentelė. Vietinių turistų išlaidų (maistui, apgyvendinimui, pramogoms ir kitoms paslaugoms) pokyčiai, Lietuvoje	13
3 lentelė. Atvykusių turistų kelionės pagal aplankytas vietas Lietuvoje 2014 m.....	15
4 lentelė. Bendrasis vidaus produktas vienam gyventojui pagal apskritis, tūkst. eurų.....	21
5 lentelė. Vilniaus regiono savivaldybių palyginimas pagal gamtinius išteklius	24



6 lentelė. Vilniaus regiono savivaldybių palyginimas pagal lankytinas vietas	25
7 lentelė. Vilniaus regiono savivaldybių palyginimas pagal apgyvendinimo paslaugas.....	25
8 lentelė. Vilniaus regiono savivaldybių palyginimas pagal maitinimo paslaugas	26
9 lentelė. Vilniaus regiono savivaldybių palyginimas pagal aktyvų poilsį ir pramogas	27
10 lentelė. Lankytini objektai Širvintų rajono savivaldybėje	29
11 lentelė. Atstumai tarp Lietuvos bei artimiausių šalių didmiesčių iki Širvintų rajono savivaldybės	30
12 lentelė. Atstumas nuo tarptautinių oro uostų	31
13 lentelė. Tradiciniai renginiai Širvintų rajono savivaldybėje.....	34
14 lentelė. SSSG analizė	35
15 lentelė. Projekte dalyvaujančios savivaldybės, jų objektai, kurių žinomumas bus didinamas e-rinkodaros priemonėmis	36
16 lentelė. Dažniausiai atvykstančių turistų apibūdinimai	42
17 lentelė. Potencialių atvykstančiųjų turistų apibūdinimai	43
18 lentelė. Sprendimai svarbioms atvykstamojo turizmo rinkoms	44
19 lentelė. Širvintų rajono turizmo rinkodaros strategijos 2016–2021 m. laikotarpiui priemonių plano įgyvendinimas.....	50
20 lentelė. Strategijos įgyvendinimo priežiūros priemonių planas.....	54



Santrumpos ir sąvokos

Analizė	vieningas sisteminis tyrimas, kurio metu objektas skaidomas į atskiras dalis, o šios yra tiriamos, tvarkomos, rūšiuojamos
Apyvadinimo paslauga	savarankiška, už užmokestį atliekama ekonominė veikla, kuria sudaromos sąlygos tenkinti nakvynės ir higienos poreikius
BVP	bendras vidaus produktas
Draustinis	saugoma teritorija, įsteigta išsaugoti moksliniu bei pažintiniu požiūriu vertingas gamtos ir (ar) kultūros vietoves, joje esančius gamtos ir kultūros paveldo teritorinius kompleksus ir objektus (vertybes), kraštovaizdžio ir biologinę įvairovę bei genetinį fondą. Šioje teritorijoje esančių vertybių išsaugojimas užtikrinamas nenutraukiant joje ūkinės veiklos
ES	Europos Sąjunga
IT	Informacinės technologijos
JT PTO	Jungtinių Tautų Pasaulio turizmo organizacija
Konsultantas	Smart Continent LT
Kultūros paveldo objektai	pavieniai, kompleksiniai ar į kompleksą įeinantys objektai, registruoti kaip nekilnojamosios kultūros vertybės, t. y. žemės sklypuose, sklypų dalyse, vandens, miško plotuose ar jų dalyse esantys statiniai ar kiti nekilnojamieji daiktai, kurie turi vertingųjų savybių ir kartu su jais priskirta teritorija yra atskiri daiktinės teisės objektai ar gali jais būti
LTPP	Lietuvos turizmo plėtros 2014–2020 metų programa
Mobilioji aplikacija	taikomoji programinė įranga, skirta išmaniesiems telefonams, planšetiniams kompiuteriams ir kitiems mobiliems įrenginiams
Nakvynės paslauga	savarankiška, už užmokestį turistui teikiama apgyvendinimo paslauga, kai kartu su nakvyne teikiami ir pusryčiai
Nekilnojamoji kultūros vertybė	kultūros paveldo objekto ar vietovės reikšmingumą lemiančių vertingųjų savybių, visuomenei svarbių kaip jos kultūrinis turtas, visuma, neatsižvelgiant į tai, kam nuosavybės teise objektas ar vietovė priklauso
Rinkodara	Pirkimo–pardavimo santykiais grindžiamos ūkio sistemos kūrimo procesas, kurio metu suformuojama vienokio ar kitokio pobūdžio rinka bei verslo įmonės ar individo tikslų siekimo toje rinkoje sąlygos
Remarketingas	potencialių vartotojų (lankytojų), kurie paliko svetainę, susigrąžinimas
Saugomos teritorijos	sausumos ir (ar) vandens plotai nustatytais aiškiais ribomis, turintys pripažintą mokslinę, ekologinę, kultūrinę ir kitokią vertę ir kuriems teisės aktais nustatytas specialus apsaugos ir naudojimo režimas (tvarka)
Socialinis tinklas	interaktyvi interneto struktūra (internetu svetainė) vienijanti tam tikrą, bendrų interesų turinčią narių grupę, kuri ir kuria konkrečios svetainės turinį ir virtualiai bendrauja tarpusavyje, automatizuotomis konkrečios svetainės priemonėmis
SSGG	analizės modelis, kuris nurodo organizacijos ar tam tikro sektoriaus strateginių planų vystymo kryptį ir suteikiantis jiems pagrindą. SSGG atspindi stiprybes, silpnybę, galimybes ir grėsmes
Strategija	Širvintų rajono savivaldybės turizmo rinkodaros strategija 2016–2021 m.
ŠRSIS	Širvintų rajono savivaldybės investicijų skyrius
Turistas	fizinis asmuo, kuris pažintiniais, profesiniais dalykiniais, etniniais, kultūriniais, rekreaciniais, sveikatinimo, sveikatingumo, religiniais ar specialiais tikslais keliauja po savo šalį ar į kitas šalis ir bent vienai nakvynei, tačiau ne ilgiau kaip vienus metus apsistoja ne savo nuolatinėje gyvenamojoje vietoje, jeigu ši veikla nėra mokymasis ar mokamas darbas lankomoje vietoje
Turinio rinkodara	priemonė, kurios metu kuriamas ir publikuojamas aktualus ir vertę turintis turinys
Užsakovas	Širvintų rajono savivaldybės administracija
Verslo turizmas	Kelionės verslo reikalais ir susijusios su komerciniu turizmu



Įvadas

Širvintų rajono turizmo rinkodaros strategija rengiama siekiant nustatyti turizmo rinkodaros tikslus ir uždavinius, kurie apimtų konkurencingų turizmo produktų kūrimą, efektyvių rinkodaros ir komunikacijos priemonių įgyvendinimą, stiprinant Širvintų rajono turizmo įvaizdį bei didinant žinomumą Lietuvoje ir tarptautinėse rinkose.

Širvintų rajono savivaldybė patenka į prioritetinius Lietuvos turizmo regionus (žr. 1 pav.), išsiskiria turizmo traukos objektų gausa, įgyvendintais viešosios turizmo infrastruktūros projektais, atliktais objektų tvarkybos darbais. Širvintų rajono žinomumo didinimui ir turistinės vietovės įvaizdžio gerinimui pagrindinis tikslas – kurti elektroninės rinkodaros priemones ir įgyvendinti rinkodaros projektus, sujungiančius dviejų ir daugiau savivaldybių teritorijas apimančius turistinius maršrutus.

Vilniaus regionas	<ul style="list-style-type: none">➤ Vilniaus miesto savivaldybė➤ Vilniaus rajono savivaldybė➤ Širvintų rajono savivaldybė➤ Trakų rajono savivaldybė	Pietų Dzūkijos regionas	<ul style="list-style-type: none">➤ Druskininkų savivaldybė➤ Lazdijų rajono savivaldybė➤ Varėnos rajono savivaldybė
Pajūrio regionas	<ul style="list-style-type: none">➤ Klaipėdos miesto savivaldybė➤ Klaipėdos rajono savivaldybė➤ Palangos miesto savivaldybė➤ Kretingos rajono savivaldybė➤ Neringos savivaldybė➤ Šilutės rajono savivaldybė	Rytų Aukštaitijos regionas	<ul style="list-style-type: none">➤ Zarasų rajono savivaldybė➤ Ignalinos rajono savivaldybė➤ Utenos rajono savivaldybė➤ Anykščių rajono savivaldybė➤ Molėtų rajono savivaldybė
Nemuno žemupio regionas	<ul style="list-style-type: none">➤ Kauno miesto savivaldybė➤ Kauno rajono savivaldybė➤ Birštono savivaldybė➤ Kaišiadorių rajono savivaldybė➤ Jurbarko rajono savivaldybė➤ Šakių rajono savivaldybė➤ Prienų rajono savivaldybė	Žemaitijos aukštumų regionas	<ul style="list-style-type: none">➤ Telšių rajono savivaldybė➤ Plungės rajono savivaldybė

1 pav. Lietuvos turizmo plėtros 2014–2020 metų programoje nurodyti prioritetiniai turizmo plėtros regionai

Šaltinis: sudaryta Konsultanto, remiantis Lietuvos Respublikos Vyriausybės patvirtinta Lietuvos turizmo plėtros 2014–2020 metų programa

Pagrindinis Širvintų rajono turizmo skatinimo prioritetas – nuoseklus turizmo traukos objektų ir veiklų populiarinimas bei aktyvi informacijos sklaida moderniomis technologijomis, todėl Širvintų rajono turizmo strategijoje didelis dėmesys skiriamas elektroninei rinkodarai, kuri orientuota į viešųjų kultūros ir gamtos paveldo objektų lankomumą ir žinomumo didinimą.

Siekiant parengti Širvintų rajono turizmo rinkodaros strategiją, kurios įgyvendinimas padidintų rajone esančių objektų žinomumą bei lankomumą, UAB „Smart Continent LT“ ir Širvintų rajono savivaldybės administracija sudarė sutartį dėl Širvintų rajono turizmo rinkodaros strategijos parengimo paslaugų.

Širvintų rajono turizmo rinkodaros strategiją sudaro šios struktūrinės dalys:

- vizija ir tikslai;
- turizmo tendencijos;
- rinkos aplinka;



- konkurencinė aplinka;
- produkto auditas;
- prekės ženklo auditas;
- segmentų analizė;
- strategijos (rinkodaros priemonių rinkinio) parengimas;
- rinkodaros veiksmų plano įgyvendinimas;
- veiklos stebėseną ir vertinimas.

Siekiant parengti kokybišką Širvintų rajono turizmo rinkodaros strategiją 2016–2021 metams, buvo remtasi:

- statistiniais turizmo rodikliais;
- Širvintų rajone teikiamomis turizmo paslaugomis;
- Širvintų rajono savivaldybės 2014–2020 strateginių plėtros planu;
- Širvintų rajono savivaldybės tinklalapyje viešai prieinama informacija apie turizmą¹;
- Lietuvos turizmo rinkodaros strategija 2015–2020 metams.

Apibendrinant turizmo sektoriaus situaciją Širvintų rajone parengtas rinkodaros veiksmų planas, plano įgyvendinimas bei nustatyti stebėsenos ir vertinimo rodikliai.

¹ Širvintų rajono savivaldybės tinklalapyje pateikiama informacija, prieiga: <http://www.sirvintos.lt/lt/turistams.html>



1. Vizija ir tikslai

Širvintų rajono turizmo rinkodaros strategija sudaroma 2016–2021 m. laikotarpiui ir koreguojama, atsižvelgiant turizmo sektoriaus pokyčius, augimo dinamiką, organizuotų renginių, reklaminių akcijų ir įvairių rinkodaros priemonių efektyvumą.

Siekiant plėtoti turizmą Širvintų rajone, būtinas lėšų ir priemonių efektyvumo optimizavimas, taip pat Širvintų rajono turizmo produktų pridėtinės vertės kūrimas, bendradarbiaujant viešojo ir privataus sektoriaus institucijoms.

Širvintų rajono turizmo rinkodaros strategijos paskirtis – numatyti Širvintų rajono turizmo rinkodaros pagrindines priemones 2016–2021 m. laikotarpiui, siekiant formuoti Širvintų rajono, kaip patrauklios vietovės, įvaizdį, skatinti vietinį ir atvykстамąjį turizmą.

Vizija – tapti aktyvaus turizmo ir rekreacijos centru rytinėje Lietuvos dalyje, plėtojant kultūrinį, pažintinį, draugišką gamtai turizmą.

Atsižvelgiant į Lietuvos turizmo plėtros 2014–2020 metų programoje bei Širvintų rajono savivaldybės strateginio plėtros iki 2020 metų plane nustatytus tikslus, Širvintų rajono turizmo rinkodaros strategijoje iškeliami tikslai ir uždaviniai, prisidedantys prie programoje ir plane numatytų tikslų įgyvendinimo.

1 lentelė. Širvintų rajono turizmo rinkodaros strategijos tikslai ir uždaviniai

Tikslai	Uždaviniai
Plėtoti turizmo infrastruktūrą ir gerinti paslaugų kokybę	plėtoti aktyvų, gamtinį ir kultūrinį turizmą
	skatinti turizmo paslaugas teikiančių įmonių, įstaigų, turistinių vietovių kūrimąsi
Didinti Širvintų rajono, kaip turistinio krašto, žinomumą ir gerinti jo įvaizdį	didinti kultūros ir gamtos paveldo objektų lankomumą ir žinomumą, efektyviai išnaudojant elektroninės rinkodaros priemones
	kurti ir įgyvendinti elektroninės rinkodaros projektus bendradarbiauti su kitomis savivaldybėmis / valstybėmis, įgyvendinant bendrus turizmo rinkodaros projektus
Mažinti turizmo paslaugų sezoniškumą	didinti renginių ir pramogų pasiūlą ne sezono metu
	padidinti užsienio turistų ir vietinių turistų skaičių bei apsistojimo trukmės ilgį ne turistinio sezono metu

Šaltinis: sudaryta Konsultanto

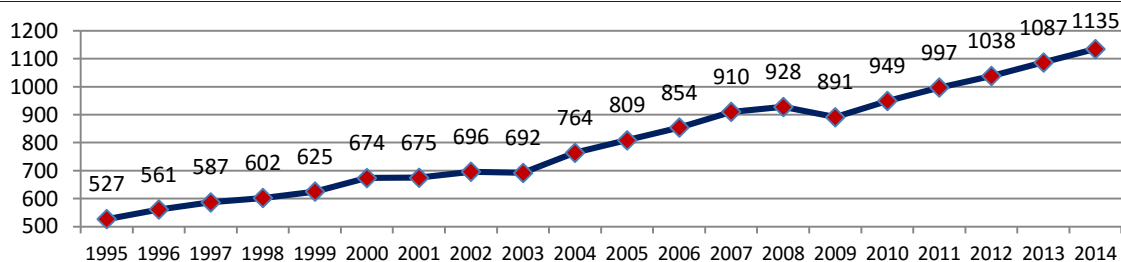
Tinkamas Širvintų rajono turizmo rinkodaros strategijoje numatytų tikslų įgyvendinimas prisidėtų prie Širvintų rajono vizijos tapti aktyvaus turizmo ir rekreacijos centru.

2. Turizmo tendencijos

Pastaraisiais dešimtmečiais padidėjus skaičiui šalių, kurios skatina turizmą ir investuoja į šį ekonomikos sektorių, turizmo industrija tapo viena iš svarbiausių ūkio šakų, padedančių spręsti socialinius ir ekonominius klausimus. Pasaulinės tendencijos pastebimos ir Lietuvoje.

2014 m. Jungtinių Tautų Pasaulio turizmo organizacijos (toliau – JT PTO) statistiniai duomenys rodo, kad turizmas tiesiogiai ir netiesiogiai sukuria apie 9 proc. pasaulio bendrojo vidaus produkto, viena iš 11 darbo vietų sukuriama turizmo dėka. Turizmo eksportas sudaro 6 proc. viso pasaulio eksporto bei 29 proc. pasaulio paslaugų eksporto. Tarp svarbiausių pasaulyje eksporto sudėtinųjų dalių turizmas užima ketvirtą vietą po kuro, chemijos produkcijos ir maisto prekių.

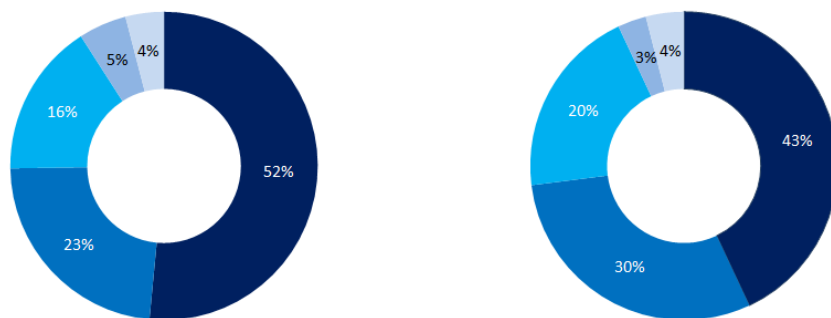
Užsienio turistų kelionių skaičius 2014 m. pasiekė 1,135 mlrd. (pirmą kartą turistų kelionių skaičius 1 mlrd. pasiekė 2012 m.), palyginimui 1950 m. tik 25 mln. turistų keliavo į užsienį visame pasaulyje. Turizmo srutai per 54 metus išaugo net 45 kartus. 2014 m. tarptautinių turistų skaičius pasaulyje padidėjo 4,7 proc. (žr. 2 pav.).



2 pav. Tarptautinių turistų skaičiaus tendencijos, mln., 1995–2014 m.

Šaltinis: sudaryta Konsultanto, remiantis Jungtinių Tautų Pasaulio turizmo organizacijos parengtu metiniu pranešimu

Turistų labiausiai padaugėjo Šiaurės ir Pietų Amerikoje – čia turistų srutai išaugo 7 proc. ir siekė 182 mln. Lankomiausiu regionu buvo Europa – 584 mln. turistų – 4 proc. daugiau nei 2013 m.



3 pav. Tarptautinių turistų pasiskirstymas pagal regionus (kairėje); tarptautinio turizmo pajamų pasiskirstymas pagal regionus (dešinėje)

Šaltinis: sudaryta Konsultanto, remiantis Jungtinių Tautų Pasaulio turizmo organizacijos parengtu metiniu pranešimu

2014 m. beveik visuose regionuose tarptautinių turistų srutai augo, išskyrus Vidurio rytuose, Afrikos regione turistų skaičius nekito – 2013 m. ir 2014 m. šiame regione apsilankė 56 mln. turistų. 2014 m., palyginti su 2013 m., Europos regione turistų skaičius padidėjo 3,7 proc., Azijos ir Ramiojo

vandenyno – 6 proc., Šiaurės ir Pietų Amerikoje – 7,7 proc., Vidurio rytuose turistų skaičius sumažėjo beveik 4 proc.

Pagal JT PTO studiją „Tourism Towards 2030“ prognozuojama, kad tarptautinių turistinių kelionių skaičius turėtų augti 3,3 proc. per metus ir 2030 m. pasiekti 1,8 mlrd. Sautykinai naujose turizmo paslaugas siūlančiose šalyse, tarp kurių yra ir Lietuva, užsienio turistinių kelionių skaičius, palyginti 2010 m. ir 2030 m., turėtų augti sparčiau (apie 4,4 proc. per metus) nei šalyse, kuriose turizmas jau turi senas tradicijas.

Atsižvelgiant į tai, kad Europos regionas yra vienas labiausiai lankomų turistų, tikslinga efektyviau taikyti tradicinės ir e-rinkodaros priemones, kurios padėtų pritraukti didesnius turistų srautus.

Bendros eksporto pajamos iš tarptautinio turizmo 2014 m. sudarė 1,1 trilijoną eurų. Šalių pajamos iš tarptautinio turizmo sudarė 937 mlrd. eurų (augimas 3,7 proc.), o 166 mlrd. eurų uždirbo keleivių pervežimo kompanijos.

JT PTO pranešime² nurodoma, kad daugiausiai pajamų iš tarptautinio turizmo 2014 m. gavo Europa – 41 proc. visų tarptautinio turizmo pajamų, 15,8 mlrd. eurų daugiau, palyginti su 2013 m., ir siekė 383 mlrd. eurų. Azijos ir Ramiojo vandenyno regiono pajamos iš turizmo siekė 284 mlrd. eurų (30 proc.) Šiaurės ir Pietų Amerikoje turizmo pajamos padidėjo 9,3 mlrd. eurų, iki 206 mlrd. eurų (22 proc.). Vidurio Rytų regione pajamos iš tarptautinio turizmo siekė 37 mlrd. eurų (4 proc.), Afrikoje – 27 mlrd. eurų (3 proc.).

Strategijoje „Europa 2020“ numatyta, kad Europa turi išlikti turistų lankomiausiu žemynu, kur vertinama regionų svarba ir įvairovė. 2014 m. 51,4 proc. visų užsienio turistinių kelionių pasaulyje teko Europai – ji išlieka lydere.

Didinant Europos turizmo sektoriaus konkurencingumą Europos Komisija rekomenduoja:

- siūlyti įvairesnes turizmo paslaugas;
- naudoti naujoves ir IT turizme;
- tobulinti profesinius įgūdžius;
- ilginti turizmo sezoną;
- skatinti tarpvalstybines iniciatyvas turizme (maršrutai, dviračių trasos ir kita);
- skatinti tausaus ir kokybiško turizmo vystymąsi.

Pastaraisiais dešimtmečiais sparčią turizmo plėtrą lėmė bendrosios visuomenės vystymosi tendencijos – turizmas tapo viena iš populiariausių laisvalaikio veiklų. Globalizacija ir postmodernizmas sukūrė personalizuotą, įvairiapusę turizmo pasiūlą ir paklausą. Pagal Ekonominio bendradarbiavimo ir plėtros organizaciją (2010), sparčiam turizmo augimui didžiausią įtaką padarė globalizacijos procesas, sustiprintas žemiau išvardintų socialinių–ekonominių veiksmų:

- didėjančios gyventojų pajamos ir paveldimas turtas;

² World tourism organization UNWTO, Exports from international tourism rise to US\$ 1,5 trillion in 2014, žiūrėti: <http://media.unwto.org/press-release/2015-04-15/exports-international-tourism-rise-us-15-trillion-2014>

- prailgėjusi gyvenimo trukmė;
- greitesnis ir pigesnis susisiekimas oro transporto priemonėmis;
- pagerėjęs įvairių turistinių vietovių pasiekiamumas;
- intensyvus informacinių technologijų panaudojimas (kas leidžia su minimaliais kaštais pasiekti didesnę skaičių turizmo paslaugų vartotojų);
- didėjantis pragyvenimo lygis naujai besivystančiose atvykstantoje turizmo rinkose (Kinijoje, Indijoje, Rusijoje ir Rytų Europoje, ypač Lenkijoje).

Išsivysčiusiose šalyse ilgėja gyventojų vidutinis amžius, todėl daugėja žmonių, turinčių daugiau laisvo laiko kelionėms ir galinčių didesnę dalį pajamų skirti turizmui, o ne pirmojo būtinumo išlaidoms.

Pasaulinio audito, mokesčių ir konsultacijų įmonių tinklo „KPMG International“ atliktoje studijoje „Future State 2030“³ nurodoma, kad didesnę visuomenės dalį sudarys vyresnio amžiaus žmonės. Atsižvelgiant į prognozuojamus demografinius pokyčius, kuriant naujus ar tobulinant esamus turizmo produktus būtina tai įvertinti. Pavyzdžiui, 55 m. ir vyresni (55+ „auksinio amžiaus“) turistai keliauja toliau nuo namų ir ilgesniam laikotarpiui, vienos kelionės metu aplanko kelias turistines vietas, keliauja su vienu šeimos nariu, jų išlaidos viršija vidutines turistų kelionių išlaidas. Pagyvenę turistai ateityje bus geresnės sveikatos ir turės daugiau pajamų. Tai lems paklausą:

- kokybei, patogumui ir saugumui;
- patogesniam ir greitesniam susisiekimui;
- atsipalaidavimo produktams ir įvairioms veikloms (golfo kursai, SPA ir pan.);
- kultūrinio turizmo produktams.

Prognozuojami demografiniai pokyčiai sudaro sąlygas išnaudoti Lietuvos turimą potencialą – skatinti pažintinį, kultūrinį bei sveikatingumo turizmą.

2.1 Turizmo tendencijos Lietuvoje

Vertinant turizmo tendencijas Lietuvoje, analizuojami šie pagrindiniai rodikliai:

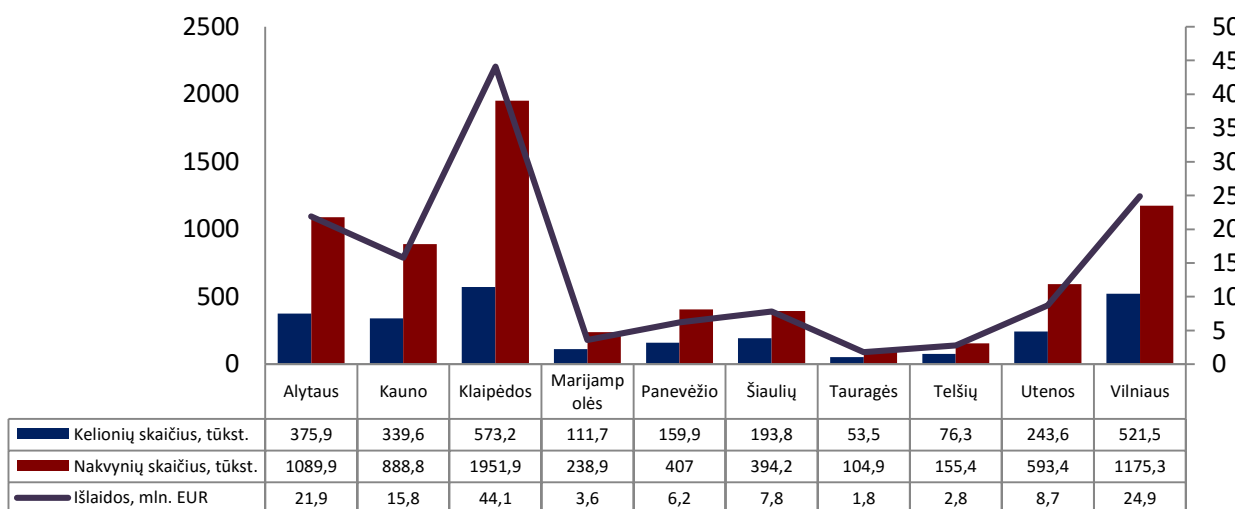
- vietinis turizmas Lietuvoje;
- išvykstantasis turizmas Lietuvoje;
- atvykstantasis turizmas Lietuvoje;
- apgyvendinimo paslaugų statistika Lietuvoje.

Vietinis turizmas Lietuvoje

³ KPMG international, Future state 2030: The global megatrends shaping governments. Prieiga: <https://www.kpmg.com/ID/en/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Documents/Future-State-2030.pdf>

Lietuvos statistikos departamento duomenimis, 2014 m. vietinių turistų kelionių skaičius Lietuvoje išaugo daugiau nei 5 proc., palyginti su 2012 m., ir siekė 2649,1 tūkst. Vertinant vietinių turistų skaičių pagal apskritis, labiausiai šis skaičius padidėjo Marijampolės bei Šiaulių apskrityse – atitinkamai 33 proc. ir 25 proc. Beveik visose apskrityse šis skaičius augo, išskyrus Kauno, Klaipėdos bei Tauragės apskritis. Šiose apskrityse vietinių turistų kelionių skaičius sumažėjo: Kauno apskrityje sumažėjo 6 proc. (2012 m. – 361,2 tūkst., 2014 m. – 339,6 tūkst.), Klaipėdos apskrityje – 7 proc. (2012 m. – 615,9 tūkst., 2014 m. – 573,2 tūkst.), Tauragės apskrityje – 18 proc. (2012 m. – 65,3 tūkst., 2014 m. – 53,5 tūkst.).

Vietinių turistų nakvynių skaičius Lietuvoje 2014 m. išaugo 2 proc., palyginti su 2012 m. Nakvynių skaičius augo tose pačiose apskrityse, kuriose augo ir vietinių turistų kelionių skaičius, išskyrus Telšių apskritį – čia kelionių skaičius nors ir nežymiai, bet padidėjo – nuo 75,7 tūkst. 2012 m. iki 76,3 tūkst. 2014 m. Tuo tarpu nakvynių skaičius šioje apskrityje sumažėjo beveik 9 proc. – nuo 169,3 tūkst. 2012 m. iki 155,4 tūkst. 2014 m. Kauno apskrityje vietinių turistų nakvynių skaičius sumažėjo 8 proc., Klaipėdos apskrityje – 10 proc., Tauragės apskrityje – 30 proc.



4 pav. Vietinių turistų kelionės su viena ir daugiau nakvynių pagal apskritis, 2014 m.

Šaltinis: sudaryta Konsultanto, remiantis Lietuvos statistikos departamento duomenimis

Vietinių turistų išlaidos Lietuvoje 2014 m. siekė 137,6 mln. eurų – 17 proc. daugiau nei 2012 m. Labiausiai vietinių turistų išlaidos išaugo Vilniaus apskrityje – daugiau nei 40 proc., palyginti su 2012 m. Alytaus, Kauno bei Tauragės apskrityje turistų išlaidos 2014 m. sumažėjo, palyginti su 2012 m. – atitinkamai 2 proc., 1 proc., 5 proc. Vertinant vietinių turistų išlaidas pagal apskritis, daugiausiai išlaidų turistai patyrė Vilniaus apskrityje – 24,9 mln. eurų, mažiausiai – Tauragės apskrityje – 1,8 mln. eurų.

2 lentelėje pateikiami vietinių turistų išlaidų pokyčiai Lietuvoje. 2014 metais, palyginti su 2009 m., vietinių turistų vidutinės dienos išlaidos išaugo 23 proc. (nuo 17,1 eurų 2009 m. iki 19,8 eurų 2014 m.) bei vidutinės vienos kelionės išlaidos – 19 proc. (nuo 42,6 eurų 2009 m. iki 50,6 eurų 2014 m.).

2 lentelė. Vietinių turistų išlaidų (maistui, apgyvendinimui, pramogoms ir kitoms paslaugoms) pokyčiai, Lietuvoje

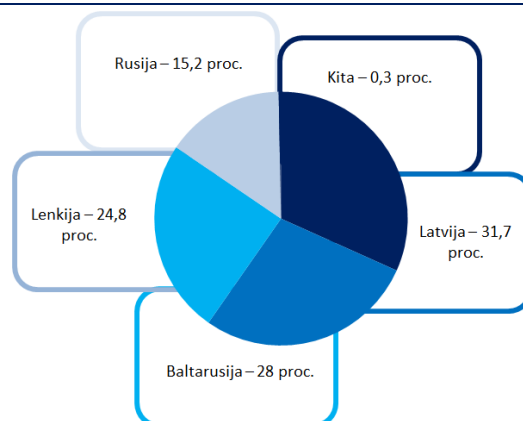
Metai	Vietinių turistų išlaidos, mln. EUR	Vietinių turistų išlaidos Vilniaus apskrityje, mln. EUR	Vietinių turistų vidutinės dienos išlaidos, EUR	Vietinių turistų vidutinės vienos kelionės išlaidos, EUR
2014	137,6	24,9	19,8	50,6
2013	128,0	24,9	18,1	49,4
2012	117,2	17,6	17,1	46,6

Šaltinis: sudaryta Konsultanto, remiantis Lietuvos statistikos departamento duomenimis

Išvykstamasis turizmas Lietuvoje

2014 m. Lietuvos gyventojų vienadienės ir turistų (Lietuvos gyventojų, praleidusių bent vieną naktį užsienyje) kelionės į užsienį sudarė 4,3 mln. – 1,5 proc. daugiau, palyginti su 2013 m.

Lietuvos statistikos departamento duomenimis, į vienadienes keliones Lietuvos gyventojai vyko 2,5 mln. kartų. Daugiausia vienadienių kelionių buvo į Latviją – 31,7 proc., Baltarusiją – 28 proc., Lenkiją – 24,8 proc., Rusiją – 15,2 proc. (žr. 5 pav.).



5 pav. Šalys, į kurias Lietuvos gyventojai 2014 m. daugiausiai vyko vienadienių kelionių

Šaltinis: sudaryta Konsultanto, remiantis Lietuvos statistikos departamento duomenimis

Pagrindinis kelionių į Rusiją tikslas – apsipirkti (87,7 proc.). Į Lenkiją vienadieniai lankytojai vyko apsipirkti (73,2 proc.), laisvalaikio, poilsio ir atostogų tikslais vyko 10,8 proc., verso ir profesiniais reikalais – 7,9 proc. 56,7 proc. vienadienių lankytojų, vykusių į Baltarusiją, vyko apsipirkti, 34,4 proc. – aplankyti giminių ir draugų. Į Latviją vienadieniai lankytojai dažniausiai vyko laisvalaikio, poilsio ir atostogų (65,1 proc.) tikslais, 10,6 proc. vyko verslo ir profesiniais reikalais.

2014 m. Lietuvos gyventojų kelionių į užsienį su viena ir daugiau nakvynių buvo 1,8 mln. – 1,4 proc. daugiau, palyginti su 2013 m.⁴ Vidutinė vienos kelionės trukmė – 7 nakvynės. Vidutinės vienos kelionės išlaidos per dieną sudarė 64,9 eurus – 10,9 proc. daugiau nei 2013 m.

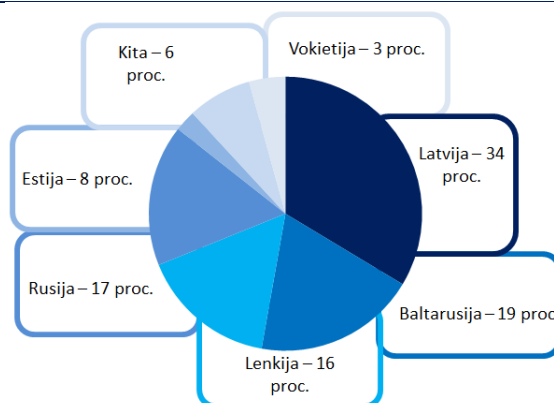
Giminių ir draugų lankyti vyko 34 proc. Lietuvos gyventojų, verslo ir profesiniais interesais – 20 proc., laisvalaikio, poilsio ir atostogų tikslais – 40 proc., apsipirkti – 2 proc., kitais tikslais – 4 proc.

⁴ Turizmas Lietuvoje 2014. Lietuvos statistikos departamentas, prieiga internete: http://www.tourism.lt/uploads/documents/Turizmas-Lietuvoje_2014.pdf

Populiariausios kelionės buvo į Latviją – 13 proc. (iš jų 86 proc. sudarė asmeninės, 14 proc. – verslo kelionės), Jungtinę Karalystę – 11,6 proc. (iš jų 91 proc. – asmeninės, 9 proc. – verslo kelionės), Baltarusiją – 9,9 proc. (iš jų 74 proc. – asmeninės, 26 proc. – verslo kelionės), Lenkiją – 7,8 proc. (76 proc. – asmeninės, 24 proc. – verslo kelionės), Vokietiją – 6,5 proc. (iš jų 71 proc. – asmeninės, 29 proc. – verslo kelionės), Rusiją – 5 proc. (iš jų 50 proc. – asmeninės, 50 proc. – verslo kelionės) visų kelionių.

Atvykstamasis turizmas Lietuvoje

2014 m., palyginti su 2013 m., viendienių kelionių į Lietuvą sumažėjo 3 proc. Sumažėjimą galėjo lemti nepalanki Europos Sąjungos ir Rusijos politinė aplinka. Daugiausia lankytojų buvo iš Latvijos, Baltarusijos, Rusijos, Lenkijos ir Estijos (žr. 6 pav.).



6 pav. Šalys, iš kurių 2014 m. į Lietuvą daugiausiai atvyko viendienių lankytojų
Šaltinis: sudaryta Konsultanto, remiantis Lietuvos statistikos departamento duomenimis

Užsieniečiai į vienadienes keliones Lietuvoje dažniausiai vyko apsipirkti (34 proc.) arba verslo tikslais (24 proc.). 2014 m. viendieniai lankytojai Lietuvoje išleido 291,4 mln. eurų – 0,6 proc. daugiau nei 2013 m. Per vienadienę kelionę užsienietis vidutiniškai išleido 92 eurus – 3 eurus daugiau, palyginti su 2013 m.

Atsižvelgiant į tai, kad į vienadienes keliones Lietuvoje užsienio turistai dažniausiai vyksta apsipirkti arba verslo tikslais, Širvintų rajono savivaldybei nėra tikslinga vystant turizmą orientuotis į viendienius užsienio turistus – savivaldybėje nėra išplėtotas konferencinis ar apsipirkimo turizmas.

2014 m. užsieniečių vienos ir daugiau nakvynių kelionių skaičius padidėjo 2,5 proc., palyginti su 2013 m. Dauguma – 70 proc. – užsienio keliautojų su viena ir daugiau nakvynių į Lietuvą vyko asmeniniais tikslais, 30 proc. – verslo reikalais.

Žemiau esančioje lentelėje pateikiamos vietos, kuriose 2014 m. dažniausiai lankėsi turistai. Daugiausiai turistų apsilankė Vilniuje – asmeniniais tikslais apsilankė 68,2 proc., verslo reikalais – 31,8 proc.

3 lentelė. Atvykusių turistų kelionės pagal aplankytas vietas Lietuvoje 2014 m.

Aplankytos vietas	Iš viso (tūkst.)	Asmeninės kelionės (tūkst.)		Verslo kelionės (1 ir daugiau nakvynių) (tūkst.)
		1–3 nakvynių	4 ir daugiau nakvynių	
Vilnius	1449,8	988,3	346,9	461,5
Kaunas	584,7	421,9	157,2	162,8
Klaipėda	496,6	382,7	124,7	113,9
Palanga	284,9	242,1	92,4	42,7
Trakai	354,0	278,3	102,8	75,7
Birštonas	39,2	30,8	14,0	8,3
Druskininkai	173,7	140,5	49,3	33,2
Kuršių nerija	172,6	155,1	46,4	17,5
Kita	405,9	308,9	101,4	97,0

Šaltinis: sudaryta Konsultanto, remiantis Lietuvos statistikos departamento duomenimis

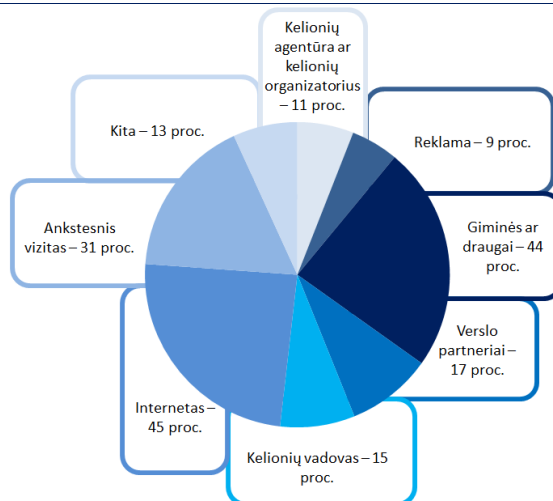
Į keliones su nakvyne daugiausiai vyko keliautojai iš:

- Baltarusijos – 21 proc.;
- Rusijos – 16 proc.;
- Latvijos – 11 proc.;
- Vokietijos – 8 proc.;
- Lenkijos – 8 proc.

2014 m., palyginti su 2013 m., kelionių skaičius iš Latvijos išaugo 15 proc., iš Estijos – 7,2 proc. Kelionių iš Europos Sąjungos šalių padaugėjo 2,7 proc. ir sudarė 50,3 proc. visų kelionių į Lietuvą. Iš kitų šalių kelionių padaugėjo 2,3 proc.

2014 m., kaip ir 2013 m., vidutinė užsieniečio kelionė Lietuvoje truko 4,4 nakvynės, 70,7 proc. visų kelionių su nakvyne sudarė trumpesnės trukmės (1–3 nakvynių) kelionės, palyginti su 2013 m. jų padaugėjo 1,2 proc. Bendras nakvynių skaičius 2014 m. sudarė 9,1 mln., palyginti su 2013 m. jų padaugėjo 1,4 proc.

Užsienio keliautojas 2014 m. Lietuvoje vidutiniškai išleido 372,8 eurus – 1,1 proc. daugiau nei 2013 m. Iš viso 2014 m. užsieniečiai kelionėse Lietuvoje su viena ir daugiau nakvynių išleido 768,9 mln. eurų – 3,6 proc. daugiau nei 2013 m.

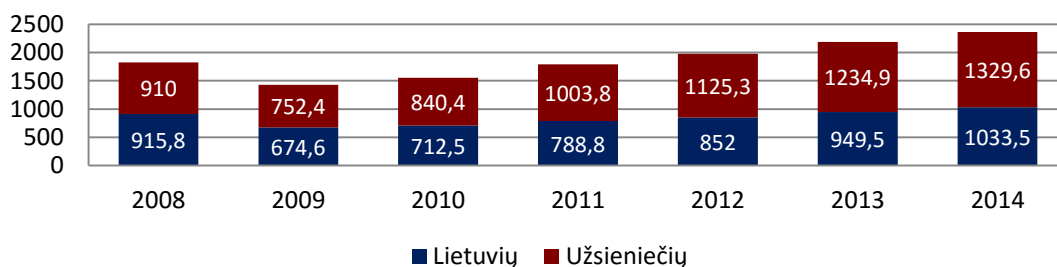


7 pav. Atvykusių turistų kelionės pagal informacijos šaltinį apie Lietuvą 2014 m.
Šaltinis: sudaryta Konsultanto, remiantis Lietuvos statistikos departamento duomenimis

Dauguma atvykusių užsieniečių apie Lietuvą sužinojo iš interneto (45 proc.), iš giminių ir draugų (44 proc.) ir po ankstesnio vizito (31 proc.). Beveik visi (95 proc.) užsienio turistai keliones Lietuvoje vertino labai gerai arba gerai.

Apgyvadinimo paslaugų statistika Lietuvoje

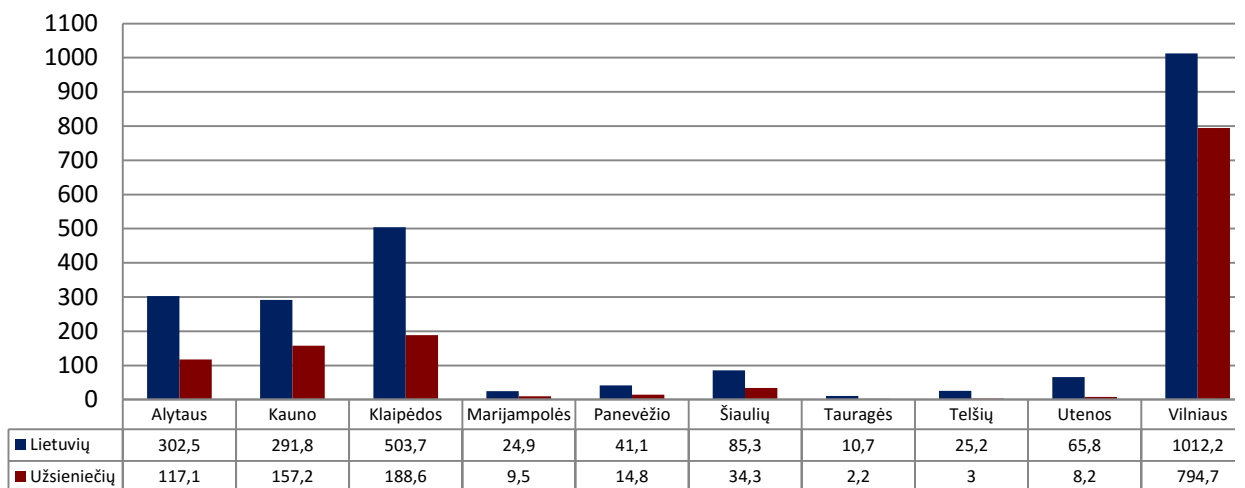
2014 m. Lietuvos apgyvendinimo įstaigose apsistojo 2,4 mln. turistų – 8,2 proc. daugiau, palyginti su 2013 m. Daugiau nei pusė turistų – 1,3 mln. – buvo turistai iš užsienio šalių, palyginti su 2013 m., jų skaičius padidėjo 7,7 proc. 57 proc. visų apgyvendintų užsieniečių buvo apsistoję Vilniaus apgyvendinimo įstaigose.



8 pav. Lietuvos apgyvendinimo įstaigose apsistojuusių turistų skaičius 2008–2014 m., tūkst.
Šaltinis: sudaryta Konsultanto, remiantis Lietuvos statistikos departamento duomenimis

Daugiausiai užsienio turistų, 2014 m. apsistojuusių apgyvendinimo įstaigose, buvo atvykę iš Rusijos – 222,2 tūkst. Tačiau, palyginti su 2013 m., šis skaičius sumažėjo 8,8 proc. Apgyvendintų užsieniečių iš Europos Sąjungos šalių skaičius 2014 m. padidėjo 6,2 proc, palyginti su ankstesniais metais, ir siekė 707,8 tūkst. – didžiąją jų dalį sudarė turistai iš Vokietijos (162,1 tūkst), Lenkijos (117,5 tūkst.), Latvijos (104,8 tūkst.) ir Estijos (47,5 tūkst.).

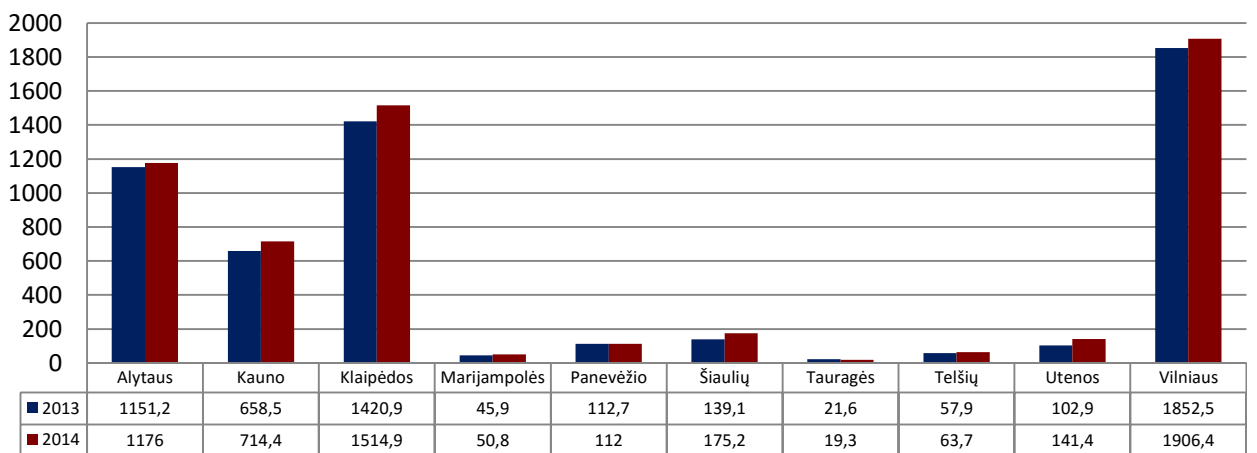
2014 m. apgyvendinimo įstaigose apsistojuusių Lietuvos gyventojų skaičius siekė 1 mln. – padidėjo 8,8 proc., palyginti su 2013 m. Daugiausia šalies gyventojų apsistojo Druskininkų apgyvendinimo įstaigose – 169,8 tūkst. (16,4 proc.), Palangos – 167,2 tūkst. (16,2 proc.), Vilniaus – 163,8 tūkst. (15,8 proc.).



9 pav. Apgyvendinta turistų apgyvendinimo įstaigose pagal apskritis, 2014 m.

Šaltinis: sudaryta Konsultanto, remiantis Lietuvos statistikos departamento duomenimis

Daugiausia nakvynių apgyvendinimo įstaigose suteikta Vilniaus apskrityje – 2014 m. suteiktos 1906,4 tūkst. nakvynės – 493,8 tūkst. Lietuvos ir 1412,6 tūkst. užsienio gyventojams. Mažiausiai nakvynių suteiktą Tauragės, Marijampolės ir Telšių apskrityse. Palyginti su 2013 m., 2014 m. beveik visose apskrityse suteiktų nakvynių skaičius didėjo, išskyrus dvi apskritis: Panevėžio apskrityje 0,7 proc., Tauragės apskrityje 10,7 proc. suteikta mažiau nakvynių.



10 pav. Suteikta nakvynių Lietuvos gyventojams apgyvendinimo įstaigose pagal apskritis, tūkst.

Šaltinis: sudaryta Konsultanto, remiantis Lietuvos statistikos departamento duomenimis

Apibendrinant pasaulio bei Lietuvos turizmo tendencijas, pastebimas populiarėjantis verslo turizmas, aktyvaus laisvalaikio poreikių didėjimas. Vietiniai turistai dažniausiai keliauja lankyti giminių, poilsiauti ir atostogauti. Užsienio turistai prioritetiniais kelionės tikslais dažniau renkasi kultūrinį ar sveikatinimo turizmą.

Europos kelionių komisijos 2014 m. duomenimis, Lietuva yra tarp sparčiausiai turizmo srityje augančių ES šalių: kartu su Latvija (turistai dažnai šias šalis aplanko kartu) 2014 m. bendras turistų srautas išaugo apie 17 proc.

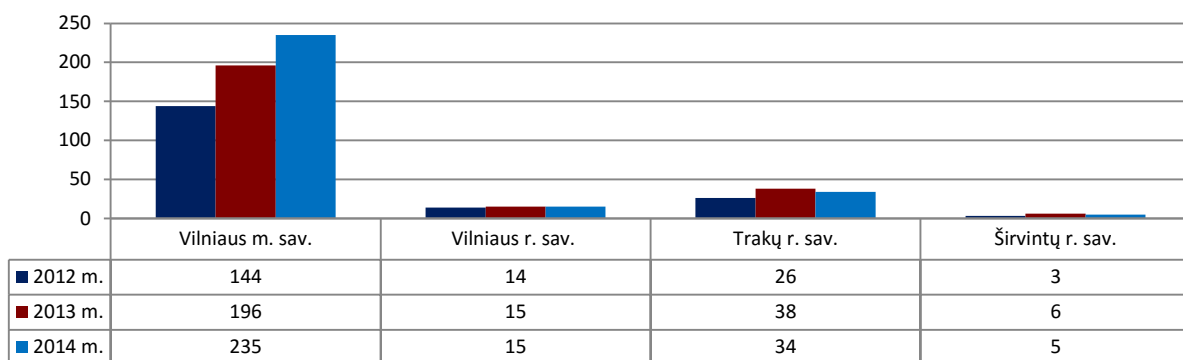
Atsižvelgiant į augantį Lietuvos atvykstančių turistų skaičių, tikslinga stiprinti bendradarbiavimą tarp savivaldybių, siekiant turistui pasiūlyti geresnį turimo produktą. Ryški sezoniškumo problema

daugumoje savivaldybių galėtų būti sprendžiama kuriant naujus turizmo produktus arba aktyviau plėtojant jau esamus – įvairios žiemos pramogos, renginiai ne sezono metu ir kt.

2.2 Turizmo tendencijos Širvintų rajono savivaldybėje

Vertinant turizmą Širvintų rajono savivaldybėje, apžvelgiama apgyvendinimo paslaugas teikiančių įstaigų situacija Vilniaus regionui priskiriamose savivaldybėse bei apgyvendintų turistų skaičiai skirtingose apgyvendinimo paslaugas teikiančiose įstaigose.

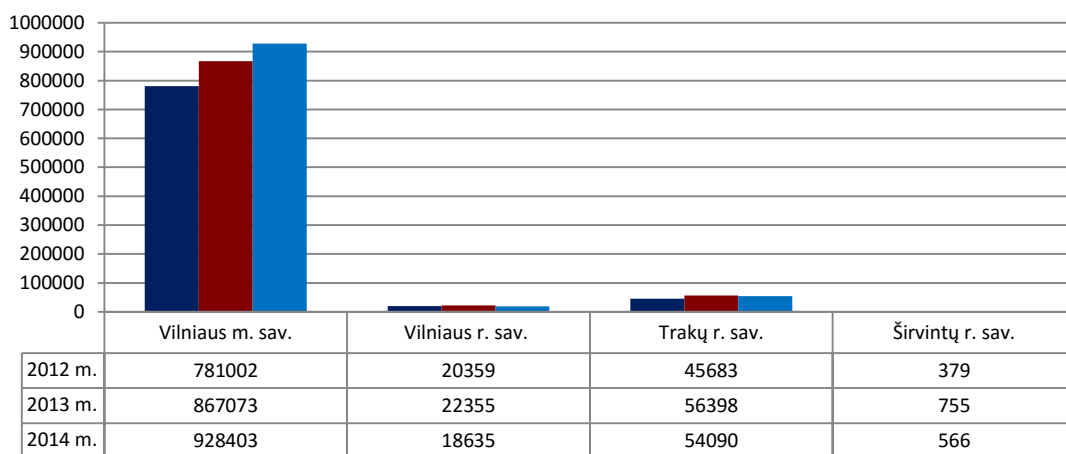
Lietuvos statistikos departamento duomenimis, 2012–2014 m. apgyvendinimo įstaigų skaičius analizuojamose savivaldybėse augo ženkliai (54 proc.: 2012 m. – 187, 2013 m. – 255, 2014 m. – 289). Lietuvos statistikos departamento duomenimis, daugiausiai apgyvendinimo įstaigų 2014 m. buvo Vilniaus miesto (235 apgyvendinimo įstaigos) ir Trakų rajono (35) savivaldybėse. 2014 m. Vilniaus rajono savivaldybėje buvo 15 apgyvendinimo įstaigų, mažiausiai buvo Širvintų rajono savivaldybėje (5).



11 pav. Apgyvendinimo įstaigų skaičius pagal Vilniaus regiono savivaldybes

Šaltinis: sudaryta Konsultanto, remiantis Lietuvos statistikos departamento duomenimis

2014 m. daugiausiai turistų buvo apgyvendinta Vilniaus miesto savivaldybėje – daugiau nei 900 tūkst. turistų, mažiausiai turistų apgyvendinta Širvintų rajono savivaldybėje (566) (žr. 12 pav.).



12 pav. Apgyvendintų turistų Vilniaus regiono savivaldybėse skaičius, 2012–2014 m.

Šaltinis: sudaryta Konsultanto, remiantis Lietuvos statistikos departamento duomenimis

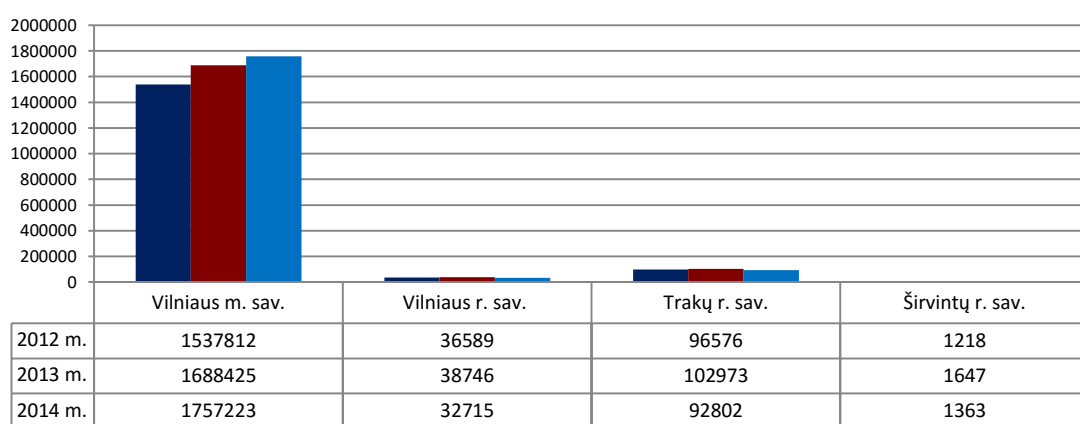
Lietuvos statistikos departamento duomenimis, apgyvendintų turistų skaičius 2012–2014 m. laikotarpiu didėjo Vilniaus miesto, Trakų rajono ir Širvintų rajono savivaldybėse, tačiau mažėjo



Vilniaus rajono savivaldybėje. 2014 m. apgyvendintų turistų skaičius Širvintų rajono savivaldybėje padidėjo 49 proc., palyginti su 2012 m.

Širvintų rajono savivaldybėje apgyvendinimo įstaigose 2012 m. apsistojo 379 turistai, iš kurių – 68 užsienio turistai, 2013 m. – 715 turistai, iš kurių 40 užsienio turistai, 2014 m. – 527 turistai, iš kurių 39 užsienio turistai. Daugiausiai užsienio turistų 2014 m. apsistojo Vilniaus miesto savivaldybėje (764617 turistai).

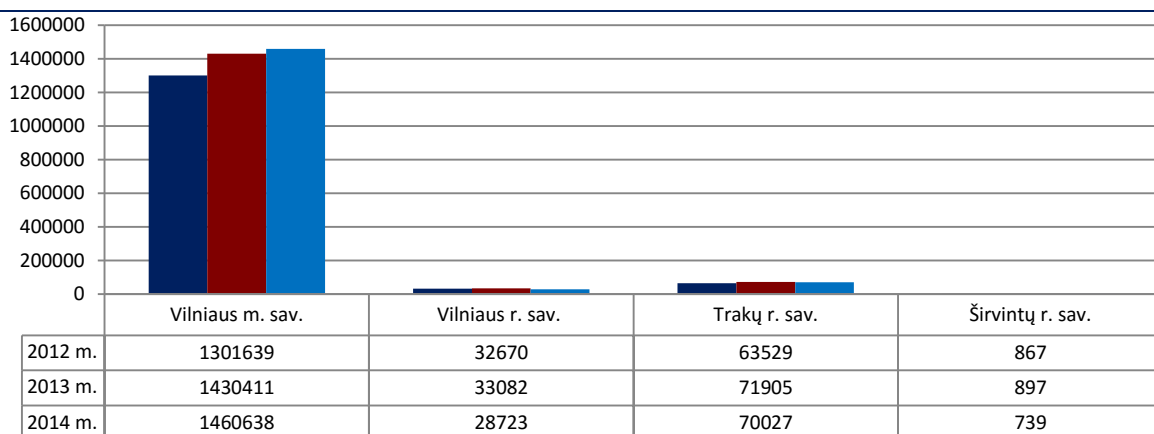
2014 m. daugiausiai (1757223 nakvynės) nakvynių apgyvendinimo įstaigose buvo suteiktos Vilniaus miesto savivaldybėje, mažiausiai (1363 nakvynės) – Širvintų rajono savivaldybėje. Tačiau, Širvintų rajono savivaldybėje suteiktų nakvynių skaičius apgyvendinimo įstaigose analizuojamu laikotarpiu didėjo: 2014 m. buvo suteikta 11,1 proc. daugiau nakvynių, palyginti su 2012 m., tačiau lyginant 2013 m. ir 2014 m. – nakvynių skaičius mažėjo 18,3 proc.



13 pav. Suteikta nakvynių apgyvendinimo įstaigose Vilniaus regiono savivaldybėse skaičius, 2012–2014 m.

Šaltinis: sudaryta Konsultanto, remiantis Lietuvos statistikos departamento duomenimis

Suteiktų nakvynių skaičius Vilniaus regiono viešbučiuose augo tik Vilniaus miesto savivaldybėje (12,2 proc.), tačiau kitose savivaldybėse mažėjo. Širvintų rajono savivaldybėje 2012–2014 m. suteiktų nakvynių skaičius viešbučiuose sumažėjo 14,8 proc. (žr. 13 pav.).



14 pav. Suteiktų nakvynių skaičius Vilniaus regiono savivaldybėse esančiuose viešbučiuose, 2012–2014 m.

Šaltinis: sudaryta Konsultanto, remiantis Lietuvos statistikos departamento duomenimis

Apžvelgiant statistinius Vilniaus regiono apgyvendinimo įstaigų skaičius, matoma, kad Vilniaus regionas yra gausiai lankomas Lietuvos bei užsienio turistų. Didžiausias užsienio turistų srautas lankosi Vilniaus miesto savivaldybėje, Trakų ir Vilniaus rajonų savivaldybės labiau patrauklios



Lietuvos (vietiniams) turistams. Siekiant padidinti Širvintų rajono savivaldybės lankomumą bei pritraukti daugiau turistų siūloma plėsti siūlomų pramogų spektrą. Siekiant platinti informaciją apie Širvintų rajoną, jo apgyvendinimo paslaugas, naudinga atsižvelgti į siūlomus lankytinus objektus bei apgyvendinimo įstaigas šalia jų.



3. Rinkos aplinka

Vertinant rinkos aplinką, svarbu identifikuoti makro lygmens veiksniai, galinčius turėti įtaką turistų srautams iš prioritetinių rinkų. Identifikuojant makro lygmens veiksniai analizuojami politinės, ekonominės, socialinės ir technologinės aplinkos veiksniai (PEST metodas).

3.1 Politinė aplinka

Pagrindiniai identifikuoti politinės aplinkos veiksniai, galintys turėti įtaką turistų srautams, yra šie:

- **augantys globalizacijos mastai.** Laisvas žmonių judėjimas Europos regione prisideda prie didesnio turistų srauto. Atsižvelgiant į tai, kad tarptautinių turistų skaičius nuolat auga, keliavimo mastai neturėtų mažėti, tad atvykstamojo turizmo rinka ir toliau augs. Tačiau didėjanti globalizacija gali lemti sumažėjusius vietinio turizmo srautus.
- **politinių santykių raida su Rusija.** Baltijos šalių regionas, Rusijos agresijos Ukrainoje kontekste, atvykstantiems turistams gali atrodyti nestabilus ir nesaugus, kas lemtų sumažėjusius atvykstančių turistų iš Vakarų Europos srautus.

3.2 Ekonominė aplinka

Pagrindiniai identifikuoti ekonominės aplinkos veiksniai, galintys turėti įtaką turistų srautams, yra šie:

- **ekonomikos augimas šalies viduje.** 2015 m. rugsėjo mėn. Lietuvos Banko duomenimis, Lietuvos ekonomikos augimas tebėra nedidelis, 2015 m. II ketv. siekė 1,4 proc. Lietuvos statistikos departamento 2015 m. išleistame „Darnaus vystymosi rodikliai“ leidinyje apžvelgiami įvairūs rodikliai – aplinkos būklės, ekonomikos vystymosi, socialinio vystymosi bei teritorijų vystymosi rodikliai. Žemiau esančioje lentelėje pateikiami duomenys apie vienam gyventojui tenkantį bendrą vidaus produktą. 2013 m. šalies vidurkis buvo – 11,8 tūkst. eurų BVP, Vilniaus apskrityje vienam gyventojui teko 17,0 tūkst. eurų BVP.

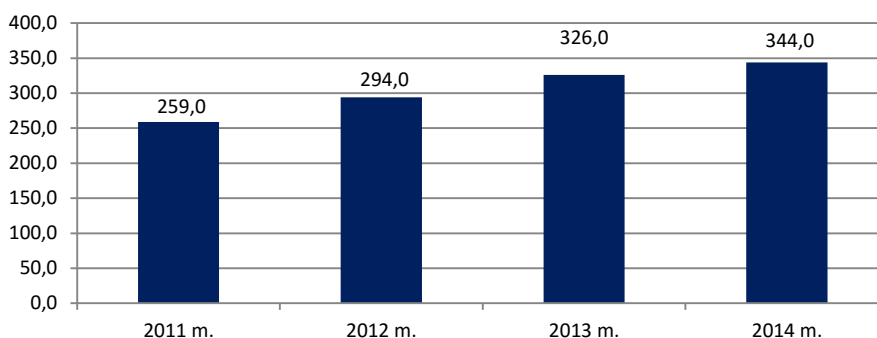
4 lentelė. Bendrasis vidaus produktas vienam gyventojui pagal apskritis, tūkst. eurų

Apskritis / Metai	2009	2010	2011	2012	2013
Šalis	8,5	9,0	10,3	11,2	11,8
Alytus	5,6	6,0	6,9	7,2	7,7
Kaunas	8,1	8,7	10,1	11,0	11,7
Klaipėda	9,5	10,0	11,3	12,1	12,7
Marijampolė	5,1	5,7	6,5	7,3	7,6
Panevėžys	6,2	6,6	7,7	8,4	8,8
Šiauliai	6,0	6,7	7,8	8,5	8,9
Tauragė	4,5	5,0	6,0	6,4	6,7
Telšiai	6,9	7,6	8,8	9,0	9,3
Utena	7,2	6,3	7,1	7,4	7,8
Vilnius	12,6	13,1	14,7	15,9	17,0

Šaltinis: sudaryta Konsultanto, remiantis Lietuvos statistikos departamento duomenimis



Augant šalies ekonomikai taip pat keitėsi ir vieno namų ūkio nario vidutinės disponuojamos pajamos per mėnesį (žr. 16 pav.).



15 pav. Vidutinės disponuojamos pajamos per mėnesį vienam namų ūkio nariui, eurai per mėnesį

Šaltinis: sudaryta Konsultanto, remiantis Lietuvos statistikos departamento duomenimis

Vidutinės disponuojamos pajamos per mėnesį vienam ūkio nariui 2011–2014 m. laikotarpiu didėjo, galima daryti prielaidą, kad šiuo laikotarpiu gerėjo gyventojų pragyvenimo lygis bei didėjo gaunamos pajamos.

3.3 Socialinė aplinka

Pagrindiniai identifikuoti socialinės aplinkos veiksniai, galintys turėti įtaką turistų srautams, yra šie:

- **didelis nusikalstamumo lygis.** Eurostato pateikiamais duomenimis, 2012 metais 1000-čiui gyventojų Lietuvoje teko 75,3 nusikalstamos veikos, kaimyninėse Latvijos ir Estijos šalyse šis rodiklis buvo atitinkamai 49,9 ir 40,8. Neigiamas šalies bei regiono įvaizdis tarptautinėje aplinkoje sumažina potencialių turistų skaičių, mažėja atvykstamojo turizmo srautai;
- **mažas gyventojų verslumas turizmo sektoriuje.** Lietuvos centrinės kredito unijos duomenimis, Širvintų rajonas nepatenka į savivaldybių verslumo dešimtuką. Nepakankamas turizmo paslaugas teikiančių įstaigų kiekis lemia nekonkurencingą aplinką – turistai mieliau renkasi savivaldybes, kuriose turizmo paslaugų spektras yra labiau išplėtotas.

3.4 Technologinė aplinka

Pagrindiniai identifikuoti technologinės aplinkos veiksniai, galintys turėti įtaką turistų srautams, yra šie:

- **inovatyvių priemonių diegimas.** Lietuvoje inovatyvios rinkodaros priemonės turizmui nėra plačiai naudojamos. E-rinkodaros priemonės, kita technologinė plėtra suteikia galimybę lengviau vykdyti tikslinę rinkodarą ir pritraukti didesnius tiek užsienio, tiek vietinių turistų srautus. Pagrindiniai pokyčiai ir inovacijos turizmo sektoriuje susiję su informacinių ir ryšio technologijų taikymu (pvz., informacinių ir ryšio technologijų sklaida turizmo sektoriuje leidžia vartotojams tiesiogiai bendrauti su turizmo paslaugų teikėjais). Interneto naudojimo tendencijos Lietuvoje pateikiamos vadovaujantis rinkos ir

žiniasklaidos tyrimų kompanijos „TNS LT“ 2014 metų apžvalgos duomenimis. Atliktoje empirinio tyrimo apžvalgoje pateikiami šie punktai:

- 2014 m. internetu naudojosi tiek pat šalies gyventojų, kiek ir 2013 m. – 73 proc. Mobilųjų įrenginių (išmaniųjų telefonų ir planšečių) naudojimas išaugo 17 proc., palyginti su 2013 m.;
- interneto vartotojai pastebimai atsisako stacionarių kompiuterių (nuo 2012 m. sumažėjo 10 proc.) ir vietoje jų renkasi nešiojamus arba planšetinius kompiuterius. 2014 m. planšetinius kompiuterius turėjo 10 proc., išmaniuosius telefonus – 38 proc., abu įrenginius - 7 proc. šalies gyventojų;
- išaugo mobilaus interneto vartotojų dalis ir 2014 m. mobiliaisiais įrenginiais (planšete arba išmaniuoju telefonu) prie interneto jungėsi 32 proc. auditorijos;
- 2014 m. interneto vartotojai labiausiai buvo pasiekiami per lietuviškus naujienų portalus (91 proc.), paieškos sistemas (pvz., Google - 85 proc.) bei elektroninį pašta (83 proc.);
- 2014 m. išaugo interneto vartotojų, žiūrinčių vaizdo įrašus vaizdo portaluose, skaičius, išaugo socialinių tinklų auditorija ir su elektronine komercija susijusios veiklos: internetinis pirkimas bei informacijos rinkimas prieš įsigyjant prekes ar paslaugas;
- „Facebook“ yra pagrindinis socialinis tinklalapis, kuriuo naudojasi 96 proc. socialinių tinklų vartotojų. Taip pat intensyviau pradedama naudotis ir kitomis socialinėmis platformomis („Instagram, „Pinterest“, „Spotify“). Tarp Lietuvos interneto vartotojų ypač populiarus ir vaizdo portalas „Youtube“ – juo naudojasi 89 proc. vartotojų.

Vertinant rinkos aplinką nustatyta, kad veiksniai skirtingai veikia atvykstantojo ir vietinio turizmo rinkas. Iš užsienio atvykstantiems turistams didelę įtaką turi nepalanki geopolitinė situacija dėl Europos sąjungos ir Rusijos santykių. Atsižvelgiant į tai, tikslinga vykdant turizmo rinkodarą orientuotis į kitas turistų rinkas Vakarų Europoje siekiant pritraukti naujus turistų srautus ir išlaikyti turizmo sektoriaus augimą. Vienas pagrindinių veiksnių vykdant turizmo sektoriaus plėtrą ir gerinant tarptautinį šalies ir atskirų savivaldybių įvaizdį – inovatyvios priemonės ir jų diegimas, padėsiantis pasiekti platesnę žmonių auditoriją ir atliepantis technologijų raidos paskatintą turistų įpročių kaitą. Inovacijų diegimas, kaip viena veiksmingiausių konkurencingumo skatinimo priemonių, yra prioritetinga kryptis Lietuvoje, todėl inovacinė veikla turizmo sektoriuje sudaro teigiamas prielaidas turizmo plėtrai ir konkurencingumui. Inovacijų diegimas turizmo srityje turi būti susijęs su informacinėmis technologijomis, kompiuterizacija, internetinių įrankių kūrimu ir jų panaudojimu, mobiliosiomis aplikacijomis, virtualių erdvių kūrimu.



4. Konkurencinė aplinka

Siekiant parengti efektyvią rinkodaros plėtros programą būtina įvertinti Širvintų rajono savivaldybės konkurencingumą su kitomis savivaldybėmis. Šiame skyriuje pateikiamas Vilniaus regionui priskiriamų savivaldybių palyginimas pagal šiuos rodiklius:

- gamtinius išteklius;
- lankytinas vietas;
- apgyvendinimo paslaugas;
- maitinimo paslaugas;
- aktyvų poilsį ir pramogas.

5 lentelė. Vilniaus regiono savivaldybių palyginimas pagal gamtinius išteklius

Savivaldybė	Apžvalga
Vilniaus miesto savivaldybė	Vilniaus miestas garsėja vaizdinga gamta – per miestą teka Neris ir Vilnelė, yra Žalieji ežerai, Pavilnių ir Verkių regioniniai parkai, Kairėnų botanikos sodas, Neries upės vingyje įsikūręs Vingio parkas, o pačiame centre, tarp Gedimino pilies kalno, Vilnelės ir Bernardinų vienuolyno įsikūręs Sereikiškių parkas. Miškai užima net 35,6 proc. visos Vilniaus savivaldybės teritorijos, vandenys – 1,5 proc.
Vilniaus rajono savivaldybė	Teritorijos dalį užima Aukštaičių ir Medininkų aukštumos. Medininkų aukštumoje yra aukščiausias Lietuvos reljefo taškas – Aukštojas (293,84 m). Pietrytinis pakraštys yra Dainavos, rytinis – Vilnios lygumoje. Yra Dūkštų ir Baravykinės kraštovaizdžio, Pravalo, Medininkų ir Raudonosios balos (spanguolynų) botaniniai draustiniai. Teka Neris su intakais Vilnia, Voke. Yra 113 nedidelių ežerų, 9 tvenkiniai, pelkės. Dirvožemiai daugiausia rudžemiai. Vyrauja pušynai ir eglynai, yra beržynų, mišriųjų miškų, didžiausi – Nemenčinės, Sudervės, Lavoriškių giria. Miškai užima – 39,6 proc., vandenys – 2,4 proc.
Širvintų rajono savivaldybė	Širvintų rajone yra įsikūrę Alionių, Bartkuškio, Šešuolėlių, Lygaraisčio telmologiniai, Širvintos, Budelių kraštovaizdžio draustiniai, dvaro parkai (žymiausi – Narvydiškio, Liukonių, Paširvinčio, Šešuolėlių I), stovi 3 gamtos paminklai (Staškūniškio maumedis, Čiobiškio urvas, Dūdų akmuo), plyti 3 didesni miškai (Bartkuškio, Alionių, Šešuolėlių). Per teritoriją teka Neris, Širvinta ir Musė, tyvuliuoja 28 ežerai (didžiausias – Alys, jo plotas – 165 ha; giliausias – Gelvė, jo gylis – 28 m; žuvingiausi Zdoniškių, Gelvanės ir Alio ežerai), 7 tvenkiniai. Širvintų rajonas garsus uogomis ir grybais turtingais Čiobiškio pušynais. Miškingumas siekia net 55,9 proc., o vandenys – 4,1 proc.. Rajone yra garsi šalyje Labanoro giria, Dubingių ir Pabradės miškai.
Trakų rajono savivaldybė	Didžioji rajono savivaldybės dalis yra Dzūkų aukštumoje (aukščiausias taškas (257,4 m) – Gedanonių kalnas), šiaurinė dalis – Neries žemupio plynaukštėje, rytinė – Dainavos žemumoje. Šiaurine riba teka Neris, pietrytine – Merkys. Rajone pradžia gauna Strėva, Verknė, Luknė ir Geluža. Vandens sporto ir turizmo entuziastus traukia daugiau nei 200 ežerų, iš kurių didžiausi yra Vilkokšnis, Galvė, Skaistis, Akmena, Totoriškės, Margis. Iš didesnių tvenkinių paminėtinas Aukštadvario. Didelę teritorijos dalį (47,7 proc.) dengia pušynų (yra eglynų, mišriųjų) miškai, didžiausi – Ropėjos, Miškinių, Rūdiškių, Rūdninkų giria.

Šaltinis: sudaryta Konsultanto, remiantis Lietuvos regionų portretų tinklalapyje viešai prieinama informacija⁵

Įvertinus Vilniaus regionui priskiriamų savivaldybių gamtinius išteklius, konkurencingiausios Širvintų rajono savivaldybei yra Vilniaus ir Trakų rajono savivaldybės, kuriose gausu draustinių, vandens telkinių, kurie sudaro pagrindą plėtojant vandens, ekologinį–pažintinį, gamtinį turizmą.

6 lentelė. Vilniaus regiono savivaldybių palyginimas pagal lankytinas vietas

Savivaldybė	Apžvalga
Vilniaus miesto savivaldybė	Vilniaus mieste turistai dažniausiai lanko šiuos objektus: bažnyčias (Šv. Onos, Petro ir Povilo bazilika), maldos namus, galerijas, įvairius paminklus (Trijų kryžių kalną), parkus (Bernardinų sodą) ir t.t.
Vilniaus rajono savivaldybė	Lankomiausi objektai Vilniaus rajono savivaldybėje: Vladislavo Sirokomlės muziejus, Neries regioninis parkas, Liubavo dvaro malūnas – muziejus, Europos geografinis centras, Vilniaus krašto etnografinis muziejus, akmens skulptūrų parkas ir t.t.
Širvintų rajono savivaldybė	Didžiausias turistų traukos centras Širvintų rajono savivaldybėje – Kernavė. Kernavėje yra vienintelis Baltijos regione penkių piliakalnių kompleksas. Nuo jo atsiveria įspūdingas vaizdas į Neries vingius, upės salą ir pakrantes.
Trakų rajono savivaldybė	Lankomiausi objektai Trakų rajono savivaldybėje: Trakų salos pilis, Trakų cerkvė, Užutrakio dvaro sodyba, Karaimų gatvė, Angelų kalva, Varnikų botaninis – zoologinis draustinis, Trakų dominikonų vienuolynas

Šaltinis: sudaryta Konsultanto, remiantis Vilniaus regionui priskiriamų savivaldybių pateikiama informacija

Vertinant lankomus kultūros objektus Vilniaus regiono savivaldybėse, Širvintų rajonui konkurencingiausios yra Vilniaus miesto ir Trakų rajonų savivaldybės. Šiose vietovėse gausu kultūrinių, archeologinių, istorinių objektų, kurie yra patrauklūs lankytojams bei turistams. Išvystyta objektų infrastruktūra, patraukli aplinka, objektams taikoma rinkodara vieni iš pagrindinių veiksnių, į šias savivaldybes pritraukiantys daugiausiai lankytojų bei turistų.

Vilniaus regiono savivaldybėse gausu istorinių, kultūrinių, architektūrinių objektų, kurių pritaikymas turizmo reikmėms, pritrauktų didesnius lankytojų bei turistų srautus į regioną.

7 lentelė. Vilniaus regiono savivaldybių palyginimas pagal apgyvendinimo paslaugas

Savivaldybė	Apžvalga
Vilniaus miesto savivaldybė	Vilniaus miesto savivaldybėje yra 95 apgyvendinimo paslaugas teikiančios įstaigos.
Vilniaus rajono savivaldybė	Vilniaus rajono savivaldybėje yra 27 apgyvendinimo paslaugas teikiančios įstaigos.
Širvintų rajono savivaldybė	Vilniaus miesto savivaldybėje yra 5 apgyvendinimo paslaugas teikiančios įstaigos.
Trakų rajono savivaldybė	Trakų rajono savivaldybėje yra 49 apgyvendinimo paslaugas teikiančios įstaigos.

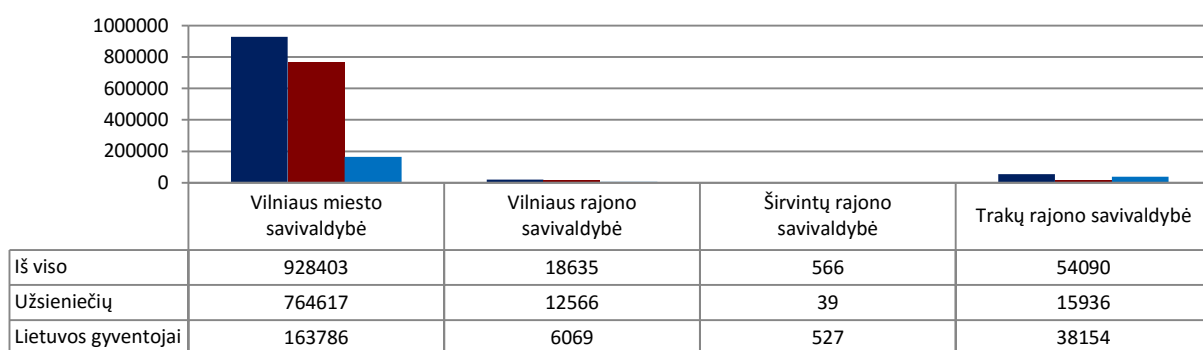
Šaltinis: sudaryta Konsultanto, remiantis Vilniaus regionui priskiriamų savivaldybių pateikiama informacija

Vertinant Vilniaus regiono savivaldybių apgyvendinimo infrastruktūrą, Širvintų rajono savivaldybei konkurencingiausios yra Vilniaus miesto ir Trakų rajono savivaldybė – čia yra net 49 apgyvendinimo įstaigos, iš kurių net 13 viešbučiai.

⁵ Lietuvos regionų portretų tinklalapyje pateikiama informacija, prieiga: <http://regionai.stat.gov.lt>

Vertinant apgyvendinimo paslaugas Vilniaus regiono savivaldybėse, Širvintų rajono savivaldybei tiek apgyvendinimo paslaugas teikiančių įstaigų skaičiumi, tiek savivaldybėse apsistojusių turistų skaičiumi, konkurencingos visos savivaldybės.

Žemiau esančiame paveiksle pateikiamas turistų apgyvendinimo Vilniaus regiono savivaldybėse srautas 2014 m.



16 pav. Apgyvendintų turistų skaičius savivaldybėse, priklausančiose Vilniaus regionui, 2014 m.

Šaltinis: sudaryta Konsultanto, remiantis Lietuvos statistikos departamento pateikiamais duomenimis

Iš paveiksle pateikiamų duomenų matyti, kad vietiniams turistams patraukliausia yra Vilniaus miesto savivaldybė – čia apsistojo 163 786 Lietuvos gyventojai. Užsienio turistams patraukliausia taip pat Vilniaus miesto savivaldybė – apgyvendinimo įstaigose apsistoję užsienio turistai sudarė daugiau nei pusę visų Vilniaus miesto savivaldybėje apsistojusių turistų skaičiaus. Mažiausiai vietinių ir užsienio turistų apsistojo Širvintų rajono savivaldybėje. Viena iš galimų priežasčių – turistai labiau linkę apsistoti kituose savivaldybėse, kuriuose turizmo paslaugų spektras yra platesnis.

8 lentelė. Vilniaus regiono savivaldybių palyginimas pagal maitinimo paslaugas

Savivaldybė	Apžvalga
Vilniaus miesto savivaldybė	Vilniaus miesto savivaldybėje daugiau nei 800 viešojo maitinimo įstaigų.
Vilniaus rajono savivaldybė	Vilniaus rajono savivaldybėje yra 23 viešojo maitinimo įstaigos.
Širvintų rajono savivaldybė	Širvintų rajono savivaldybėje yra 9 viešojo maitinimo įstaigų.
Trakų rajono savivaldybė	Trakų rajono savivaldybėje yra 15 viešojo maitinimo įstaigų.

Šaltinis: sudaryta Konsultanto, remiantis Vilniaus regionui priskiriamų savivaldybių pateikiama informacija

Vertinant Vilniaus regiono savivaldybes pagal teikiamas maitinimo paslaugas – Vilniaus miesto savivaldybė ženkliai išsiskiria maitinimo paslaugas teikiančių įstaigų skaičiumi. Širvintų rajono savivaldybėje yra mažiausiai maitinimo įstaigų – 9. Širvintų rajono savivaldybei pagal šį rodiklį konkurencingiausios yra Trakų ir Vilniaus rajonų savivaldybės – čia ne tik daugiau maitinimo įstaigų, tačiau šiose savivaldybėse ir daugelis maitinimo įstaigų yra aukštesnės kategorijos.

9 lentelė. Vilniaus regiono savivaldybių palyginimas pagal aktyvų poilsį ir pramogas

Savivaldybė	Apžvalga
Vilniaus miesto savivaldybė	Vilniaus mieste teikiamos ledo arenos, jodinėjimo, lauko teniso, baidarių, kartingų, batutų centro, pažintinio turizmo Neries upe paslaugos, dinozaurų parko, labirintų kambario, slalomo, tiro, sporto klubų paslaugos ir t.t.
Vilniaus rajono savivaldybė	Vilniaus rajone teikiamos baidarių, vandens dviračių, žvejybos paslaugos, skrydžių lėktuvu, šoliu su parašiotu ir oro baliono paslaugos, taip pat dviračių ir pėsčiųjų žygiai, slidinėjimo, jodinėjimo ir golfo paslaugos.
Širvintų rajono savivaldybė	Širvintų rajone plėtojamas vandens turizmas, teikiamos oro baliono paslaugos, jodinėjimas, dažasvydis, žygiai, šaudymas iš lanko, kelionės džipu (safari paslaugos).
Trakų rajono savivaldybė	Trakų rajone siūlomos dviračių nuomos paslaugos, bouldingas, biljardas, burlenčių ir irklenčių nuoma, dažasvydžio paslaugos, įsikūręs dinozaurų parkas, teikiamos dviračių nuomos paslaugos, iškylos jachtomis, lauko tenisas, nakties orientaciniai žygiai, nardymo paslaugos ir t.t.

Šaltinis: sudaryta Konsultanto, remiantis Vilniaus regionui priskiriamų savivaldybių pateikiama informacija

Vertinant savivaldybėse siūlomas poilsio ir aktyvaus laisvalaikio pramogas, visos analizuojamos savivaldybės išsiskiria siūlomų paslaugų kiekiu ir spektru. Šios savivaldybės vertinamos ne tik kaip konkurencingiausios Širvintų rajono savivaldybei, tačiau jos konkurencingos ir likusioms apskrities savivaldybėms. Analizuojamose savivaldybėse dauguma siūlomų pramogų yra sezoninės. Analizuojamų savivaldybių išskyrus Širvintų r. sav., turizmo informacijos centrų tinklalapiuose pateikiama pakankamai išsami informaciją apie siūlomas pramogas.

Siekiant padidinti Širvintų rajono savivaldybės konkurencingumą, tikslinga plėtoti kaimo turizmą, užtikrinti geriausios kokybės apgyvendinimo ir maitinimo paslaugas.

Apibendrinant Širvintų rajono savivaldybės konkurencinę aplinką, visos analizuojamos savivaldybės yra konkurencingos Širvintų rajono savivaldybės atžvilgiu. Šios savivaldybės siūlo platesnį turizmo spektrą tiek kokybine, tiek kiekybine prasme. Todėl šios savivaldybės sulaukia didesnių lankytojų bei turistų srautų.

5. Produkto auditas

Atliekant turizmo produktų auditą, apžvelgiamos Širvintų rajono savivaldybės turizmo produktų tendencijos pagal atskiras turizmo paslaugų rūšis. Šioje dalyje siekiama įvertinti turimų turizmo produktų stiprybes ir silpnybes.

Gamtiniai ištekliai. Širvintų rajone yra įsikūrę Alionių, Bartkuškio, Šešuolėlių, Lygaraisčio telmologiniai, Širvintos, Budelių kraštovaizdžio draustiniai, dvaro parkai (žymiausi – Narvydiškio, Liukonių, Paširvinčio, Šešuolėlių I), stovi 3 gamtos paminklai (Staškūniškio maumedis, Čiobiškio urvas, Dūdų akmuo), plyti 3 didesni miškai (Bartkuškio, Alionių, Šešuolėlių). Per teritoriją teka Neris, Širvinta ir Musė, tyvuliuoja 28 ežerai (didžiausias – Alys, jo plotas – 165 ha; giliausias – Gelvė, jo gylis – 28 m; žuvingiausi Zdoniškių, Gelvanės ir Alio ežerai), 7 tvenkiniai. Širvintų rajonas garsus uogomis ir grybais turtingais Čiobiškio pušynais.

Širvintų rajono savivaldybės tinklalapyje turizmo skiltyje nurodoma, kad Širvintų rajone yra:

- 1 valstybinis rezervatas: Kernavės kultūrinis rezervatas;
- 6 valstybiniai draustiniai: Alionių telmologinis, Bartkuškio telmologinis, Budelių kraštovaizdžio, Lygaraisčio telmologinis, Šešuolėlių telmologinis, Širvintos kraštovaizdžio;
- 3 gamtos paminklai – Dūdų akmuo, Staškūniškio maumedis, Čiobiškio urvas;
- 1 valstybinis gamtos paveldo objektas – Čiobiškio urvas;
- 5 piliakalniai: Mindaugo sosto piliakalnis, Lizdeikos kalnas, Aukuro kalnas, Pilies kalnas ir Kriveikiškio piliakalnis.

Silpnai išvystyta gamtinių Širvintų rajono išteklių rinkodara viena iš priežasčių, lemiančių nepakankamą gamtinio turizmo potencialo išnaudojimą.

Širvintų rajono gamtiniai ištekliai nėra pakankamai efektyviai pritaikyti turizmui – neišvystyta rekreacinė, informacinė struktūra. Nors apie Kernavės kultūrinį rezervatą pateikiama išsami informacija, tačiau kitų rajono gamtinių išteklių rinkodara nėra išvystyta. Tai yra viena iš priežasčių, lemiančių nepakankamą gamtinio turizmo Širvintų rajone potencialo išnaudojimą. Siekiant jį padidinti būtina ne tik plėtoti infrastruktūrą, bet ir rinkodaros priemones. Rinkodaros priemonės turi apimti tiek tradicinę, tiek e-rinkodarą.

Kultūriniai ištekliai. Kultūros paveldo departamento prie Kultūros ministerijos duomenimis, Širvintų rajono savivaldybėje iš viso yra 391 kultūros objektas, įtrauktas į Lietuvos kultūros paveldo registrą, iš jų 112 yra kilnojamoms ir 279 nekilnojamoms vertybės. Nekilnojamąjį kultūros paveldą sudaro archeologinės kultūros paveldo vertybės (piliakalniai su gyvenvietėmis, pilkapiai, pilkapynai, kapinynai, buvusios dvarų sodybos), mitologinės vietos, architektūros paminklai (bažnyčios, sodybos, įvairūs pastatai, statinių kompleksai ir pan.), istorijos paminklai (kapinės, pavieniai kapai, susiję su svarbiais visuomenės, kultūros ir valstybės istorijos įvykiais ar asmenybėmis), dailės paminklai (paveikslai, koplytėlė, koplytstulpiai, skulptūros, altoriai, altorėliai, kryžiai, kryželiai ir pan.). Turizmo ir atraktyvumo požiūriu Širvintų rajone vertingiausi kultūros paveldo objektai yra Kernavės archeologinė vietovė, piliakalniai, dvarai, bažnyčios.



Širvintų rajonas pasižymi lankytinų objektų gausa – turistai bei lankytojai atvykę į rajoną turi galimybę aplankyti dvarus, etnografines sodybas, pasigrožėti bažnyčiomis bei jų statiniais. Žemiau esančioje lentelėje pateikiamas lankytinų objektų pasiskirstymas pagal seniūnijas Širvintų rajone.

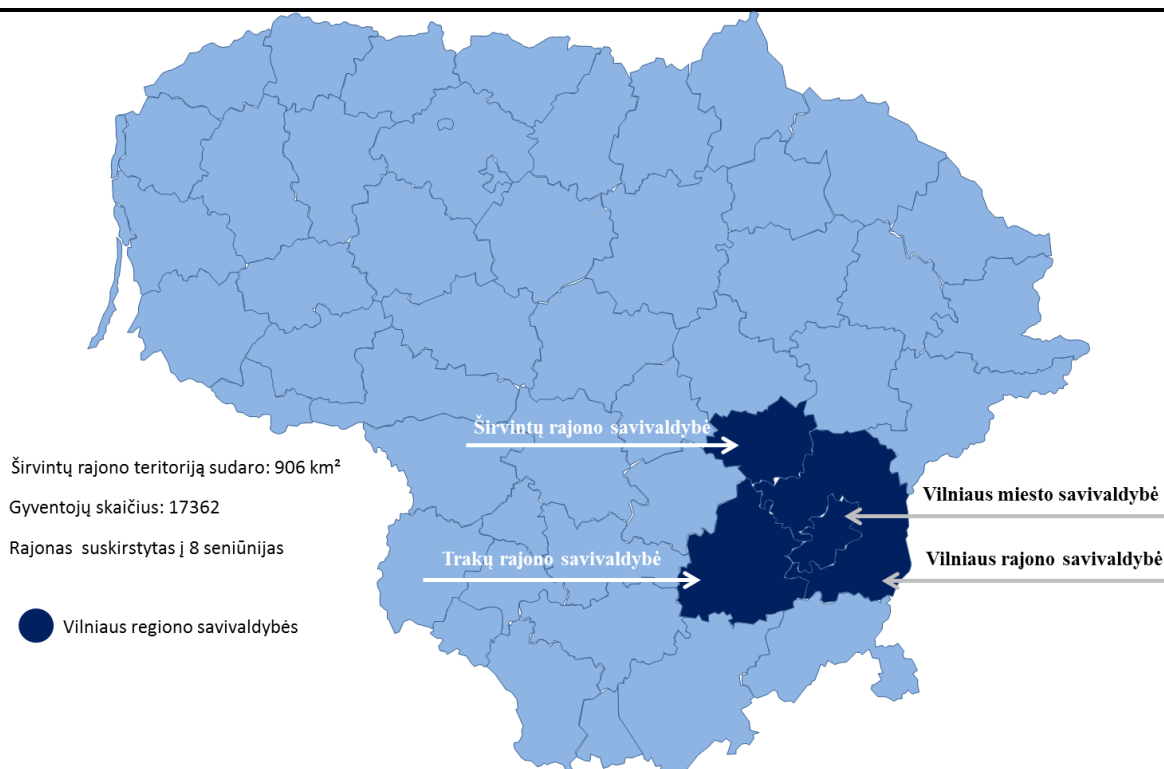
10 lentelė. Lankylini objektai Širvintų rajono savivaldybėje

Miestas/ Seniūnija	Lankylini objektai
Širvintų miestas	Širvintų m. paplūdimys, Širvintų Šv. Arkangelo Mykolo bažnyčia, paminklas „Motina“, paminklas 1940-1953 m. aukoms atminti; namas, kuriame NKVD kankino partizanus.
Alionių seniūnija	Juodiškių dvaras (Juodiškių k.), Alionių Švč. Mergelės Marijos Nekalto prasidėjimo bažnyčia (Alionių I k.)
Čiobiškio seniūnija	Čiobiškio (Padalių) keltas (prie Čiobiškio k., per Neries upę), kulto pastatų ansamblis Čiobiškio k. (bažnyčia, varpinė ir koplyčios), Čiobiškio dvaro sodyba (Čiobiškio k.), Dariaus ir Girėno tiltas (arkinis tiltas Čiobiškio k.)
Gelvonų seniūnija	Gelvonų Švč. Mergelės Marijos Apsilankymo bažnyčia (Gelvonų mstl.), paminklas Didžiosios kovos apygardos partizanams atminti (Gelvonų mstl.), gatvinis režinis Mikalajūnų kaimas, Liukonių kaimo kryžius ir akmenys (Liukonių k.), Lapšių dvaro sodyba (Lapšių k.)
Jauniūnų seniūnija	Bartkuškio dvaro sodyba (Bartkuškio k.)
Kernavės seniūnija	Kernavės archeologinė vietovė, Kernavės Švč. Mergelės Marijos Škaplierinės bažnyčia (Kernavė)
Musninkų seniūnija	Barboros koplytėlė (Musninkų mstl.), Musninkų Švč. Trejybės bažnyčia (Musninkų mstl.), Musninkų mstl. varpinė (Musninkų mstl.), Narvydiškio dvaro sodyba (Narvydiškio k.)
Širvintų seniūnija	I pasaulinio karo Vokietijos armijos karių kapai (Puorių miške, apie 400 kapų), tarpukario Lietuvos ir Lenkijos mutinių pastatas (Puorių k.), Paširvinčio buvusio dvaro sodyba su parku (Paširvinčio k.)
Zibalų seniūnija	Šešuolėlių dvaras (Šešuolėlių I k.), Šešuolėlių Švč. Mergelės Marijos Visų Malonių tarpininkės bažnyčia (Šešuolėlių II k.), Kun. K. Sajausko kapas (Zibalų mstl.), Gaidelių dvaro sodyba (Gaidelių k.)

Šaltinis: sudaryta Konsultanto, remiantis savivaldybės tinklalapyje pateikiama informacija

Efektyvi kultūros objektų rinkodara prisidėtų prie Širvintų rajono savivaldybės konkurencingumo didinimo kultūrinio turizmo srityje.

Pasiekiamumas. Vertinant Širvintų rajono pasiekiamumą, galima teigti, jog Širvintų rajone yra gerai išplėtotą susisiekimo infrastruktūrą dėl netoliese esančio Vilniaus miesto, todėl rajoną patogiai pasiekti automobiliu. Gerą susisiekimą lemia patogi geografinė padėtis. Netoliese esantis didžiausias Lietuvos miestas, išplėtotą kelių infrastruktūrą, patogus oro uosto pasiekiamumas padidina Širvintų rajono patrauklumą poilsiaujant ar vystant verslą. Žemiau pateiktame paveiksle pateikiama Širvintų rajono geografinė padėtis bei regioninės savivaldybės.



17 pav. Širvintų rajono savivaldybės geografinė padėtis

Šaltinis: sudaryta Konsultanto

Vertinant Širvintų rajono pasiekiamumą yra svarbus rajono atstumas tarp Lietuvos didmiesčių ir Širvintų rajono. Atstumai tarp Širvintų rajono ir kitų didžiųjų Lietuvos bei kaimyninių šalių didmiesčių pateikiami 11 lentelėje.

11 lentelė. Atstumai tarp Lietuvos bei artimiausių šalių didmiesčių iki Širvintų rajono savivaldybės

Miestas	Atstumas iki Širvintų r. sav.
Lietuvos didmiesčiai	
Vilnius	~ 39,5 km
Kaunas	~ 110 km
Klaipėda	~ 312 km
Šiauliai	~ 173 km
Panevėžys	~ 96 km
Užsienio šalių didmiesčiai	
Ryga	~ 254 km
Daugpilis	~ 170 km
Kaliningradas	~ 318 km
Minskas	~ 240 km

Šaltinis: sudaryta Konsultanto, remiantis „Google Maps“ duomenimis

Gerai išplėtotą susisiekimo infrastruktūrą, patogus dviejų didžiausių Lietuvos oro uostų pasiekiamumas suteikia Širvintų rajonui patrauklumo kaip turizmo traukos centras.

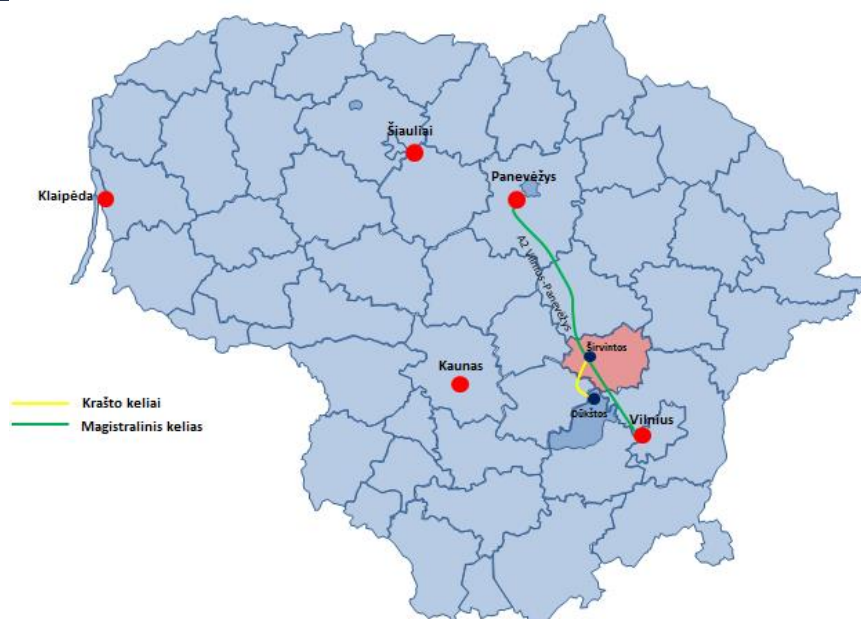
Nustatant Širvintų rajono pasiekiamumą tarptautiniu lygmeniu, labai svarbus tarptautinių oro uostų atstumas iki rajono. Atstumai nuo tarptautinių oro uostų pateikiami 12 lentelėje.

12 lentelė. Atstumas nuo tarptautinių oro uostų

Oro uostas	Atstumas iki Širvintų r. sav.
Tarptautinis Vilniaus oro uostas	~ 57,5 km
Tarptautinis Kauno oro uostas	~ 78,5 km
Tarptautinis Palangos oro uostas	~ 345 km
Tarptautinis Rygos oro uostas	~ 261 km

Šaltinis: sudaryta Konsultanto, remiantis „Google Maps“ duomenimis

Širvintų rajono savivaldybėje esanti kelių infrastruktūra pateikiama 18 paveiksle. Rajono savivaldybės teritoriją kerta magistralinis kelias A2 Vilnius – Panevėžys, krašto kelias 116 Širvintos – Rimučiai – Kernavė – Dūkštos bei 28 rajoniniai keliai.



18 pav. Širvintų rajono teritorijoje esančių magistralinių ir krašto kelių schema

Šaltinis: sudaryta Konsultanto, remiantis VĮ „Vilniaus regiono keliai“ duomenimis

Širvintų rajono teritorijoje eismo intensyvumas būna vidutinis dėl čia esančio magistralinio kelio A2 Vilnius – Panevėžys ir krašto bei rajoninių kelių, kurie naudojami kaimyniniams rajonams pasiekti.

Nors Širvintų rajono kelių infrastruktūra yra išplėtotą, tačiau ne prie visų lankytinų objektų galima privažiuoti – tai viena iš priežasčių, lemiančių mažą lankytinų objektų žinomumą bei populiarumą.

Apgyvendinimas. Širvintų rajone poilsiui tinkančios įstaigos įsikūrusios prie vaizdingų kraštovaizdžių bei greta kitų lankytinų objektų. Širvintų rajono teritorijoje, remiantis Širvintų rajono savivaldybės internetiniame tinklalapyje turizmo skiltyje esančia informacija, apgyvendinimo paslaugas teikia 3 svečių ir poilsio namai, 7 kaimo turizmo sodybos. Oficialiais duomenimis, kuriuos pateikia Lietuvos statistikos departamentas, Širvintų rajono savivaldybėje iš viso yra 5 apgyvendinimo paslaugas siūlančios įstaigos. Turistai gali rinktis svečių namų arba kaimo turizmo sodybų teikiamas paslaugas, kuriuose turistams yra siūlomos skirtingos paslaugos.

Dėl apgyvendinimo paslaugas teikiančių įstaigų nedidelio skaičiaus bei tarptautinius standartus atitinkančių (dvi ir daugiau žvaigždučių) įstaigų trūkumo, tarptautiniams turistams rajono patrauklumas gali mažėti.

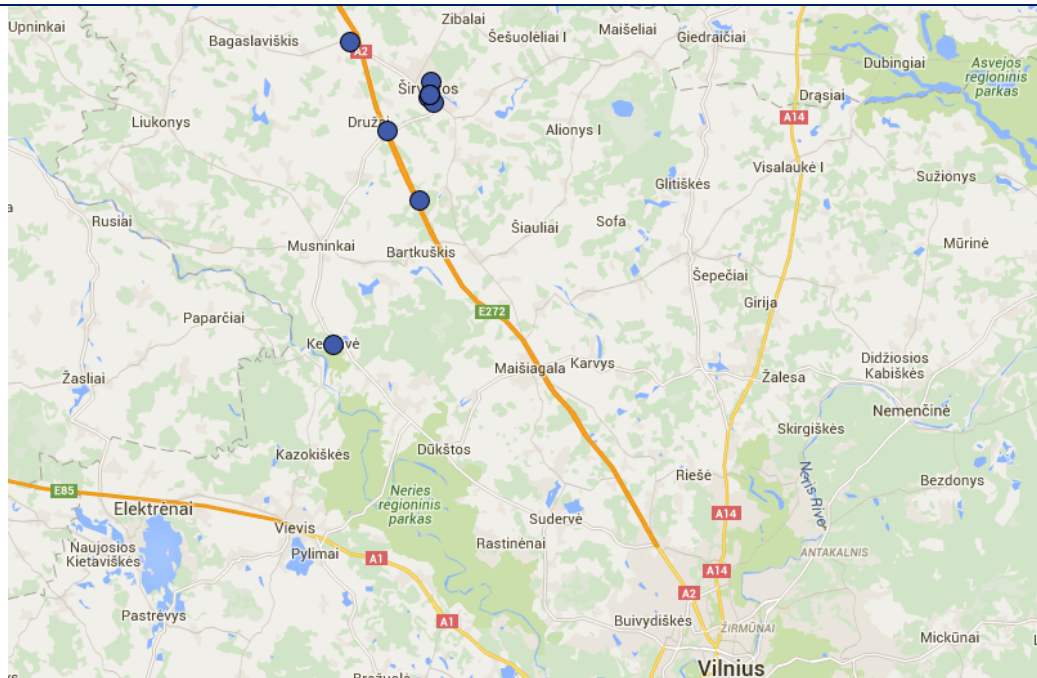
Apygyvendinimo paslaugas teikiančių įstaigų socialiniuose tinklalapiuose pateikiama pasenusi informacija viena iš priežasčių, lemiančių mažą užsienio turistų apgyvendinimą Širvintų rajono savivaldybėje. Lietuvos statistikos departamento duomenimis, visu 2012–2014 metų laikotarpiu Širvintų rajono savivaldybėje, lyginant su kitomis analizuojamomis regiono savivaldybėmis, apgyvendinimo įstaigose apsistojo mažiausiai užsienio turistų.

Apygyvendinimo paslaugas teikiančioms įstaigoms rekomenduojama turėti paskyras socialiniuose tinkluose, kuriuose būtų pateikiamos siūlomos paslaugos ir kita aktuali informacija.

Siekiant didinti Širvintų rajono savivaldybės apgyvendinimo įstaigų konkurencingumą Lietuvos savivaldybių mastu, svarbu išvystyti tinkamą apgyvendinimo sektoriaus infrastruktūrą, vykdyti tikslinę rinkodaros plėtrą, pateikiant išsamią ir turistui lengvai prieinamą informaciją. Didelis dėmesys turėtų būti skiriamas bendradarbiavimui su gretimomis savivaldybėmis, taip pat kompleksinių paketų su kitais turizmo sektoriais kūrimui. Taip pat būtina įvertinti tai, kad apgyvendinimo sektorius yra tiesiogiai priklausomas nuo kitų turizmo sektorių savivaldybėje bei jų siūlomų paslaugų. Turistai bus linkę apsistoti ilgesniam laikui tik tuo atveju, jei bus pakankama turizmo veiklų pasiūla.

Maitinimas. Maitinimo įstaigų spektras Širvintų rajono savivaldybėje yra siauras. Širvintų rajono savivaldybės tinklalapyje turizmo skylyje nurodoma, kad rajone maitinimo paslaugas teikia 9 įstaigos – restoranas, 7 kavinės ir užėja.

Viešojo maitinimo paslaugas teikiančios įstaigos yra išsidėsčiusios skirtingose Širvintų rajono vietose. Žemiau esančiame paveiksle pateikiamas maitinimo įstaigų išsidėstymas Širvintų rajono savivaldybėje.



19 pav. Viešojo maitinimo įstaigų išsidėstymas Širvintų rajono savivaldybėje

Šaltinis: sudaryta Konsultanto, remiantis Širvintų rajono savivaldybės internetiniame puslapyje turizmo skylyje pateikiama informacija ir maps.google.lt

Viešojo maitinimo įstaigos dirba kiekvieną dieną, nuo 10 val. ryto iki 22–23 val. vakaro, kai kurios maitinimo įstaigos dirba ir ilgiau (iki 24 val.).

Platus, aktyviai plėtojamas maitinimo paslaugų spektras prisidėtų prie vietinių bei turistų ilgiau praleisto laiko Širvintų rajono savivaldybėje bei prie didesnių išlaidų, patirtų rajone.

Lyginant su kitomis Vilniaus regionui priklausančiomis savivaldybėmis, Širvintų rajono savivaldybėje maitinimo įstaigų skaičius yra mažiausias, kitose savivaldybėse tokių įstaigų skaičius gerokai didesnis. Nors tai suteikia galimybę į rinką įsilieti naujiems dalyviams, tačiau maitinimo paslaugų sektorius nėra aktyviai plėtojamas. Siekiant plėtoti maitinimo sektorių Širvintų rajono savivaldybėje svarbu vykdyti efektyvią rinkodarą ir didinti turistų srautus, efektyviau išnaudoti savivaldybės teritorija keliaujančius žmones. Siekdamos didinti savo konkurencingumą maitinimo įstaigos savo ruožtu turėtų didinti savo žinomumą rinkodaros priemonėmis, išnaudoti inovacijas turizmo rinkodaros srityje.

Aktyvus poilsis ir pramogos. Aktyvaus poilsio infrastruktūra Širvintų rajone yra glaudžiai susijusi su gamtiniais rajono ištekliais. Kraštovaizdžio patrauklumas, informacijos apie lankytinus objektus skleidimas skatina turistus pasirinkti aktyvų poilsį ir pramogas Širvintų rajone. Turistai, kurie ieško aktyvaus poilsio ir pramogų, Širvintų rajono savivaldybėje gali pasinaudoti įvairiomis aktyvaus poilsio ir pramogų veiklomis.

Kaip jau minėta, didžiausias turistų traukos centras Širvintų rajono savivaldybėje – Kernavė, kuri yra viena iš patraukliausių Lietuvos vietinio turizmo vietovių. Kernavėje yra vienintelis Baltijos regione penkių piliakalnių kompleksas. Nuo jo atsiveria įspūdingas vaizdas į Neries vingius, upės salą ir pakrantes. Netoli Kernavės, Dūkštų miestelyje yra 130 Karmazinių pilkapių, 3 iš jų buvo atkurti atlikus archeologinius kasinėjimus. Už Dūkštų miestelio yra didžiausias Lietuvoje ažuolynas, kurio pakraštyje išlikęs akmuo su runomis. Ties Dūkštos ir Neries upių santaka, Vievio kryptimi, stūkso Karmazinių piliakalnis, nuo kurio atsiveria graži Neries slėnio panorama. Šioje vietovėje kadaise buvo pagonių šventykla. Šalia piliakalnio tarp senų ažuolų vingiuoja Kernavės turistinis–pažintinis takas „Ateik, žmogau, tyla priglausiu“ – tai 2600 metrų ilgio takas, kuris prasideda nuo istorinio Baltojo kalno prie Neries upės, paneriu vedantis į mišką.

Širvintų rajone plėtojamas vandens turizmas Širvintos, Musės upėmis. Musė – Neries intakas (ties Čiobiškio miesteliu), ištekanti iš Musijos ežero šalia Glitikių miestelio Vilniaus rajone. Musės upėje yra daug įvairių kliūčių: vandens malūno liekanos, užvartos, rėvos. Plaukiant Musės upe galima aplankyti Bartkuškio dvaro rūmus, Bajoriško malūno liekanas, Barboros Radvilaitės koplytėlę, Grebliaučyznos piliakalnį, Janionių piliakalnį, Dariaus ir Girėno tiltą, Čiobiškio vandens malūną. Širvinta – 128 km upė, Šventosios intakas. Populiariausias baidarininkų maršrutas – nuo Širvintų iki Upininkų, apie 83,5 km, per Širvintų, Jonavos ir Ukmergės rajonus. Plaukiant Širvintos upe galima aplankyti Pasodninkų piliakalnį, Lapšių dvaro rūmus, Liukonių kryčių, mitologinius akmenis Maskoliškių piliakalnyje, Širvintos kraštovaizdžio draustinį. Širvintų rajono savivaldybėje baidarių sportas ir nuoma vykdoma: Širvintos upe nuo Liukonių k., Grigaliūnų k. Družų k., Mantinonių k., Paširvinčio II k., Vindeikių, Liukonių, Mančiušėnų k. ir kt. Širvintų rajono teritorijoje teikiamos žvejybos paslaugos. Žvejoti galima Širvintų tvenkinyje (Širvintų m.), Gelvės ežere ir Gelvonų tvenkinyje (Gelvonų seniūnija), Žindulių ežere, Puorių ežere, Gelvanės ežere, Motiejūnų tvenkinyje, (Širvintų seniūnija), Bartkuškio tvenkinyje (Jauniūnų seniūnija), Zdoniškių ežere, Alio ežere (Alionių seniūnija). Kitos, unikalios, išsiskiriančios turizmo paslaugos, teikiamos Širvintų rajono teritorijoje:



- viduramžiškos pramogos, kurias sudaro senovinių stalo žaidimų, senovinių linksmybių vakarų organizavimo, senųjų amatų ir karybos stovyklų organizavimo paslaugos, teikiamos VŠĮ „Vikingų kaimas“ (Družų k.). „Vikingų kaimas“ – tai senųjų amatų ir senovinių pramogų parkas šalia Širvintos upės;
- pasivažinėjimų šunų kinkiniais (rogėmis) paslaugos teikiamos L. ir I. Daujotų Vičiūnų vienkiemyje įkurtame šunų kinkinių sporto klube „TOP Dogz“.
- skrydžių oro balionu paslaugos teikiamos oreivio A. Dirmeikio kaimo turizmo sodyboje „Oreivių užuovėja“ (Kaimynų k.) bei kaimo turizmo sodyboje „Kernavės bajorynė“ (Kernavė);
- jodinėjimo žirgais paslaugos teikiamos žemaitukų veislės žirgų auginimo ūkyje „Namelis prerijose“ (Kernavė);
- dažasvydžio paslaugos teikiamos kaimo turizmo sodyboje „Kernavės bajorynė“ (Kernavė) ir kaimo turizmo sodyboje „Antanynė“ (Nečionių k.)
- žygiai pelkėmis organizuojami žygeivių ir sporto klube „Dumblas“ (Pamusės k.);
- šaudymo iš lanko, medžioklės, džipų safari paslaugos teikiamos kaimo turizmo sodyboje „Kernavės bajorynė“, Dalios Radionovienės kaimo turizmo sodyboje „Uosių paunksmėje“.

Nors Širvintų rajono savivaldybėje siūloma nemažai įvairių pramogų, tačiau rajono pramogų sektoriui būdingas sezoniskumas, lemiantis stipriai sumažėjusius lankytojų bei turistų srautus ne sezono metu.

Siekiant efektyvesnio turistų susidomėjimo vandens, aktyvaus poilsio ar kultūrine veikla, reikalinga išsamiai reklamuoti Širvintų rajono savivaldybėje teikiamas paslaugas. Taip pat prie išteklių plėtros prisidėtų tarptautinis bendradarbiavimas kuriant jungtinius maršrutus, taip pritraukiant didesnę lankytojų iš užsienio srautą. Vykdoma rinkodara turi būti nukreipta į tikslines turistų grupes, todėl ji turėtų būti vykdoma socialiniuose tinkluose, interaktyviomis ir kt. priemonėmis.

Renginiai. Širvintų rajone renginiai organizuojami visais metų laikais. Aktyviausias laikotarpis – vasara. Rajone kasmet organizuojami valstybinių švenčių, atmintinų datų, kalendorinių švenčių paminėjimai, etninės kultūros renginius, mėgėjų meno kolektyvų veikla.

13 lentelė. Tradiciniai renginiai Širvintų rajono savivaldybėje

Renginio pavadinimas
▪ Rasos šventė Kernavėje;
▪ Regioninė armonikininkų šventė – varžytuvės „Antano armonika“ ir „Mažoji armonika“;
▪ Regioninė suaugusiųjų folkloro ir liaudiškos muzikos šventė „Suprašė žvirblalis“;
▪ Kaimo kapelų šventė – varžytuvės „Kaimynėli, būki svečias“;
▪ Vaikų ir jaunimo lietuvių liaudies kūrybos šventė „Patrepšėlis“;
▪ Respublikinis vyresniųjų liaudiškų šokių grupių ir ansamblių konkursas-sambūris "Iš aplinkui";
▪ Miesto šventė;
▪ Užgavėnės;
▪ Kaziuko mugė;
▪ Rudens arba derliaus šventė;
▪ Karaliaus Mindaugo karūnavimo diena;
▪ Regioninis lėlių teatro mėgėjų festivalis "Vėjų arkliukas";
▪ Eglės įžiebimo šventė;
▪ Kalėdiniai, naujametiniai renginiai.

Saltinis: sudaryta Konsultanto, remiantis Širvintų rajono kultūros centro pateikta informacija



Širvintų rajono savivaldybėje organizuojami renginiai dažniausiai yra orientuoti į rajono gyventojus, o ne į potencialius lankytojus ir turistus. Neefektyvi renginių rinkodara taip pat prisideda prie mažo rajone organizuojamų renginių žinomumo.

Nors renginiams Širvintų rajono savivaldybėje skiriamas didelis dėmesys, tačiau dažniausiai renginiai nėra orientuoti į atvykstančius turistus ar lankytojus. Tai gali lemti ir mažėjanti susidomėjimą kultūrine veikla Širvintų rajono savivaldybėje. Siekiant pritraukti didesnę lankytojų skaičių, būtina plėtoti rinkodarą, orientuojant ją į tikslines vietinių ir užsienio turistų rinkas. E-rinkodaros priemonės (socialiniai tinklai, atskirų turizmo sričių turizmo ir diskusijų portalai, paieškos sistemos ir kt.) būtų tinkamiausios efektyviai informuoti potencialų turistą apie rajone organizuojamus renginius.

5.1 Širvintų rajono turizmo situacijos SSGG

Šiame poskyryje pateikiamos identifikuotos Širvintų rajono savivaldybės turizmo stiprybės, silpnybės, galimybės ir grėsmės. Naudojant stiprybių, silpnybių, galimybių ir grėsmių analizės metodą identifikuoti pagrindiniai rajono veiksniai darantys įtaką turizmo sektoriui.

14 lentelė. SSGG analizė

STIPRYBĖS	SILPNYBĖS
Pažintinio turizmo vystymas	Trumpa viešnagės trukmė
Augantis apgyvendinimo įstaigų skaičius	Nepakankamai išvystytas laisvalaikio ir pramogų sektorius
Unikalus archeologijos ir istorijos vertybių kompleksas	Nepakankamas maitinimo įstaigų skaičius
Išplėtotas kaimo turizmo sodybų tinklas	Informacijos apie turizmo infrastruktūrą trūkumas, silpnas turizmo objektų viešinimas.
Pravažiuojamojo turizmo vystymas	Nėra kompleksinių turizmo paketų (pramogomis, maitinimu turi rūpintis pats turistai)
Turizmui pritaikytos unikalios dvarų sodybos	Nepakankamos investicijos skirtos rajono plėtrai bei stabdančios rajono ekonominę plėtrą
Patogi geografinė padėtis didelių turizmo rinkų atžvilgiu	Viešosios infrastruktūros trūkumas
Patogus krašto pasiekiamumas	Nėra Širvintų rajono turizmo paslaugas apjungiančios rezervavimo sistemos
Turizmo paslaugų pasiūla nejautri sezoniskumui	
GALIMYBĖS	GRĖSMĖS
Turizmo produktų kūrimas ir infrastruktūros gerinimas panaudojant ES paramos ir vietinio kapitalo lėšas	Mažėjantis apgyvendinamų užsienio turistų skaičius
Bendradarbiaujant regione siekti pritraukti užsienio turistų, stiprinant Lietuvos, kaip turistinio krašto, įvaizdį ir didinant jos žinomumą	Mažėjantis maitinimo įstaigų skaičius
Informacijos apie Širvintų rajono savivaldybės turizmo objektus lietuvių ir užsienio kalba pateikimas	Nepakankamas arba neracionalus finansavimas turizmo sektoriuje
Dviračių ir pėsčiųjų takų ir kitų turistinių maršrutų plėtojimas	Rekreacinių išteklių kokybinis ir kiekybinis nykimas
Dalyvavimas tarptautinėse turizmo parodose, mugėse ir kituose pristatymuose	Nesutarimas tarp viešojo ir privataus sektoriaus atstovų
Turizmo informacinės sistemos plėtra	Netolygus lėšų skyrimas šalies regionų plėtrai



5.2 Širvintų rajono ženklo auditas

Turizmo sektoriuje prekės ženklas užima svarbią vietą – jo egzistavimas padeda išsiaiškinti turizmo vietovės žinomumą, vertinimą, vietovės konkurencinius pranašumus.

Šiuo metu Širvintų rajono savivaldybė neturi savo ženklo, kuris suteiktų galimybę atpažinti vietovę, konkretų produktą, prekę ar paslaugą. Tačiau numatoma, jog parengta Širvintų rajono savivaldybės rinkodaros strategija bus naudojama Širvintų rajono įvaizdžio formavimo tikslais. Strategijoje pateikiamas Širvintų rajono savivaldybės 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 Širvintų rajono įvaizdis ir pozicionavimas vietos, regioniniu, nacionaliniu ir tarptautiniu lygiais.

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

5.3 Širvintų rajono savivaldybės gamtos ir kultūros objektų žinomumo didinimas e-rinkodaros priemonėmis

Siekiant prisidėti prie Lietuvos turizmo plėtros 2014–2020 metų programoje numatytų tikslų ir uždavinių bei formuoti Širvintų rajono savivaldybės, kaip patrauklios turistinės vietovės, įvaizdį, būtina vykdyti rinkodaros projektus.

Širvintų rajono savivaldybė, prisidėdama prie 2014–2020 metų Europos Sąjungos fondų investicijų veiksmų programos 5 prioriteto „Aplinkosauga, gamtos išteklių darnus naudojimas ir prisitaikymas prie klimato kaitos“ priemonės Nr. 05.4.1-LVPA-K-808 „Prioritetinių turizmo plėtros regionų e-rinkodara“ ir įgyvendina projektą pagal šią priemonę.

Didinant Širvintų rajono savivaldybės žinomumą bei gamtos bei kultūros objektų, populiarumą ir lankomumą, bus didinama sklaida apie savivaldybę, jos patrauklumą įvairiomis e-rinkodaros priemonėmis (pvz., interneto svetainė, apjungianti bendradarbiaujančias savivaldybes bei pristatanti lankomus objektus, mobiliosios programėlės, apimančios bendrus turizmo maršrutus ir kt.).

Žemiau esančioje lentelėje pateikiamos savivaldybės, su kuriomis ketinama bendradarbiauti projekte, bei objektai, kurių žinomumas bus didinamas rinkodaros priemonėmis.

15 lentelė. Projekte dalyvaujančios savivaldybės, jų objektai, kurių žinomumas bus didinamas e-rinkodaros priemonėmis

Savivaldybės	Objektai
Vilniaus r.	Dūkštų ažuolynas
Širvintų r.	Kernavės archeologinė vietovė
Širvintų r.	Švč. Mergelės Marijos Škaplierinės bažnyčia
Širvintų r.	Kernavės archeologinės vietovės muziejus

Širvintų r.	Musninkų (Musninkėlių) dvaro sodybos fragmentų koplytėlė (Barboros koplytėlė)
Širvintų r.	Čiobiškio Šv. Jono Krikštytojo bažnyčia
Širvintų r.	Dariaus ir Girėno tiltas per Musę (Čiobiškio mstl., Čiobiškio sen.)
Ukmergės r.	Veprių dvaras
Širvintų m.	Širvintų paplūdimys
Širvintų m.	Širvintų Šv. Mykolo bažnyčia
Širvintų m.	Gelvonų Šv. Mergelės Marijos Apsilankymo bažnyčia
Jonavos r.	Lietavos upelis
Širvintų r., Širvintų m.	Širvintų miesto šventė
Širvintų r., Širvintų m.	Rasos šventė
Širvintų r., Širvintų m.	Derliaus šventės

Projekto metu numatoma sukurti tris maršrutų trasas, kurios apjungs ne tik Širvintų rajone, bet ir Vilniaus, Jonavos bei Ukmergės rajonuose esančius gamtos ar kultūros paveldo objektus. Šiais maršrutais bus skatinamas darnus turizmas – dvi iš trijų trasų yra skirtos keliavimui dviračiu.

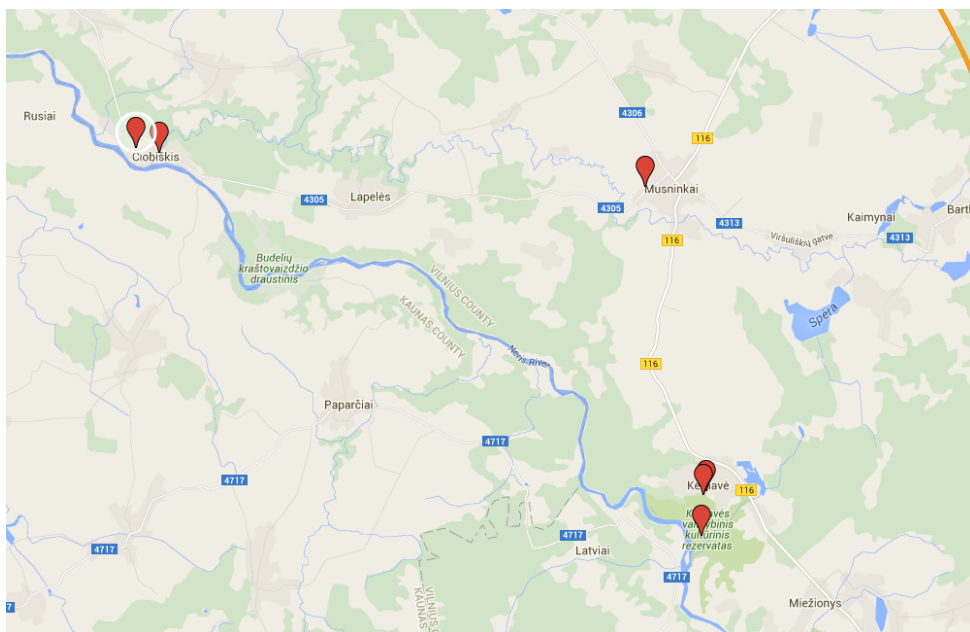
1. Maršrutas dviračiu Širvintų rajone:

Kernavė – Musninkai - Čiobiškis

Dviračių maršrutas nuo Kernavės archeologinės vietovės iki Čiobiškio kaimo. Keliaujama Širvintų rajone. Maršrutas skirtas norintiems pamatyti Širvintų rajono lankytinus objektus, pasigėrėti atsiveriančiais vaizdais nuo Neries pakrantes piliakalnių, bei susipažinti Širvintų krašto kultūrinių palikimu.

- **Kernavės archeologinė vietovė.** Dviračių maršrutas prasideda istoriniame Lietuvos miestelyje Kernavėje prie piliakalnių komplekso stūksančio Neries pakrantėje. Kernavės piliakalniai yra įtraukti į UNESCO paveldo sąrašą.
- **Švč. Mergelės Marijos Škaplierinės bažnyčia** – tai antrasis sustojimas Kernavėje, neogotikinė bažnyčia su aukštu fasado bokštu Širvintų raj. pastatyta dar 1430 m.
- **Kernavės archeologinės vietovės muziejus** – tai trečioji stotelė Kernavėje, kurios neturi praleisti nė vienas apsilankęs šiame krašte, mat muziejuje galima išvysti didžiulę artefaktų kolekciją iš skirtingų istorijos laikotarpių.
- **Musninkų (Musninkėlių) dvaro sodybos fragmentų koplytėlė (Barboros koplytėlė).** Kiek pavažiavus link Musninkų miestelio yra dvaro sodybos fragmentų likučius, tai Barboros koplytėlė, kuri čia stovi beveik 400 metų.
- **Čiobiškio Šv. Jono Krikštytojo bažnyčia.** Nuo koplytėlės važiuojant į Čiobiškio kaimą aplankomas dar vieną Širvintų rajone esantis lankytinas objektas – tai Šv. Jono Krikštytojo bažnyčia. Klasicistinio stiliaus bažnyčia pastatyta 1816 m., jos viduje galima pamatyti išskirtines grindis iš mozaikos juostų.
- **Dariaus ir Girėno tiltas per Musę (Čiobiškio mstl., Čiobiškio sen.).** Šis arkinis tiltas yra reikšmingas istorinis ir kultūrinis technikos paminklas, nuo 1993 m. įrašytas į Lietuvos Respublikos nekilnojamųjų kultūros vertybių registrą. Prie tilto taip pat yra vandens malūnas su išlikusia reikalinga įranga.





20 pav. Maršrutas dviračiu Širvintų rajone: Kernavė – Musninkai - Čiobiškis

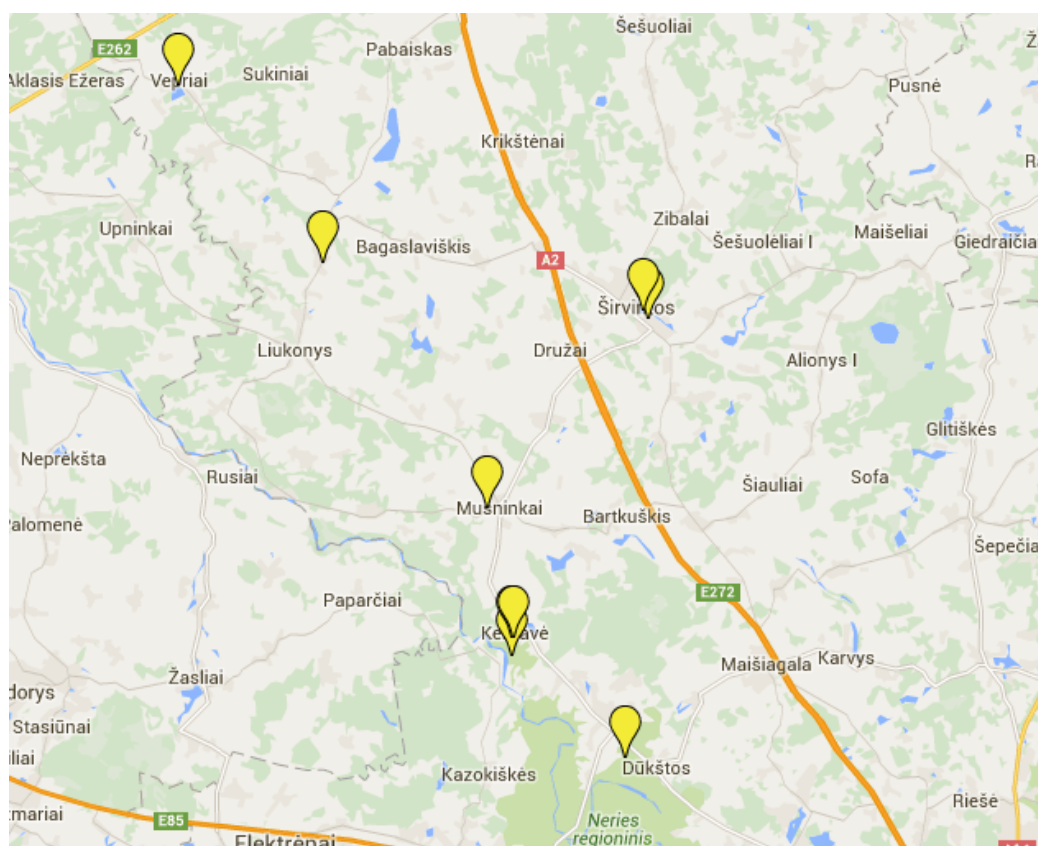
2. Maršrutas automobiliu:

Vilniaus raj. – Širvintų raj. – Ukmergės raj.

Maršrutas prasideda nuo Dūkštų ažuolyno Vilniaus rajone, eina per Širvintų rajoną iki pat Verpių dvaro esančio Ukmergės rajone. Maršrutas skirtas norintiems lengvos pažintinės kelionės, kuri leis susipažinti su Širvintų rajono lankytiniais objektais, pasigėrėti architektūriniu, gamtos bei technologiniu paveldu.

- **Dūkštų ažuolynas.** Tai yra pradinis maršruto automobiliu taškas. Ažuolai čia auga jau daugiau 200 metų ir tai yra didžiausias išlikęs natūralus ažuolynas Lietuvoje. Šioje vietoje galima išvysti daugelį retų ar nykstančių rūšių gyvūnų bei augalų.
- **Kernavės archeologinė vietovė.** Antroji stotelė istoriniame Lietuvos miestelyje Kernavėje prie piliakalnių komplekso stūksančio Neries pakrantėje. Kernavės piliakalniai yra įtraukti į UNESCO paveldo sąrašą.
- **Švč. Mergelės Marijos Škaplierinės bažnyčia** – tai trečioji maršruto stotelė ir antrasis sustojimas Kernavėje, neogotikinė bažnyčia su aukštu fasado bokštu Širvintų raj. pastatyta dar 1430 m.
- **Kernavės archeologinės vietovės muziejus** – tai ketvirtoji maršruto stotelė ir trečioji Kernavėje, kurios neturi praleisti nė vienas apsilankęs šiame krašte, mat muziejuje galima išvysti didžiulę artefaktų kolekciją iš skirtingų istorijos laikotarpių.
- **Musninkų (Musninkėlių) dvaro sodybos fragmentų koplytėlė (Barboros koplytėlė).** Kiek pavažiavus link Musninkų miestelio yra dvaro sodybos fragmentų likučius, tai Barboros koplytėlė, kuri čia stovi beveik 400 metų.
- **Širvintų Šv. arkangelo Mykolo bažnyčia.** Dabartinė bažnyčia įkurta 1860 m. vietoje medinės Širvintų kaimo bažnyčios. Joje susipynę klasicizmo ir baroko bruožai: stačiakampio plano statinys su dviem bokštais ir aukštu frontonu tarp jų parodo, kokie bruožai buvo madingi to meto architektūroje.

- **Širvintų paplūdimys.** Po apsilankymo Šv. arkangelo Mykolo bažnyčioje vasaros sezonu čia galima papramogauti, surengti pikniką ar tiesiog ramiai atsipūsti.
- **Gelvonų Švč. Mergelės Marijos Apsilankymo bažnyčia.** Gelvonų dvaro savininkas grafas Pliateris ir parapijiečiai 1895–1897 m. pastatė dabartinę tašytų akmenų bažnyčią – tai neoklasicistinė, bebokštė bažnyčia su šventoriuje stovinčia medine varpine.
- **Veprių dvaras.** Paskutinis maršruto objektas įsikūręs netoliese Jonava – Ukmergė kelio. Pirmieji žinomi Veprių dvaro valdytojai buvo lietuvių didikai Kęsgailos, valdę 1542 m. Šiuo metu dvaro pastatų ansamblį sudaro keletas XIX a. – XX a. pradžios rezidencinių ir ūkinių statinių, su nedideliais pakeitimais, išlikusiais iki šių dienų. Dvaro pastatus supa senas landšaftinio stiliaus lapuočių medžių parkas su 2000 m. atkurtais tvenkiniais, atskirtais užtvankų sistema.



21 pav. Maršrutas automobiliu: Vilniaus raj. – Širvintų raj. – Ukmergės raj.

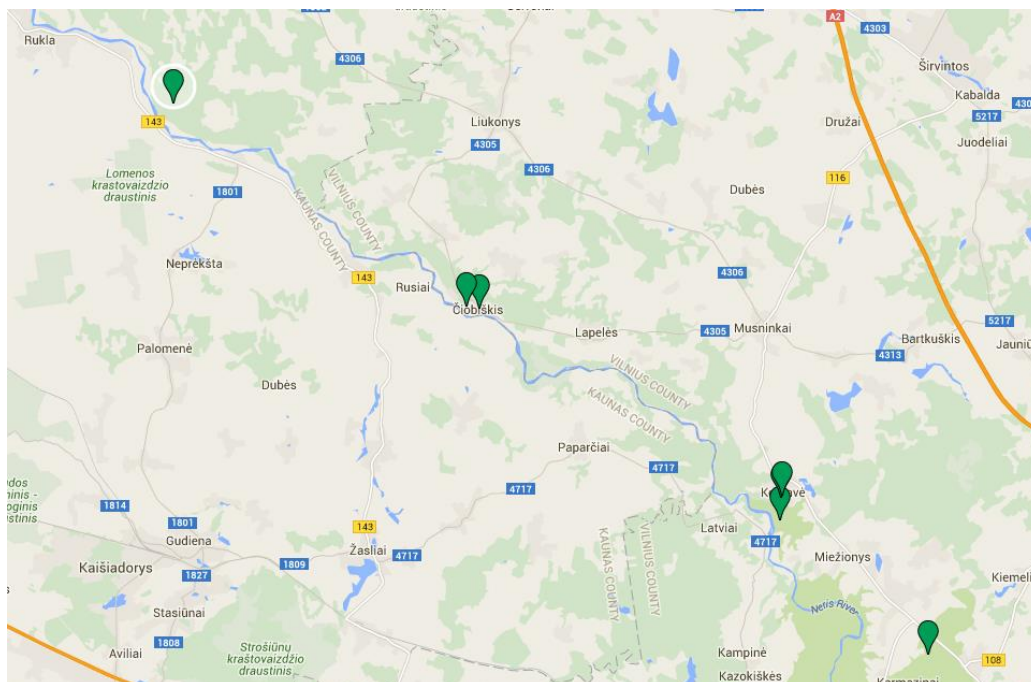
3. Maršrutas dviračiu palei Nerį:

Vilniaus raj. – Širvintų raj. – Jonavos raj.

Dviračių maršrutas apjungia net tris savivaldybes, jis prasideda nuo Dūkštų ąžuolyno Vilniaus rajone, eina per Širvintų rajoną iki pat Lietavos upelio esančio Jonavos rajono savivaldybės teritorijoje. Maršrutas skirtas norintiems save išbandyti ekstremalioje dviračių trasoje nusidriekusiame miškuose palei Neries krantus. Šis maršrutas leis susipažinti su Vilniaus, Širvintų ir Jonavos rajonų lankytiniais objektais, pasigėrėti Neries krantuose esančiu gamtiniu ir architektūriniu paveldu.

- **Dūkštų ąžuolynas** – tai pradinis maršruto automobiliu taškas. ąžuolai čia auga jau daugiau 200 metų ir tai yra didžiausias išlikęs natūralus ąžuolynas Lietuvoje. Šioje vietoje galima išvysti daugelį retų ar nykstančių rūšių gyvūnų bei augalų.
- **Kernavės archeologinė vietovė.** Toliau dviračių maršrutas tęsiasi istoriniame Lietuvos miestelyje Kernavėje prie piliakalnių komplekso stūksančio Neries pakrantėje. Kernavės piliakalniai yra įtraukti į UNESCO paveldo sąrašą.
- **Švč. Mergelės Marijos Škaplierinės bažnyčia** – tai antrasis sustojimas Kernavėje, neogotikinė bažnyčia su aukštu fasado bokštu Širvintų raj. pastatyta dar 1430 m.
- **Kernavės archeologinės vietovės muziejus** – tai trečioji stotelė Kernavėje, kurios neturi praleisti nė vienas apsilankęs šiame krašte, mat muziejuje galima išvysti didžiulę artefaktų kolekciją iš skirtingų istorijos laikotarpių.
- **Čiobiškio Šv. Jono Krikštytojo bažnyčia.** Nuo koplytėlės važiuojant į Čiobiškio kaimą aplankomas dar vieną Širvintų rajone esantis lankytinas objektas – tai Šv. Jono Krikštytojo bažnyčia. Klasicistinio stiliaus bažnyčia pastatyta 1816 m., jos viduje galima pamatyti išskirtines grindis iš mozaikos juostų.
- **Dariaus ir Girėno tiltas per Musę (Čiobiškio mstl., Čiobiškio sen.).** Šis arkinis tiltas yra reikšmingas istorinis ir kultūrinis technikos paminklas, nuo 1993 m. įrašytas į Lietuvos Respublikos nekilnojamųjų kultūros vertybių registrą. Prie tilto taip pat yra vandens malūnas su išlikusia reikalinga įranga.
- **Lietavos upelis.** Paskutinis dviračių maršruto taškas. Upelio pavadinimas asocijuojasi su Lietuvos pavadinimu, todėl kartais spėjama, kad nuo jo ir kilęs Lietuvos vardas. Lietava išteka iš Lietavkos / Lietavos raisto, vingiuoja 11,3 km atstumą, kol galiausiai įteką į Neries upę.





22 pav. Maršrutas dviračiu palei Nerį: Vilniaus raj. – Širvintų raj. – Jonavos raj.

Kiti objektai, kuriems planuojama taikyti e-rinkodaros priemones, siekiant padidinti jų žinomumą – Rasos šventė, Derliaus šventė ir Miesto šventė. Žemiau pateikiamas šių kultūros objektų aprašymas.

Rasos šventė / Kernavė, birželio 23

Rasos šventės Kernavėje ištakos siekia šešiasdešimtuosius praėjusio šimtmečio metus ir yra viena didžiausių ir laukiamiausių vasaros švenčių rajone. Tai šventė-apeiga, išlaikiusi ryškiausius šio šventimo momentus, sulaukianti iki 15 tūkst. žiūrovų ir dalyvių. Istoriniame Pajautos slėnyje ir ant didingų Kernavės piliakalnių trumpiausių vasarvidžio naktį pagal seniausias etnokultūrinės tradicijas atliekamos senosios vasaros saulėgrįžos apeigos. Šventės dalyviai kupoliauja, buria iš žolynų, palydi vakaro saulę, ieško paparčio žiedo, sutemus uždega stebules, prie šventinių laužų šoka ir dainuoja, Nerimi plukdo vainikus, prausiasi ryto rasa.

2008 m. yra įtraukta į rajono nematerialaus kultūros paveldo vertybių informacinės sistemos objektų sąrašą.

Derliaus šventės / Širvintos, rugsėjo–spalio mėn.

Švenčių programos rengiamos naudojant vietos paprotinę medžiagą, remiantis senolių prisiminimais, demonstruojant senuosius amatus ir kulinarinį paveldą. Šventės metu apdovanojamos gražiausiai tvarkomos kaimų, miesto sodybos, daugiabučių gyvenamųjų namų, įstaigų, įmonių ir organizacijų teritorijos.

Miesto šventė / Širvintos, gegužės–birželio mėn.

Ši šventė labai laukiama ir mylima Širvintų gyventojų ir svečių. Joje puoselėjama rajono tautinės tradicijos, meno mėgėjų veikla, kviečiami profesionalūs kolektyvai. Jubiliejinėse miesto šventėse renkami ir apdovanojami rajono garbės piliečiai.



6. Segmentų analizė

Atliekant segmentų analizę 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. Todėl atsižvelgiant į tai, kad Širvintų rajono savivaldybės administracija nerenka išsamių duomenų apie atvykusius turistus, pagal turimus duomenis gali būti identifikuotos tik šalys, iš kurių turistai atvyko.

Širvintų 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: Rusijos, Estijos, Latvijos, Vokietijos, Lenkijos. Žemiau esančioje lentelėje, remiantis Lietuvos statistikos departamento duomenimis, pateikiamos šių šalių pagrindinės charakteristikos.

16 lentelė. Dažniausiai atvykstančių 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.
Rusijos	Kelionės kultūrinio, aktyvaus turizmo, SPA ir kelionės apsipirkimo tikslais mėgstamo rusų turistų; turistams labai svarbios maitinimo paslaugos; šiandien masinis Rusijos turistai skaičiuoja kiekvieną eurą, todėl pagrindinis faktorius, į kurį atsižvelgiama renkantis kelionę – kaina.
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.
Latvijos	Latvijoje yra 17 proc. senjorų ir pensinio amžiaus gyventojų, kurie sudaro 30 proc. šalies viduje keliaujančių ar išvykstančių į užsienį turistų. Senjorai dažniausiai renkasi keliones autobusu ir keliauja po Europos šalis;

Turistai, atvykę iš:	Apibūdinimas
	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.
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 yra 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.

Šaltinis: sudaryta Konsultanto, remiantis Lietuvos statistikos departamento pateikiamais duomenimis

Remiantis Lietuvos statistikos departamento informacija bei Širvintų rajono savivaldybės administracijos pateiktais duomenimis apie atvykstančius turistus, prie potencialių atvykstamojo turizmo rinkų tikslinga priskirti Izraelį, Norvegiją, Suomiją, Švediją, Daniją ir Olandiją. Žemiau lentelėje pateikiami turistų iš šių šalių apibūdinimai.

17 lentelė. Potencialių atvykstančiųjų turistų apibūdinimai

Turistai, atvykę iš:	Apibūdinimas
Izraelio	daugiausiai keliauja šios amžiaus grupės: 35–44 m. (18,2 proc.), 45–54 m. (16,2 proc.) ir 55–64 m. (15,3 proc.); kasmetinių atostogų trukmė 14–21 d., daugiausiai keliauja birželio–rugsėjo mėn., 27 proc. visų kelionių į užsienį vyksta liepos–rugsėjo mėn.; didžioji dalis turistų yra išsilavinę, vidutinės ir aukštesnės pajamas gaunantys piliečiai.
Norvegijos	50+ amžiaus segmento keliautojai pageidauja greitai ir lengvai pasiekti norimą vietą, laisvalaikiiui skirtą laiką išnaudoti maksimaliai. Rinkdamiesi miestų lankymo keliones prioritetą teikia Niujorkui, Paryžiui, Londonui, tačiau pastebima tendencija naujoms, nežinomoms, lengvai pasiekiamoms kryptims; norvegai teikia pirmenybę apgyvendinimui viešbučiuose (63 proc.), toliau seka kempingai, nuomojami namai atostogoms ir kitas privataus apgyvendinimo sektorius; norvegai prieš keliaudami renka daug daugiau informacijos apie kelionės kryptį nei bet kuris kitas europietis; apie 60 proc. savo kelionių užsako internetu. Norvegijoje internetu užsakomas populiariausias produktas – kelionės ir atostogų paketai; jie tikisi ir planuoja užsiimti aktyviomis sporto pramogomis, apsipirkti bei atsipalaiduoti.
Suomijos	svarbūs kriterijai renkantis kelionę – klimatas ir kultūra; suomia pageidauja užsiimti aktyviomis sporto pramogomis ir apsipirkti; populiariausios keliavimo formos: „viskas įskaičiuota“ kelionių paketai, miestų lankymas ir kruizai.



Švedijos	šalies saugumas – svarbiausias atostogų pasirinkimo kriterijus. Stokholmo gyventojų nuomone, Lietuvoje atostogauti nėra saugu (Valstybinio turizmo departamento tyrimas, 2014); Švedijos sostinės gyventojams didelę įtaką šalies įvaizdžiui turi turistinės krypties svetingumo vertinimas – tikimasi, jog žmonės bus svetingi, šilti, draugiški ir bendraujantys; turi būti platus įvairių šalių virtuvių ir restoranų pasirinkimas, o aptarnavimo kokybė privalo būti aukšto lygio.
Danija	populiarėja trumpos kelionės ištikus metus – miestų turizmas ir jūrinis turizmas; 23 proc. danų, perkančių kelionių paketus, perka keliones su „viskas įskaičiuota“.
Olandija	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 Konsultanto, remiantis Lietuvos statistikos departamento pateikiamais duomenimis

Remiantis tuo, kad Rusija, Estija, Latvija, Vokietija, Lenkija yra tos šalys, iš kurių į Širvintų rajoną atvyksta daugiausiai turistų, šiose šalyse tikslinga ir toliau vykdyti rinkodarą, taip pritraukiant gausesnius turistų srautus. Potencialiose atvykstamojo turizmo rinkose taip pat aktualu pradėti vystyti rinkodarą, 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 lentelė su sprendimais prioritetinėms ir potencialioms Širvintų rajono atvykstamojo turizmo rinkoms.

18 lentelė. Sprendimai svarbioms atvykstamojo turizmo rinkoms

	Strateginiai uždaviniai	Tikslinių turistų segmentai	Turizmo pagrindiniai produktai	Rinkodaros ir komunikacijos sprendimai
Estija	Paklausos miestų, sveikatos ir nišiniams turizmo produktams formavimas	Nenustatyta	Kultūrinis, sveikatos, ekologinis ir verslo turizmas	Atskiros rinkodaros priemonės: naujų produktų kūrimas, pristatymas, reklama ir remiamosios priemonės: reklamos kampanijos, leidiniai, e-rinkodara
Latvija	Paklausos miestų, sveikatos ir nišiniams turizmo produktams formavimas	Nenustatyta	Kultūrinis, sveikatos, ekologinis ir verslo turizmas	Atskiros rinkodaros priemonės: naujų produktų kūrimas, pristatymas, reklama ir remiamosios priemonės: dalyvavimas Balttour parodoje, 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 KO pažintiniai turai, turizmo skatinimo renginiai, reklamos kampanijos, leidiniai, e-rinkodara

	Strateginiai uždaviniai	Tikslinių turistų segmentai	Turizmo pagrindiniai produktai	Rinkodaros ir komunikacijos sprendimai
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 KO pažintiniai turai, turizmo skatinimo renginiai, reklamos kampanijos, leidiniai, e-rinkodara
Izraelis	Paklausos nišiniams turizmo produktams formavimas	Šeimos (≥ 2 asm.), 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 KO pažintiniai turai, turizmo skatinimo renginiai, reklamos kampanijos, leidiniai, e-rinkodara
Norvegija	Paklausos sveikatinimo ir nišiniams turizmo produktams formavimas	Šeimos (≥ 2 asm.), 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 (Road Show), seminarai, žurnalistų ir KO pažintiniai turai, leidiniai ir pan.
Suomija	Paklausos sveikatos ir nišiniams turizmo produktams formavimas	Šeimos (≥ 2 asm.), 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 (Road Show), seminarai, žurnalistų ir KO pažintiniai turai, leidiniai ir pan.

	Strateginiai uždaviniai	Tikslinių turistų segmentai	Turizmo pagrindiniai produktai	Rinkodaros ir komunikacijos sprendimai
Švedija	Paklausos sveikatos ir nišiniams turizmo produktams formavimas	Šeimos (\geq 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 (Road Show), seminarai, žurnalistų ir KO 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 KO 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 KO pažintiniai turai, turizmo skatinimo renginiai, reklamos kampanijos, leidiniai, e-rinkodara

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

7. Strategijos, kaip rinkodaros priemonių rinkinio, parengimas

Siekiant didinti Širvintų rajono kultūros, istorijos ir gamtos paveldo turistinį patrauklumą, turizmo paslaugų ir produktų įvairovę ir gerinti kokybę, numatyti pagrindiniai rinkodaros veiksmai, kurių detalesnis aprašymas pateikiamas šiame skyriuje.

7.1 Širvintų rajono, kaip patrauklios turistinės vietovės, įvaizdžio formavimas

Vienos iš pagrindinių turizmo rinkodaros priemonių yra:

- Širvintų rajono savivaldybės dalyvavimas specializuotose parodose Lietuvoje bei užsienyje;
- prisistatymas internete (pvz., internetinėje svetainėje taplinama aktuali ir tiksli informacija, kuriami patrauklūs siužetai apie rajoną ir kt.);
- publikacijos užsienio spaudoje ir užsienio agentūrų leidiniuose;
- reklama televizijoje, radijuje.

Siekiant gerinti Širvintų rajono žinomumą bei formuoti patrauklios turistinės vietovės įvaizdį, būtina bendradarbiauti su kaimyninių savivaldybių administracijomis, Lietuvos ir užsienio turizmo informacijos centrais, užsienio atstovybėmis, Lietuvos Respublikos ambasadomis, konsulatais, kelionių ir renginių organizatoriams ir kt.

Atsižvelgiant į tai, kad Širvintų rajone vyksta įvairūs renginiai, kurie galėtų ir turėtų pritraukti lankytojus bei turistus, būtina užtikrinti efektyvų informacijos apie renginius platinimą. Svarbu informaciją bei kvietimus atvykti skelbti ne tik Širvintų rajono internetiniuose tinklalapiuose, bet ir įvairiuose šalies tinklalapiuose (renginių, laisvalaikio praleidimo, keliautojų forumuose ir kt.).

7.2 Širvintų rajono turizmo informacinės sistemos rinkodaros stiprinimas, elektroninės rinkodaros plėtra

Būtina kurti ir plėtoti vieningą Širvintų rajono, kaip patrauklios turistinės vietovės, turizmo informacijos sistemą, kuri didintų esamos ir kuriamos infrastruktūros efektyvumą.

Vieninga Širvintų rajono turizmo informacinė sistema, kuri apimtų visų rajone teikiamų turizmo paslaugų bei produktų pasiūlą, galėtų sudaryti prielaidas padidinti atvykstančių į Širvintų rajoną lankytojų bei turistų skaičių, paskatintų juos pirkti daugiau paslaugų, turizmo produktų, padidintų su turizmu susijusią apyvartą. Nuoseklios turizmo informacijos sistemos sukūrimas sudarytų sąlygas plėtoti turizmo infrastruktūrą, nukreipiant turistus į lankytinas vietas ir informuojant apie Širvintų rajone esantį turizmo išteklių potencialą.



7.3 Širvintų rajoną ir jo turizmo produktus pristatančių leidinių rengimas, leidyba ir platinimas

Rengiant Širvintų rajoną ir jo turizmo produktus pristatančius leidinius, būtina juos išskirti į tokias grupes:

- įvaizdžio leidiniai – bendrojo pobūdžio informacinis Širvintų rajono pristatymas, skelbiama pažintinio turinio informacija;
- atskiras turizmo rūšis pristatantys leidiniai – specialūs turizmo leidiniai, kuriuose išsamiai pateikiama informacija apie konkrečias turizmo galimybes Širvintų rajone;
- turistiniai informaciniai leidiniai – žemėlapių tipo informaciniai leidiniai, padedantys orientuotis Širvintų rajono teritorijoje, ir sužinoti, kokios turizmo paslaugos teikiamos.

Leidžiamus leidinius taip pat būtina rengti ir elektroniniu formatu bei skirtingomis kalbomis, taip pasiekiant platesnę auditoriją.

7.4 Širvintų rajono turizmo galimybių pristatymas tarptautinėse turizmo parodose

Dalyvavimas tarptautinėse parodose – galimybė didinti Širvintų rajono žinomumą. Parodos pritraukia daugybę lankytojų (pvz., tarptautinėje turizmo ir aktyvaus laisvalaikio parodoje „Adventur 2015“ apsilankė daugiau nei 20 tūkst. lankytojų, kuriuos labiausiai domino „Pažink Lietuvą“ ir „Atrask pasaulį“ temos), kurie aktyviai domisi laisvalaikio ir poilsio, individualaus keliavimo galimybėmis.

Širvintų rajono savivaldybės institucijos turėtų ypatingą dėmesį skirti verslo misijoms, kuriose galima rasti tiesioginių kontaktų rinkodaros priemonėms įgyvendinti.

Širvintų rajoną itin svarbu pristatyti kaimyninėse valstybėse (Latvija, Estija, Lenkija ir kt.) vykstančiose parodose (organizuojamų parodų sąrašą galima rasti „World tourism exhibitions“ internetinėje svetainėje <http://www.world-tourism-exhibitions.com/>).

Dalyvaujant turizmo parodose – siektina užmegzti tiesioginius turizmo informacijos centro ryšius su užsienio kelionių organizatoriais, skatinti juos kurti naujus produktus Širvintų rajone, skleisti informaciją apie turizmo galimybes Širvintų rajone.

7.5 Širvintų rajono turizmo verslo misijų organizavimas

Vienas iš svarbiausių uždavinių, siekiant Širvintų rajono turizmo plėtros – skatinti verslo bendradarbiavimą, taip didinant lankytojų bei turistų srautus Širvintų rajone. Siekiant gerinti bendradarbiavimą su kelionių organizatoriais, būtina kasmet organizuoti pažintinį renginį – verslo misiją Lietuvos ir užsienio kelionių organizatoriams ir agentūroms, supažindinant su Širvintų rajono paslaugų ir išteklių potencialu, skatinti kurti naujus produktus, didinančius lankytojų bei turistų srautus Širvintų rajone.

7.6 Širvintų rajono turizmo galimybių pristatymas žurnalistams

Straipsniai masinėse medijos priemonėse, specializuotuose leidiniuose, reportažai kelionių kanaluose – galimybė efektyviau didinti Širvintų rajono žinomumą bei formuoti patrauklios turistinės vietovės įvaizdį.

Širvintų rajono savivaldos institucijoms būtina aktyviai dirbti artimiausiose rinkose, kaimyninių rajonų, didžiųjų Lietuvos miestų bei kaimyninių valstybių rinkose.

Tikslinga išnaudoti kasmetines žiniasklaidos keliones, organizuojamas Valstybinio turizmo departamento prie Ūkio ministerijos, siekiant pristatyti Širvintų rajoną, kaip patrauklią turistinę vietovę.

Bendradarbiavimas su žiniasklaida turėtų tapti viena ir prioritetinių Širvintų rajono savivaldybės turizmo plėtros sričių. Geras įdirbis šioje srityje, tikėtina, padėtų sulaukti daugiau žurnalistų straipsnių, pristatančių Širvintų rajono turizmo galimybes bei naujienas.



8. Rinkodaros veiksmų plano įgyvendinimas

Efektyviam ir tikslingam Širvintų rajono turizmo rinkodaros strategijos 2016–2021 m. įgyvendinimui sudarytas veiksmų įgyvendinimo planas, kuriame numatyti rinkodaros veiksmai ir priemonės jiems įgyvendinti.

19 lentelė. Širvintų rajono turizmo rinkodaros strategijos 2016–2021 m. laikotarpiui priemonių plano įgyvendinimas

Rinkodaros veiksmai	Rinkodaros veiksmo aprašymas	Įgyvendinimo priemonės	Atsakingi	Siekiami rodikliai 2021 m.
1. Širvintų rajono, kaip patrauklios turistinės vietovės, įvaizdžio formavimas	1.1 Širvintų rajono įvaizdžio, turistams atpažįstamo kaip konkrečios turizmo vietovės, formavimas	1.1.1 Širvintų rajono ženklo sukūrimas	Širvintų rajono savivaldybė	Sukurtas Širvintų rajono ženklas
		1.1.2 Informacinių ženklų, pasitinkančių turistus, atvykstančius į Širvintų rajoną, sukūrimas ir įrengimas	Širvintų rajono savivaldybė	Įrengti informacinius ženklus prie pagrindinių lankytinų objektų
		1.1.3 Turizmo produktų, apimančių kompleksines paslaugas, formavimas	Širvintų rajono savivaldybė	Per metus suformuota ir pateikta rinkai ne mažiau kaip 1 turizmo produktas
		1.1.4 Organizuoti tarptautinės rinkodaros konsultacijas, skirtas rajone veiklą vykdančių turizmo įstaigų komunikacijos stiprinimui užsienio rinkose	Širvintų rajono savivaldybė	Suorganizuotos ne mažiau nei 3 konsultacijos tarptautinės rinkodaros tematika
		1.1.5 Širvintų rajono turizmo traukos objektų, patrauklių turizmo produktų ir turizmo paslaugų paketų ne sezono metu, kūrimas	Širvintų rajono savivaldybė	Turistų, atvykstančių spalio–vasario mėnesiais (žiemos sezonas), skaičius neturėtų būtų daugiau kaip 2 kartus mažesnis už kovo-rugpjūčio mėnesiais Širvintų rajone apsilankusių turistų skaičių
		1.1.6 Apklausų vykdymas, siekiant identifikuoti lankytojų bei turistų poreikius	Širvintų rajono savivaldybė	Per metus suformuotas ir pateiktas rinkai ne mažiau kaip 1 kompleksinės paslaugos, pritaikytos ne sezono metui (spalio-vasario mėnesiams), pasiūlymas
				Per vienerius metus atliekama bent 1 apklausa, kurios rezultatai viešinami Širvintų rajono savivaldybės tinklalapiuose

Rinkodaros veiksmai	Rinkodaros veiksmo aprašymas	Įgyvendinimo priemonės	Atsakingi	Siekiami rodikliai 2021 m.
	1.2 Bendradarbiavimo stiprinimas tarp Vilniaus regiono savivaldybių (Vilniaus miesto bei rajono, Širvintų rajono ir Trakų rajono)	1.2.1 Bendrų informacinių (Vilniaus regiono) – reklaminių leidinių parengimas ir leidyba. Leidiniai skirti pristatyti: 1) Vilniaus regioną 2) Vilniaus regionui priskiriamų savivaldybių turizmo paslaugas bei produktus	Vilniaus regiono savivaldybės, savivaldybių turizmo informacijos centrai, savivaldybių paslaugų teikėjai	Parengti 4 tiražai informacinių leidinių lietuvių, anglų, rusų, vokiečių, latvių kalbomis, pristatantys Vilniaus regioną bei Vilniaus regiono savivaldybių turizmo paslaugas bei produktus
		1.2.2 Vilniaus regiono savivaldybių gidų (turistinių leidinių) su lankomais objektais, apgyvendinimo bei maitinimo įstaigomis parengimas	Vilniaus regiono savivaldybės, savivaldybių turizmo informacijos centrai, savivaldybių paslaugų teikėjai	Išleisti 2 tiražai skirtingų gidų lietuvių, anglų, rusų, vokiečių, latvių kalbomis
		1.2.3 Bendrų turizmo maršrutų kūrimas	Vilniaus regiono savivaldybės, savivaldybių turizmo informacijos centrai	Sukurti bent 2 bendri Vilniaus regiono savivaldybių turizmo maršrutai, apimantys lankytinas vietas
2. Širvintų rajono turizmo informacinės sistemos rinkodaros stiprinimas, elektroninės rinkodaros plėtra	2.1 Širvintų rajono bei Širvintų rajono turizmo išteklių pristatymas internetinėje svetainėje	2.1.1 Nuolatinis savivaldybės tinklalapių ir valdomų socialinių paskyrų atnaujinimas bei pildymas	Širvintų rajono savivaldybė	Patalpinti ne mažiau kaip 60 skirtingo turinio pranešimai tinklalapiuose ir socialinėse paskyrose
		2.1.2 Sukurti filmą, turizmo informacijos pateikimui	Širvintų rajono savivaldybė	Filmo, pristatančio Širvintų rajoną kaip patrauklią turistinę vietovę (lankytinos vietos, gamtos paveldo objektai, apgyvendinimo bei maitinimo įstaigos, pramogos rajone ir kt.) sukūrimas

Rinkodaros veiksmai	Rinkodaros veiksmo aprašymas	Įgyvendinimo priemonės	Atsakingi	Siekiami rodikliai 2021 m.
		2.1.3 Įgyvendinti kontekstinės reklamos paieškos sistemose ir socialiniuose tinkluose reklamos koncepciją, koncentruojant reklamą prioritetinėse rinkose	Širvintų rajono savivaldybė	20 proc. padidėjęs Širvintų rajono savivaldybės turimų socialinių tinklų profilių lankytojų skaičius
		2.1.4 Sukurtos mobiliosios programėlės Širvintų rajono maršrutams, nurodančios ne tik maršrutus, bet ir skatinančios aplankyti šalia esančius lankytinus objektus	Širvintų rajono savivaldybė	Sukurtos 5 mobiliosios programėlės (dviračių takų, pėsčiųjų takų, vandens kelių, automobilių kelių ir bendrų maršrutų) lietuvių, anglų, rusų, vokiečių, latvių kalbomis
3. Širvintų rajoną ir jo turizmo produktus pristatančių leidinių rengimas, leidyba ir platinimas	3.1 Informacinės medžiagos turistams bei Širvintų rajono svečiams parengimas, leidyba ir atnaujinimas	3.1.1 Širvintų rajono turizmo žemėlapių parengimas, vertimas, dizainas ir spausdinimas	Širvintų rajono savivaldybė	Parengta ir išleista 10 000 vnt. Širvintų rajono žemėlapių lietuvių, anglų, rusų, vokiečių, latvių kalbomis
		3.1.2 Informacinio leidinio apie apgyvendinimo paslaugas, laisvalaikio pramogas, lankytinas vietas Širvintų rajone parengimas	Širvintų rajono savivaldybė, rajono paslaugų teikėjai	Parengta ir išleista 5 000 vnt. Širvintų rajono žemėlapių lietuvių, anglų, rusų, vokiečių, latvių kalbomis
		3.1.3 Informacijos apie turizmo traukos objektus kūrimas	Širvintų rajono savivaldybė	Identifikuotiems pagrindiniams traukos objektams sukurti ne mažiau kaip po 2 interaktyvumą didinantys sprendimai (el. svetainės, žemėlapiai, apps ir pan.)
4. Širvintų rajono turizmo galimybių pristatymas	4.1 Širvintų rajono turizmo galimybių pristatymas tarptautinėms rinkoms, dalyvaujant tarptautinėse turizmo parodose	4.1.1 Bendradarbiavimo su įvairiomis institucijomis, siekiant Širvintų rajono atstovavimo parodose	Širvintų rajono savivaldybė	Širvintų rajono atstovavimas 2 turizmo parodose
		4.1.2 Širvintų rajono, kaip patrauklios turistinės vietovės, pristatymas Valstybinio turizmo departamento prie Ūkio ministerijos organizuojamuose forumuose, mokymuose ir dalyvavimas juose	Širvintų rajono savivaldybė	Dalyvavimas 5 Valstybinio turizmo departamento prie Ūkio ministerijos organizuojuose forumuose, mokymuose

Rinkodaros veiksmai	Rinkodaros veiksmo aprašymas	Įgyvendinimo priemonės	Atsakingi	Siekiami rodikliai 2021 m.
	4.2 Širvintų rajono paslaugų ir išteklių pristatymas kelionių organizatoriams ir agentūroms	4.2.1 Profesionalaus renginio kelionių organizatoriams, sudarant galimybes tiesiogiai susipažinti su vietiniais paslaugų teikėjais, viešojo turizmo infrastruktūros naujienomis, organizavimas	Širvintų rajono savivaldybė	Suorganizuoti 2 profesionalūs renginiai kelionių organizatoriams ir agentūroms
	4.3 Bendradarbiavimo su žurnalistais vykdymas, siekiant didinti Širvintų rajono patrauklumą ir žinomumą	4.2.2 Vietinių žurnalistų grupių priėmimas	Širvintų rajono savivaldybė	Priimtos 5 vietinių žurnalistų grupės
		4.2.3 Publikacijos populiariausiose Lietuvos žiniasklaidos priemonėse	Širvintų rajono savivaldybė	Parengti 5 pranešimai populiariausiose Lietuvos žiniasklaidos priemonėse

9. Veiklos stebėseną ir vertinimas

Siekiant vykdyti numatytus rinkodaros veiksmus bei užtikrinti rodiklių pasiekimą – už strategijos įgyvendinimą bus atsakingas Širvintų rajono savivaldybės investicijų skyrius (toliau – ŠRSIS). Strategijos įgyvendinimo priežiūra bus vykdoma atsižvelgiant į strategijos įgyvendinimo planą bei numatytus strategijos įgyvendinimo rodiklius. Strategijos įgyvendinimo priežiūros priemonių planas pateiktas 20 lentelėje.

20 lentelė. Strategijos įgyvendinimo priežiūros priemonių planas

Priemonės	Rezultatai	Atsakingi vykdytojai	Vykdyimo terminai
Strategijos rodiklių pasiekimo vertinimas	Laiku ir operatyviai pastebimi neatitikimai tarp planuotų ir pasiektų rezultatų, adekvati reakcija	ŠRSIS	Kas pusmetį
Strategijos įgyvendinimo eigos analizė, reikalingų priemonių numatymas	Sėkmingas strategijos įgyvendinimas	ŠRSIS	Nuolat
Informacijos apie strategijos įgyvendinimo eigą skelbimas, viešinimas	Informuoti rajono gyventojai bei kitos strategijos įgyvendinimo eiga suinteresuotos institucijos	ŠRSIS	Kas metus

Šaltinis: sudaryta Konsultanto

Širvintų rajono savivaldybės investicijų skyrius bus atsakingas už strategijos įgyvendinimo eigą, spręstinais klausimais, iškilusių problemų sprendimą ir kt.

Širvintų rajono savivaldybės investicijų skyrius nuolat vykdys strategijos įgyvendinimo priežiūrą bei periodiškai teiks išvadą apie įgyvendinimo rezultatus visoms suinteresuotoms pusėms.

Širvintų rajono savivaldybės investicijų skyrius, vadovaudamasi strategijos įgyvendinimo ataskaitomis, rengs informaciją apie strategijos įgyvendinimo eigą bei galutinę strategijos įgyvendinimo ataskaitą.

Už Širvintų rajono turizmo rinkodaros strategijos įgyvendinimo priežiūros plano vykdymą ir strategijoje numatytų įgyvendinimo rodiklių pasiekimą atsakingas Širvintų rajono savivaldybės investicijų skyrius.

Smart Continent LT UAB

Kareivių g. 19-165

LT-09133 Vilnius

Tel. nr.: +370 5 2196679

El. paštas: lt@smartcontinent.com

www.smartcontinent.com