



# ŠILALĖS RAJONO TURIZMO RINKODAROS PLANAS



## TURINYS

|   |           |
|---|-----------|
| <b>SITUACIJOS ĮVERTINIMAS .....</b>   | <b>3</b>  |
| Šilalės rajono geografinė padėtis .....   | 3         |
| Šilalės rajono gamtos ir kultūros vertybės .....  | 4         |
| Šilalės rajono turizmo aplinka ir infrastruktūra.....   | 10        |
| Šilalės rajono komercinės turizmo paslaugos.....  | 14        |
| Šilalės rajono turizmo sektoriaus administravimas ir informacinis aprūpinimas.....                                      | 26        |
| <b>ŠILALĖS RAJONO TURIZMO SSGG .....</b>  | <b>31</b> |
| <b>RINKODAROS STRATEGIJA (PLANO STRATEGINIS PAGRINDAS) .....</b>  | <b>32</b> |
| Šilalės rajono turizmo rinkodaros misija .....  | 32        |
| Šilalės rajono turizmo rinkodaros vertybės .....  | 32        |
| Šilalės rajono turizmo rinkodaros vizija .....  | 32        |
| Šilalės rajono turizmo rinkodaros tikslai ir uždaviniai.....  | 33        |
| Šilalės rajono turizmo rinkodaros priemonės .....   | 36        |
| <b>RINKODAROS PRIEMONIŲ PLANAS .....</b>  | <b>39</b> |
| <b>RINKODAROS PRIEMONIŲ PLANO ĮGYVENDINIMO ĮGALINIMO PJŪVIAI .....</b>  | <b>47</b> |
| <b>PLANO ĮGYVENDINIMO VALDYMAS, STEBĖSENA IR VERTINIMAS .....</b>   | <b>49</b> |
| Plano įgyvendinimo valdymas .....   | 49        |
| Plano įgyvendinimo rizikos .....  | 52        |
| Plano įgyvendinimo stebėsenos sistema .....   | 52        |
| Plano peržiūra ir korekcija .....   | 57        |
| <b>PRIEDAS 1. RINKODAROS PRIEMONIŲ APRAŠYMAS (PAGRINDIMAS , DETALIZAVIMAS ir<br/>ĮGYVENDINIMO REKOMENDACIJOS) .....</b> | <b>61</b> |
| <b>PRIEDAS 2. RINKODAROS PRIEMONIŲ SEGMENTINIS PASKIRSTYMAS.....</b>  | <b>76</b> |
| <b>PRIEDAS 3. RINKODAROS PRIEMONIŲ ĮGYVENDINIMO GRAFIKAS (preliminarus).....</b>  | <b>79</b> |

## SITUACIJOS ĮVERTINIMAS

Objektyvios aplinkybės sąlygoja tai, kad Šilalės rajonas niekada nebuvo priskiriamas prie didelių turizmo plėtros potencialu pasižyminčių teritorijų.

Klaipėdos apskrities, traukiančios kurortiniais ištekliais ir poilsiu prie Baltijos jūros, kaimynystė, Kauno apskrities kaimynystė, lemianti didelę konkurencingą pasiūlą santykinai artimoje geografinėje aplinkoje, atitolimas nuo esminių šalies socialinių ir ekonominių centrų (didmiesčių), nesiribojimas su kaimyninėmis valstybėmis, kurortinių išteklių nebuvimas ir pan. veiksniai lėmė tai, kad Šilalės kraštas niekada nebuvo vertinamas kaip patrauklus lankymui ir rekreacijai. Pvz., 2008 m. atliktoje Lietuvos turizmo potencialo įvertinimo nustatant didžiausias turistinės traukos vietas ir jų panaudojimo prioritetus, Šilalės rajono savivaldybė pagal visus (12) kriterijų buvo vertinama, kaip turizmo plėtojimui nepalanki teritorija, reitinguojama nuo 45 iki 60 vietų (iš 60), o ankstesnio Lietuvos Respublikos bendrojo plano<sup>1</sup> sprendiniuose Šilalės rajono rekreacinis arealas vertinamas kaip turintis gana mažą potencialą.

Tačiau keičiantis turizmo įpročiams, t.y. turizmui ir kelinėms įgaunant permanentinio gyvenimo būdo formą, vis daugiau plečiantis pažintiniam turizmui bei plėtojantis turizmo kryptims, nesusijusioms su masiniu lankymu arba poilsiu, taip pat populiarėjant kelionėms į vietas, kurios pagal savo pobūdį nėra priskirtinos tradiciniams turistinės traukos centrams, plėtojantis koncepcijoms, skatinančioms pažinti ir patirti vietinį gyvenimą, antrajame XXI a. dešimtmetyje turizmo plėtojimo ir vystymo galimybės tapo prieinamos faktiškai visiems teritoriniams – administraciniams dariniams.

Ypatingai tai išryškėjo 2020 m., kai Lietuvos ir viso pasaulio socialinį gyvenimą pakeitė COVID-19 pandemijos krizė, minimizavusi galimybę keliauti į užsienį ir leidusi atskleisti vietinio turizmo galimybes ir potencialą, kas suformuoja tvarią bazę galimai plėtrai, tikintis susidomėjimo tokių vietų kaip Šilalės kraštas lankymu išlaikymo.

### Šilalės rajono geografinė padėtis

Šilalės rajonas yra Lietuvos vakaruose, Tauragės apskrities šiaurinėje dalyje. Rajonas šiaurėje ribojasi su Rietavo bei Telšių rajonais, rytuose su Kelmės rajonu, pietuose su Tauragės, o vakaruose su Šilutės ir Klaipėdos rajonais.

Didesnioji Šilalės rajono savivaldybės dalis yra Žemaičių aukštumoje, joje yra aukščiausia savivaldybės ir visos Žemaitijos vieta – Medvėgalis<sup>2</sup>. Šilalės rajono vakarinė dalis – Vakarų Žemaičių plynaukštės pakraštyje, pietinė – Karšuvos žemumoje (prie Jūros upės yra žemiausia savivaldybės vieta – 43 m).

Šilalės rajono teritorijoje driekiasi svarbūs regioniniai keliai (Tauragės–Plungės, Šilutės–Telšių plentai), taip pat Šilalės rajoną kerta svarbiausia šalies automagistralė Klaipėda–Vilnius, o patogi strateginė padėtis abipus šios automagistralės užtikrina gerą rajono pasiekiamumą. Be to, Vakaruose per Klaipėdos apskritį Šilalės rajonui pasiekiami geri jūriniai ryšiai su kitais Baltijos, Europos ir pasaulio regionais.

<sup>1</sup> Lietuvos Respublikos teritorijos bendrasis planas, patvirtintas 2002 m. spalio 29 d. Lietuvos Respublikos Seimo nutarimu Nr. IX-1154 (Žin., 2002, Nr. 110-4852).

<sup>2</sup> Aukštis siekia 234 m

Paveikslas 1. Šilalės rajono savivaldybės žemėlapis



Duomenų šaltinis: Visuotinė lietuvių enciklopedija

Šilalės kraštas – Žemaitijos krašto dalis. Archeologinių tyrinėjimų duomenimis, Šilalė pradėjo kurtis jau nuo XIV a. ir su aplinkiniais kaimais priklausė istorinei Karšuvos žemei<sup>3</sup>.

Miškai<sup>4</sup>, kalvos, ežerai, tvenkiniai, upės ir jų slėniai, išlikusios natūralios pievos ir ganyklos bei kiti natūralaus kraštovaizdžio elementai lemia Šilalės rajono kraštovaizdžio vertę, biologinę įvairovę ir jos išsaugojimo svarbą. Pavyzdžiui, Šilalės rajone yra 7 ežerai<sup>5</sup>, taip pat 19 valstybinės reikšmės tvenkinių<sup>6</sup>. Pro rajoną teka Jūra<sup>7</sup> su intakais Aitra, Lokysta, Akmena. Nors Šilalės rajone santykinė prasme nėra daug vandens telkinių, tačiau jie sudaro apie 55,7 km<sup>2</sup> plotą.

Šilalės krašto vietovaizdis – gerokai sukultūrintas. Jis ypač nukentėjo sovietmečiu dėl plataus masto melioracijos darbų. Vis dėlto čia išliko nuostabių, žmogaus mažai paliestų vietų, todėl Šilalės kraštas pasižymi natūralios gamtos patrauklumu.

### Šilalės rajono gamtos ir kultūros vertybės

Rajone sukoncentruoti santykinai dideli gamtiniai ir kultūriniai rekreacijos ir turizmo išteklių.

Į Šilalės rajono savivaldybės teritoriją įeina Pagramančio ir Varnių regioniniai parkai, Stemplių kraštovaizdžio, Jūros botaninis, Upynos geomorfologinis, Aitros hidrografinis draustiniai.

Šioje Žemaitijos dalyje gausu piliakalnių (net 34), senkapių ir pilkapių, po vandeniu slepiasi kūrgrindos, nemažai sakralinio paveldo, Šilalės kraštas taip pat išskirtinis ir gyvomis kryždirbystės tradicijomis.

<sup>3</sup> Sulietuvėjusių Žemaičių aukštumos senkapių kultūros nešėjų palikuonių gyventa LDK etnokultūrinė sritis, kurį laiką tikriausiai turėjusi kunigaikštystės (žemės)statusą.

<sup>4</sup> Nacionalinės žemės tarnybos duomenimis, miškai užima daugiau nei 29,5 proc. Šilalės rajono teritorijos. Šilalės rajono miškų struktūroje vyrauja eglynai, pušynai, beržynai. Didžiausi Šilalės rajono miškai – Pagramančio, Barsukinės, Didkiemio, Tenenių, Šventų, Radviečio miškai.

<sup>5</sup> Tarp jų didžiausi 2 valstybinės reikšmės ežerai: Paršežerio (plotas 193,4 ha), Paežerių (Požerės; 52,9 ha)

<sup>6</sup> didžiausi – Padievyčio (plotas 24,2 ha), Nevočių (19,1 ha), Balsių (11,6 ha)

<sup>7</sup> Jūra yra viena gražiausių ir labiausiai turizmo plėtojimui tinkamų šalies upių. Tai dešimta pagal ilgį (apie 170 km.) Lietuvos upė, pasižyminti rėvų gausa, vaizdingais slėniais

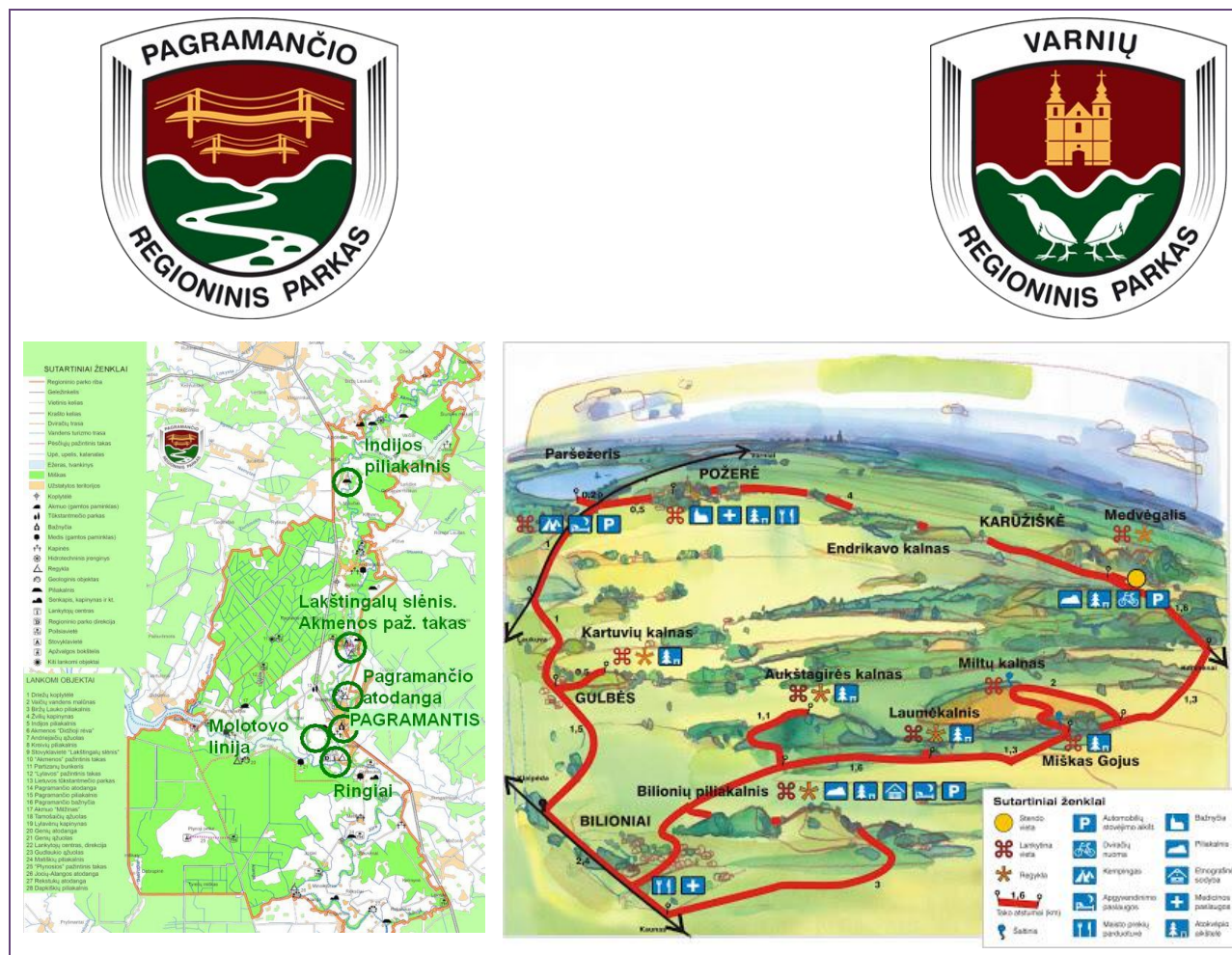
## ŠILALĖS RAJONO TURIZMO RINKODAROS PLANAS

Remiantis VSTT 2020 m. pabaigos duomenimis Šilalės rajono savivaldybės teritorijoje veikia 2 regioniniai parkai:

- Pagramančio regioninis parkas;
- Varnių regioninis parkas.

Pagramančio regioninis parkas įsteigtas 1992 m. siekiant išsaugoti vertingą Akmenos – Jūros upių santakos slėnių ir miškų kraštovaizdį, jo gamtinę ekosistemą bei kultūros paveldo vertybes, sudaryti sąlygas turizmui ir rekreacijai. Parko plotas – 13468,1 ha (iš jų Šilalės rajono savivaldybėje – 4667,6 ha). Pagramančio regioninio parko teritorija apima ypač gamtiniu požiūriu vertingą Akmenos žemupio ir Jūros vidurupio kraštovaizdžio kompleksus, Plynosios aukštapelkę. Regioninio parko reljefas pagal geomorfinį rajonavimą šiaurinės rytinė dalis su Akmenos upės vidurupiu patenka į Vidurio Žemaičių aukštumos Kvėdarnos - Laukuvos kalvotą moreninę aukštumą, o likusi parko dalis - į Karšuvos žemumos Žygaičių limnoglacialinę lygumą, Jūros upės žemupio slėnį bei į Pagramančio - Skaudvilės apskalautą moreninį nuolaidumą. Pagramančio parko išskirtinė savybė - Jūros slėnių skardžių - atodangų vertė - tai paskutiniojo žemės istorijos periodo (kvartero) ledynmečių pjūvis. Pagramančio regioninio parko atodangos - tai beveik 200 tūkst. metų siekianti Karšuvos žemumos geologinė istorija.

Paveikslas 2. Šilalės rajono regioninių parkų žemėlapiai



Duomenų šaltinis: Pagramančio regioninis parkas, Varnių regioninis parkas

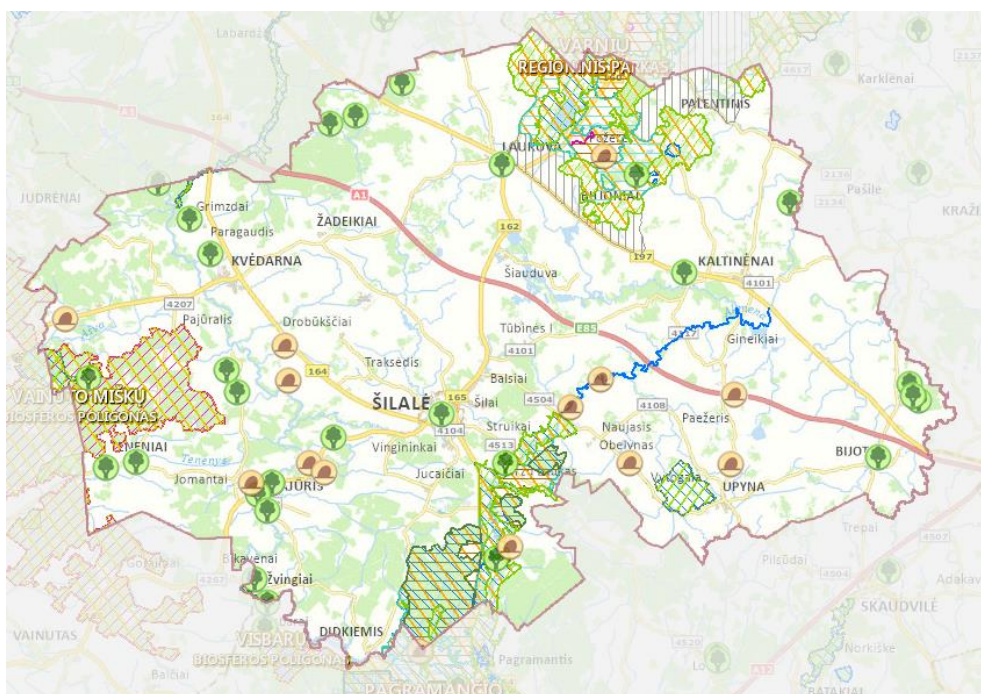
Taip pat 1992 m. įsteigto Varnių regioninio parko, užimančio 33731,7 ha (iš jų Šilalės rajono savivaldybėje – 6518,6 ha) centras – Varniai, priskiriami kitai savivaldybei, tačiau vienas esminių jos bruožų yra didingiausi Žemaitijos piliakalniai, tarp kurių ir išskirtiniai Šilalės rajono objektai Medvėgalis ir Biblopnų piliakalnis, taip pat unikali Sietuvos kūlgrinda, einanti per Sietuvos upelį tarp Lūksto ir Paršežerio ežerų. Varnių regioninio parko kraštovaizdžio savitumą taip pat lemia unikalūs ežerai, daugybė pelkių, pasižyminčių gausia bioįvairove bei ledynmečių paliktos keiminių plokščiakalvių "kepurės", nuo kurių atsiskleidžia Žemaitijos kraštovaizdžio grožis.

Šilalės rajone, VSTT 2020 m. pabaigos duomenimis, taip pat yra:

- 17 draustinių<sup>8</sup>, užimančių daugiau nei 6 tūkst. ha Šilalės rajono teritorijos;
- Vainuto miškų biosferos poligonas, užimantis beveik 4 tūkst. ha Šilalės rajono teritorijos;
- 45 gamtos paveldo objektai<sup>9</sup>;
- 9 Natura2000 teritorijos<sup>10</sup>, užimančios daugiau nei 10 tūkst. ha Šilalės rajono teritorijos.

Visos šios saugomos gamtinės teritorijos sudaro prielaidas pažintinio gamtinio turizmo vystymui. Pvz., Šilalės rajone yra 9 Europos ekologinio tinklo Natura2000 objektai, kurių apsauga yra orientuota į buveinių ir paukščių apsaugai svarbių teritorijų išsaugojimą, palaikymą, natūralių buveinių tipų, gyvūnų ir augalų rūšių atkūrimą, paukščių apsaugai svarbi teritorija yra Vainuto miškų biosferos poligonas, buveinių apsaugai svarbios teritorijos – Gojaus skroblynai, Medvėgalio pievos, Paršežerio – Lūksto pelkių kompleksas, Pagramančio regioninis parkas, Žaliosios miškas.

### Paveikslas 3. Šilalės rajono saugomų teritorijų žemėlapis



Duomenų šaltinis: GIS-Centras

<sup>8</sup> 4 geomorfologiniai, 3 hidrografiniai, 3 botaniniai, 5 geologiniai, 5 kraštovaizdžio, 1 genetinis (Pagramančio miško beržo genetinis draustinis), 1 telmologinis (Kauklių telmologinis draustinis), be to, 4 iš 17 draustinių jų yra valstybiniai

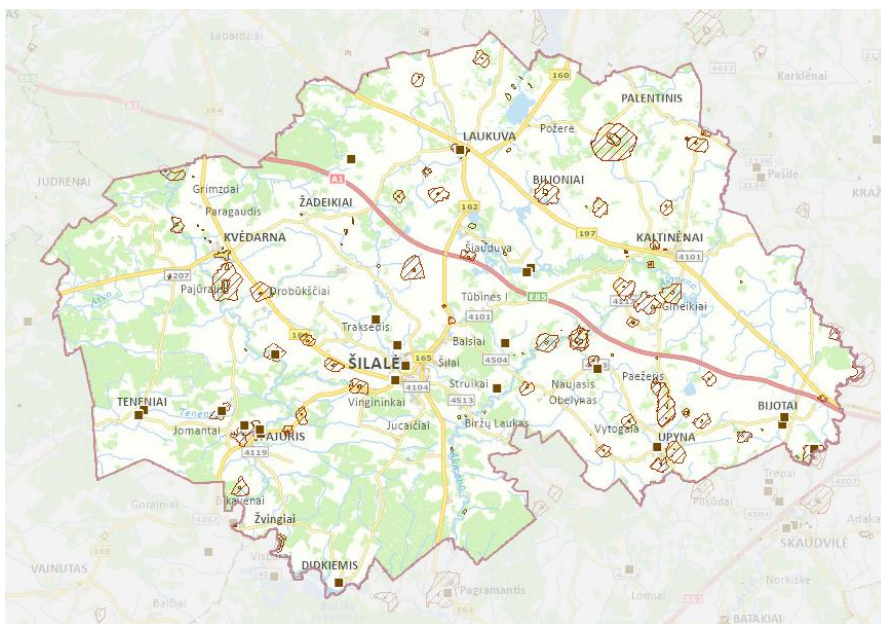
<sup>9</sup> 30 botaninių (iš jų 16 ažuolų), 13 geologinių, 1 hidrogeologinis, 1 hidrografinis, be to, 6 iš 45 objektų turi gamtos paminklo statusą

<sup>10</sup> 8 buveinių apsaugai reikšmingos teritorijos ir 1 paukščių apsaugai svarbi teritorija

Tačiau Šilalės krašto patrauklumas neapsiriboja gamtinėmis savybėmis. Šilalės rajono savivaldybės teritorijoje, Kultūros paveldo departamento Lietuvos Respublikos kultūros vertybių registro (<https://kvr.kpd.lt>) duomenimis, 2020 m. pabaigos duomenimis, yra 460 nekilnojamojo kultūros vertybių, palyginimui, Pagėgių sav. – 147, Jurbarko r. sav. – 363, Tauragės r. sav. – 265. Iš Šilalės rajone registruotų nekilnojamojo kultūros vertybių – net 28 kultūros paminklai ir net 93 – valstybės saugomi. Pagal dominuojantį nekilnojamojo kultūros paveldo vertingųjų savybių pobūdį, Šilalės rajono teritorijoje dominuoja archeologinis pobūdis.

Šilalės rajono teritorijoje tęsiasi Tauragės ir Varnių paveldo vertybių apsaugos arealai, t.y. sukultūrinto kraštovaizdžio teritorijos, kur dominuoja valstybės istorijos paveldas. Rajone yra 6 buvusių dvarų sodybos–Budrių, Pajūrio, Prapymo, Rūtelių (Leonardpolio), Labardžių ir Bijotų (Baublių). Saugomais statinių kompleksais pripažintos Bijotų (Baublių) ir Pajūrio dvarų sodybos. Urbanizuotų vietų, pripažintų saugomomis, Šilalės rajono savivaldybės teritorijoje nėra, bet Kvėdarnos ir Laukuvos miesteliai yra pripažinti Kultūros vertybių registre registruotomis vertybėmis.

### Paveikslas 4. Šilalės rajono kultūros vertybių ir jų paslaugos zonų žemėlapis



Duomenų šaltinis: GIS-Centras

Vertinant reikšmingiausias ir didžiausiu turistiniu potencialu pasižyminčias vietas, paminėtina, kad Šilalės kraštas išsiskiria keletu specifinių bruožų:

- Piliakalniais, kurių Šilalės krašte yra daugiausia Lietuvoje (suskaičiuojami net 34), pvz.:
  - Medvėgalis - iškiliausias Žemaitijos kalnas, kurio aukštis – 234,6 m. Būtina pabrėžti, kad Medvėgalis yra ne vienas piliakalnis, o net 7 kalvų kompleksas. Medvėgalis garsėja ne tik kraštovaizdžiu, bet ir istorija. Tai centrinė, žymiausia tvirtovė, gynusi Žemaitiją nuo kryžiuočių antpuolių. Piliakalnyje stovėjusi Medvėgalio pilis buvo viena iš svarbiausių Medininkų krašto ir visos Žemaitijos tvirtovių. Pirmą kartą paminėta 1316 m. Čia jau 10 metų iš eilės liepos mėnesį vyksta respublikinis renginys, kuris pritraukia lankytojus iš visos Lietuvos - „Medvėgalio Menų festivalis“, kuriame groja Lietuvos bei užsienio šalių ansambliai ir kameriniai orkestrai.

- Bilionių piliakalnis, vadinamas Šventkalniu ar Švedkalniu, įrengtas atskiroje didelėje kalvoje Piliakalnis apjuostas pelkėmis ir miškais. Bilionių piliakalnis primena laiptuotą piramidę. Piliakalnis buvo įtvirtintas net 5 įtvirtinimų linijomis, kurių teišliko nežymios liekanos. Istoriografijoje Bilionių piliakalnį kai bandoma sieti su 1336 m. kryžiuočių sunaikinta Pilėnų pilimi, manoma, kad čia galėjo įvykti Pilėnų – legendinės Žemaičių pilies – tragedija, kurios metu, užpuolus kryžiuočiams, susidegino patys žemaičiai.
- Savitu sakraliniu paveldu, pasižyminčiu dideliu specifiškumu ir medžio dominavimu, pvz.:
  - Seniausias ir mažiausias Lietuvos muziejus – Baubliai. Unikalus Baublio pavadinimas siejamas su ąžuolo kamiene vėjo sukeliama baubimu, taip pat su bičių dievo Bubilo vardu. Šį muziejų tūkstantmečio ąžuolo kamiene 1812 metais įkūrė Dionizas Poška. Čia jis sudėjo archeologinius radinius, istorinę ir etnografinę medžiagą, senovės dievų atvaizdus, įžymių žmonių portretus ir daugiau kaip 200 knygų bibliotekėlę. 1824 m. šalia Baublio pastatytas antrasis ąžuolo kamienas (Baublio brolis). Baubliai – senovės lietuvių kultūros paminklas, neturintis analogo, visoje Lietuvoje. Baubliai yra vos 19 metų jaunesni nei žymusis Luvro muziejus Paryžiuje. Baubliai yra pirmasis mūsų šalies muziejus, neturintis analogų visoje Europoje. Šis muziejus tituluojamas ir mažiausiu Lietuvos muziejumi.
  - Seniausias ir mažiausias Lietuvos muziejus – Baubliai. Unikalus Baublio pavadinimas siejamas su ąžuolo kamiene vėjo sukeliama baubimu, taip pat su bičių dievo Bubilo vardu. Šį muziejų tūkstantmečio ąžuolo kamiene 1812 metais įkūrė Dionizas Poška. Čia jis sudėjo archeologinius radinius, istorinę ir etnografinę medžiagą, senovės dievų atvaizdus, įžymių žmonių portretus ir daugiau kaip 200 knygų bibliotekėlę. 1824 m. šalia Baublio pastatytas antrasis ąžuolo kamienas (Baublio brolis). Baubliai – senovės lietuvių kultūros paminklas, neturintis analogo, visoje Lietuvoje. Baubliai yra vos 19 metų jaunesni nei žymusis Luvro muziejus Paryžiuje. Baubliai yra pirmasis mūsų šalies muziejus, neturintis analogų visoje Europoje. Šis muziejus tituluojamas ir mažiausiu Lietuvos muziejumi.
  - Pagrindinė ekspozicija įrengta buvusiam klebonijos sverne. Pirmajame muziejaus aukšte eksponuojami įvairūs archeologiniai radiniai (akmeniniai bei geležiniai kirviai, žalvariniai papuošalai ir kt.), gausūs liaudies meno dirbiniai, bažnyčios ir mokyklos istoriją atspindintys eksponatai. Čia vyksta parodos, saugomi kraštotyriniai darbai. Antrajame muziejaus aukšte įvairių amatininkų: stalių, račių, kalvių, kailiadirbių, siuvėjų, audėjų darbo vietos, jų įrankiai ir gaminiai. Ekspozicija tęsiasi ir lauke. Ant muziejaus sienų pritvirtinta daugybė senoviškų kaltinių kryžių. Prie pietinės sienos surikiuoti koplytstulpiai ir stogastulpiai. Muziejaus kitame pastate, buvusiam sandėlyje, randami įvairūs didesni ūkyje naudoti padargai ir mechanizmai – plūgai, arpai, dyzeliniai motorai. Šie eksponatai atspindi žemdirbystės XIX – XX a. raidą.

Tarp kitų lankytinų objektų paminėtini:

- Lakūno Stasio Girėno gimtinė – muziejus Vytogaloje, įsikūręs pagal pasakojimus ir nuotraukas atstatytoje žymiojo piloto troboje. Čia įrengta S. Girėnui, jo skrydžiui per Atlanto vandenyną ir Vytogalos kaimo istorijai skirta ekspozicija. O gal net pateksite į kiekvienais metais vykstančią šventę S. Girėno ir S. Dariaus skrydžio per Atlantą paminėjimui, kurioje dalyvauja aviatoriai, sportininkai, muzikantai, taip pat rengiamos dviratininkų ir bėgikų varžybos bei kitos šventės.
- Kaltinėnų Dvasingumo parkas, kuris buvo kurtas net 17 m., su Tautos priskėlimo kryžiumi. Šis kryžius yra vienas aukščiausių šalies kryžių, kurio aukštis siekia net 19 metrų. Šis kryžius yra bene ryškiausias Dvasingumo parko akcentas ir vienas iš 21 čia įrengtų tradicinio kryžiaus kelio stočių. Pažvelgus iš aukštai galima pamatyti, kad kryžius pastatytas ant Lietuvos žemėlapiu



kontūro. Taip simboliškai įprasminama laisvos Lietuvos idėja, nes kryžius pastatytas 1990 metais.

- Aukštągirės apžvalgos bokštas, kurio aukštis siekia 15 metrų. Tai pirmasis ir kol kas vienintelis toks bokštas Šilalės rajone, traukiantis turistus dėl atsiveriančių visai Žemaitijai būdingų vaizdų. Nuo jo matyti Medvėgalis, tolumoje esantis Bilionių kaimas ir už jo esantys tvenkiniai, miškingos vietovės
- Viduramžių takas pelkėje Sietuvos kūrgrinda<sup>11</sup> – akmenimis grįstas slaptas kelias pelkėje. Šiuo slaptu povandeniniu taku apie XIII-XIV a. kovodami su priešais naudojosi, kaip manoma, senovės žemaičiai. Beje, ši kūrgrinda yra vienintelė dar naudojama Lietuvoje ir pritaikyta lankymui. Netoli kūrgrindos aptinkamas mitologinis šaltinis - Milžinių maudykla, kaip spėjama, taip pat slaptas inžinerinis įrenginys, atlikęs spąstų funkciją.

### Paveikslas 5. Šilalės rajono lankytinų vietų ir objektų fotofiksacija



Duomenų šaltinis: Šilalės V. Statkevičiaus muziejus

Taip pat paminėtina vienintelė išlikusi etnografinė sodyba Šilalės krašte - Jono Rupšlaukio (Bilionių) etnografinė sodyba. Bilionių kaimo etnoarchitektūrinė sodyba – tai vienas iš dviejų Šilalės rajono savivaldybėje esančių tokio pobūdžio kultūros paveldo objektų. Sodyba (namas, tvartas su daržine,

<sup>11</sup> Kūrgrinda (žemaitiškai kūlis - akmuo) yra pelkėje akmenimis grįstas takas žemiau pelkės paviršiaus. Tai slapti takai, kuriais senovės lietuviai gelbėdavosi nuo užpuolikų. Kūrgrinda sukrauta iš akmenų, kurie metų metais buvo vežami žiemą ant ledo, o tirpstant nugrimzdavo, taip sudarydami tik vietiniams gyventojams žinomą taką.

malkinė) didingo Bilionių piliakalnio papėdėje įkurta XIX a. pabaigoje – XX amžiaus pradžioje (klėtis ir malkinė statyta 1930 m.).

### Paveikslas 6. Bilionių sodybos aplinkos fotofiksacija



Duomenų šaltinis: Šilalės artojas

Šioje istorinėje sodyboje ne pirmi metai į tradicinį tautodailės plenerą „Šimtmečio veidai ir vaizdai“ renkasi menininkai, siekiantys stiprinti ir puoselėti istorinę atmintį. Sodybos šeimininkai mielai suteikia erdvę seniūnijos renginiams, pastogę turistams, keliautojams, vykdo edukacines programas, atkuriančias ryšį su aplinka, šio krašto tradicijomis.

Šilalės rajono savivaldybė išsiskiria kultūros vertybių gausa. Savivaldybės disponuojamas kultūros paveldas savo aktualizavimo prasme turi didžiulį pritaikymo visuomenės socialiniams, ekonominiams, kultūros ir edukacijos poreikiams potencialą.

### Šilalės rajono turizmo aplinka ir infrastruktūra

Tokio potencialo išnaudojimui yra reikalingas institucionalizavimas suformuojant atitinkamą aplinką ir, esant poreikiui, infrastruktūrą.

Šilalės rajono viešoji turizmo aplinka ir infrastruktūra pradėta formuoti dar 2005 m., kai pradėti (2006 m. pabaigti) visi Medvėgalio komplekso architektūrinio sutvarkymo darbai: įrengti takai į kalvas, automobilių stovėjimo aikštelė, tualetas, piliakalnio maketas, tvenkinys, lauko estrada ir informaciniai stendai.

Nuo to laiko buvo sutvarkyta ir lankymui pritaikyta daugybė objektų ir teritorijų, pvz.:

- Lakštingalų slėnis, prie Akmenos upės, kuriame labai gražiai sutvarkyta visa aplinka. Čia vinguriuoja upė, tvenkiniai ir patogūs pėsčiųjų takai, kuriuos puošia gėlynai, pavėsinės, mediniai tiltai ir net vienas kabantis tiltas. Galima užlipti laipteliais, pasigrožėti upės skardžiais ir visu slėniu iš viršaus.
- Kelpšaičių parkas, kuris buvo įkurtas 1990 m. Rietavo miškų urėdijos Labardžių girininkijos girininko Jono Šedbaro iniciatyva. Parką puošia tvenkiniai, pavėsinės, medžio skulptūros, įrengtos žaidimų ir pasirodymų aikštelės. Šalia parko yra automobilių stovėjimo aikštelė,

vienoje parko pavėsinių – lauko židinyš. Čia daugiau kaip 24 ha miško. O augalėlių mylėtojai parke galės pamatyti virš 80 iš įvairių pasaulio šalių atkeliavusių introdukuotų ir 15 vietinių medžių rūšių.

### Paveikslas 7. Lakštingalų slėnio aplinkos fotofiksacija



Duomenų šaltinis: 15min.lt

Visgi daugybei objektų ir lankytinų vietų (teritorijų) vis dar trūksta adekvačios infrastruktūros ir aplinkos. Pavyzdžiui tik 2020 m. pradėtas tvarkyti Padievaičio piliakalnis - unikali, mūsų rajono ir Lietuvos žmonėms mažai pažįstama, vienintelė LDK kunigaikščio Gedimino dinastijos pradžių menanti vieta. Šilalės rajono savivaldybė dar 2017 m. parengė Padievaičio, Kvėdarnos piliakalnio tvarkomųjų paveldosaugos darbų projektą, kuris, numatoma, bus užbaigtas 2021 m. Vienas iš svarbiausių bei reikšmingiausių darbų yra griūvančių šlaitų tvirtinimas, sustiprinant upės ardomą krantą ir stabilizuojant paviršinės bei mechaninės erozijos pažeistus šlaitus, taip apsaugant piliakalnį nuo visiško sunykimo. Piliakalnyje ir jo teritorijoje bus atlikti kraštovaizdžio formavimo kirtimai, pašalinti menkaverčiai medžiai, krūmai, dalis augmenijos, įrengti pėsčiųjų takai, apžvalgos aikštelės, laiptai, tilteliai, informaciniai stendai, poilsio zona, mašinų stovėjimo aikštelė, Jūros upės pakrantėje atsiras baidarininkų išlaipinimo-įlaipinimo vieta.

Visgi daugybės lankytinų objektų, pvz., piliakalnių aplinka vis dar yra nesutvarkyta, infrastruktūra nepritaikyta lankytojams ir jų poreikiams, todėl galimybės įtraukti šiuos objektus į turistinius maršrutus yra riboto rezultatyvumo ir pagrįstumo.

Tokia padėtis riboja turizmo trasų ir pažintinių maršrutų vystymo potencialą. Tai yra neigiamas aspektas, ypač atsižvelgiant į tai, kad trasų ir maršrutų vystymo galimybės ir jų pasiūla Šilalės rajone yra santykinai didelė.

Šilalės rajone yra Aukštagirės pėsčiųjų - dviratininkų takas – Varnių regioninio parko pietinėje dalyje įrengta 23 km. ilgio trasa vingiuojanti per Požerės apylinkes. Trasa nužymėta nukreipiančiomis rodyklėmis, išdėstyti informaciniai ženklai, įspėjantys apie stačias įkalnes bei nuokalnes. Keliaudami

šiuo taku galima susipažinti su gamtinėmis bei kultūrinėmis pietinės Varnių regioninio parko dalies vertybėmis.

### Paveikslas 8. Pažintinio tako infrastruktūros fotofiksacija



Duomenų šaltinis: Šilalės V. Statkevičiaus muziejus

Aplink Šilalės miesto tvenkinį įrengtas 2 km ilgio pėsčiųjų – dviratininkų takas, prie kurio vyksta miesto renginiai, o 2012 m. įrengtas fontanas, tapo miesto akcentu. Aplink tvenkinį, įvairiose vietose pastatytos medinės pavėsinės. Nuo tvenkinio pėsčiųjų taku galime pasiekti vaikų žaidimo ir paplūdimio tinklinio aikštes. Šalia tvenkinio įrengtas bendruomenių parkas, kuriame yra suoliukai, lauko treniruokliai.

Paršežerio pėsčiųjų pažintinis takas Sietuvos kraštovaizdžio draustinyje, kurio ilgis net 13,8 km, siūlo ilgalaikį maršrutą. Parke yra takai, stendai, suoliukai, net 3 mediniai tiltai ir kita pėstiesiems pritaikyta infrastruktūra. Takas prasideda ir eina pietine Paršežerio pakrante — Ežero pelke, šioje atkarpoje galima susipažinti su vertingomis žemapelkės biocenozėmis. Iš žemapelkės takas veda į Rešketų kaimą, kurio senkapyje palaidoti 1863 m. sukilėliai. Toliau takas suka link Šilinkalnio. Iš ten — prie Paršpilio piliakalnio, šalia jo yra Parškalis — senovės gyvenvietė, pro Burbiškių senkapius iki Sietuvos kūrgrindos. Grįžtant pasuka prie mitologinio šaltinio, vadinamo „Milžinų maudykla“. Šalia šaltinio įrengtas tiltelis, per kurį patenkama į dešinę Sietuvos krantą. Čia takas veda į Pjaunios mišką ir aukštapelkę, kuria praeinama mediniu taku.

Mėgstantiems vandens pramogas ir aktyvų laisvalaikį Šilalės rajone siūlomi žygiai baidarėmis vienomis vaizdingiausiomis upėmis Lietuvoje – Jūra ir Akmena.

### Paveikslas 9. Žygio baidarėmis akimirų fotografacija



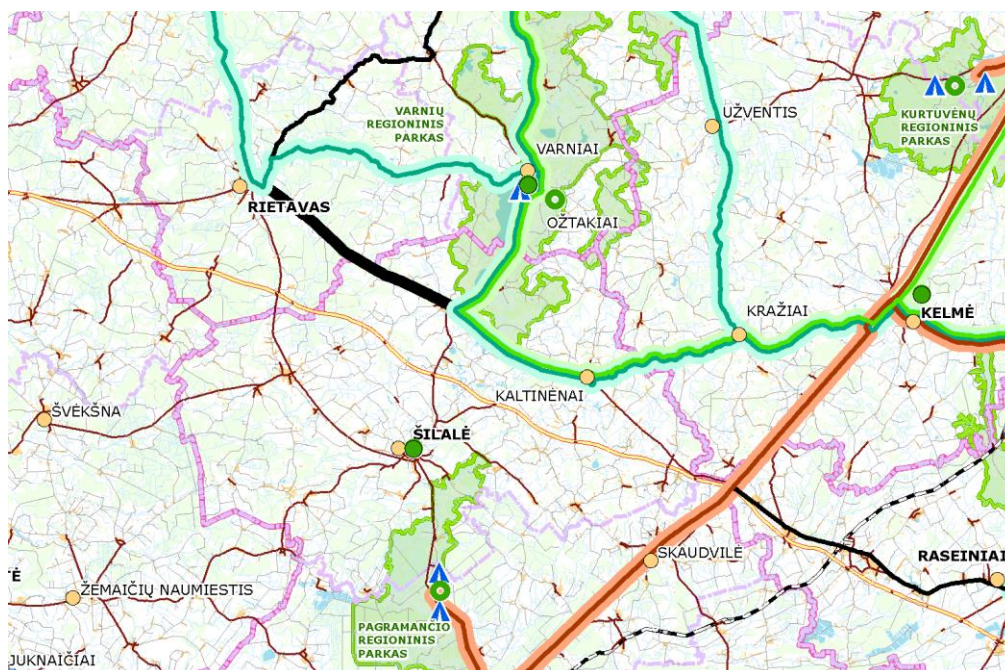
Duomenų šaltinis: Šilalės V. Statkevičiaus muziejus

Kaip pavyzdys, paminėtinas maršrutas Kvėdarna – Pajūris. Maršrutas prasideda Kvėdarnos miestelio seniūnijos stovyklavietėje prie kalbininko, kunigo Kazimiero Jauniaus gimtinės klėtelės-muziejaus, esančio Lembos kaime Kvėdarnos seniūnijoje. Pirmoji maršruto stotelė pailsėti gali būti šalia Padievaičio piliakalnio ir šventvietės akmenų, vadinamo Velnio Sostu arba Velnio Krėslu. Vėliau maršrutas kerta vieta, kurioje galima sustoti ir užkopti į Gūvainių piliakalnį, netoli sekančio sustojimo vietos yra milžiniškas gamtos ir mitologijos paminklas - Keberkščių akmuo ir t.t.

Taip pat Šilalės rajono teritoriją kerta nacionalinė Jūros vandens turistinė trasa, kuri prasideda Balskų kaime Pagramančio regioniniame parke ir baigiasi Tauragėje. Plaukiojant šia trasa galima pamatyti įspūdingų atodangų, nuostabią gamtą, turint daugiau laiko galima aplankyti šalia esančius piliakalnius. Upė vingiuota ir turi daug kilpų.

Be to, Šilalės rajoną kerta nacionalinio lygmens autoturizmo trasa „Žemaitijos keliai“ (Palanga – Kretinga (Salantai – Mosėdis) – Plungė (Plungė – Rietavas – Kaltinėnai) – Telšiai – Varniai – Kaltinėnai – Kražiai – Kelmė – Kurtuvėnai arba Tytuvėnai – Šiluva - Raseiniai), reprezentuojanti Žemaitijos istoriją, kultūrą ir kraštovaizdžio įvairovę.

Paveikslas 10. Žemaitijos kelių trasos išsidėstymas Šilalės rajono teritorijoje



Duomenų šaltinis: Nacionalinio lygmens autoturizmo specialusis planas

Nepakankamas Šilalės krašto lankytinų objektų aplinkos ir infrastruktūros pritaikymas turistų poreikiams, mažina šių trasų ir maršrutų vystymo galimybes, minimizuoja kartotinio lankymo tikimybę ir, atitinkamai, mažina galimybes ekonomiškai išnaudoti lankytinus gausius Šilalės krašto gamtinius ir kultūrinius objektus teikiant komercines paslaugas.

### Šilalės rajono komercinės turizmo paslaugos

Atsižvelgiant į tai, kad Šilalės rajonas, kaip buvo minėta aukščiau, nepasižymi išvystytu turizmo sektoriumi, visuotinai pripažįstamu (nacionaliniame lygmenyje vertinamu kaip plėtotinas) turizmo potencialu, todėl turizmo sektorius nesudaro žymios dalies Šilalės rajono ekonominėje struktūroje.

Svarbiausios ekonominės veiklos rūšys turizmo sektoriuje yra apgyvendinimo ir maitinimo bei poilsio organizavimo paslaugų teikimas.

Vadovaujantis Lietuvos statistikos departamento duomenimis, apgyvendinimo paslaugas Šilalės rajono savivaldybėje teikia 7 subjektai (neįtraukiant kaimo turizmo sodybų). Vadovaujantis Šilalės Vlado Statkevičiaus muziejaus turizmo informacijos centro, portalo booking.com ir Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos duomenimis, 2020 m. pabaigoje apgyvendinimo paslaugas Šilalės rajono savivaldybėje teikė 18 subjektų.

Lentelė 1. Šilalės rajono apgyvendinimo paslaugų subjektai

| Eil. Nr. | Pavadinimas                                      | Adresas                       |
|----------|--|-------------------------------|
| 1        | Viešbutis Muontis                                | J.Basanavičiaus g. 3, Šilalė  |
| 2        | Svečių namai Kvėdrsta                            | J.Basanavičiaus g. 4, Šilalė  |
| 3        | Floros namai (kambarių nuoma)                    | Vasario 16-osios g. 4, Šilalė |
| 4        | Motelis (kaimo turizmo sodyba) Piligrimo užėiga  | Kuodaičių k.                  |
| 5        | Motelis Krantas                                  | Labardžių k.                  |
| 6        | Kaimo turizmo sodyba (poilsio kiemas) Likrantė   | Gineikių k.                   |
| 7        | R. Jakšto kaimo turizmo sodyba                   | Kaltinėnai                    |
| 8        | Kaimo turizmo sodyba Ginto sodyba                | Nevočių k.                    |
| 9        | Birutės ir Kęstučio Tarvydų kaimo turizmo sodyba | Jomantų k.                    |
| 10       | Šerpyčių sodyba Jūra (Pajūrio sodyba)            | Jūros g. 8, Pajūris           |
| 11       | Dianos ir Tomo Rupšių sodyba                     | Palaivio k.                   |
| 12       | Kaimo turizmo sodyba Mėlynoji banga              | Beržlaukio g. 3, Bagdonavo k. |
| 13       | Alfonso sodyba                                   | Jaunias g. 13A, Kvedarna      |
| 14       | Sodyba Rimkų slėnis                              | Biržų Lauko k.                |
| 15       | Paršežerio stovyklavietė                         | Ežero g. 20, Požerė           |
| 16       | Stovyklavietė Dobilų slėnis                      | Padievaičio k.                |
| 17       | Dovydo stovyklavietė                             | Visdžiaugų k.                 |
| 18       | Poilsiavietė Ūdrakiemis                          | Gineikių k.                   |

Duomenų šaltinis: Šilalės V. Statkevičiaus muziejus, VVTAT, booking.com

Pažymėtina, kad 2 iš Šilalės rajono apgyvendinimo paslaugas teikiančių subjektų yra klasifikuojami Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos: Viešbutis Muontis nuo 2020 m. vasaros yra klasifikuojamas kaip \*\*\* (trijų žvaigždučių) viešbutis, o motelis Piligrimo užėiga yra klasifikuojamas kaip \*\* (dviejų žvaigždučių) motelis. Taip pat devynios<sup>12</sup> iš jų yra registruotos Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos registre kaip neklasifikuojamos<sup>13</sup>: Floros namai (kambarių nuoma), Kaimo turizmo sodyba (poilsio kiemas) Likrantė, Kaimo turizmo sodyba Ginto sodyba, Birutės ir Kęstučio Tarvydų kaimo turizmo sodyba, Šerpyčių sodyba Jūra (Pajūrio sodyba), Kaimo turizmo sodyba Mėlynoji banga ir Dovydo stovyklavietė.

Akumuluotas Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos registre registruotų Šilalės rajono apgyvendinimo paslaugas teikiančių subjektų pajėgumas siekia 71 numerį<sup>14</sup> ir 209 vietas, didžiausią pasiūla disponuojant viešbučiui Muontis (17 kambarių ir 36 vietas). Iš Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos registre registruotų Šilalės rajono apgyvendinimo paslaugas teikiančių subjektų tik Svečių namai Kvėdrsta nurodo savo apgyvendinimo pajėgumus (12 kambarių ir 25 vietas). Likusių apgyvendinimo paslaugas teikiančių subjektų pajėgumai yra žymiai mažesni<sup>15</sup>, be to, jų paslaugos yra kiekybiškai lanksčios ir vietų bei kambarių pasiūla gali būti keičiama priklausomai nuo poreikio.

<sup>12</sup> iš nurodytų 9, du apgyvendinimo paslaugų subjektai savo paslaugas teikia arba kitų subjektų bazėje (viešbučio Muontis bazėje apgyvendinimo (BnB) paslaugas teikia Jurgita Bergelienė (10 kambarių ir 24 vietas), arba ta pati infrastruktūra priskiriama 2 paslaugų tipams (Kaimo turizmo sodybos Ginto sodyba pajėgumai yra priskirti tiek kaimo turizmo paslaugoms, tiek nakvynės namų paslaugoms)

<sup>13</sup> neklasifikuojamos apgyvendinimo paslaugos - apartamentų komplekso paslaugos, kaimo turizmo paslaugos, nakvynės ir pusryčių paslaugos, nakvynės namų paslaugos, poilsio namų paslaugos, turistinio laivo apgyvendinimo paslaugos, turistinės stovyklos paslaugos, sanatorijos apgyvendinimo paslaugos, trumpalaikio apgyvendinimo paslaugos

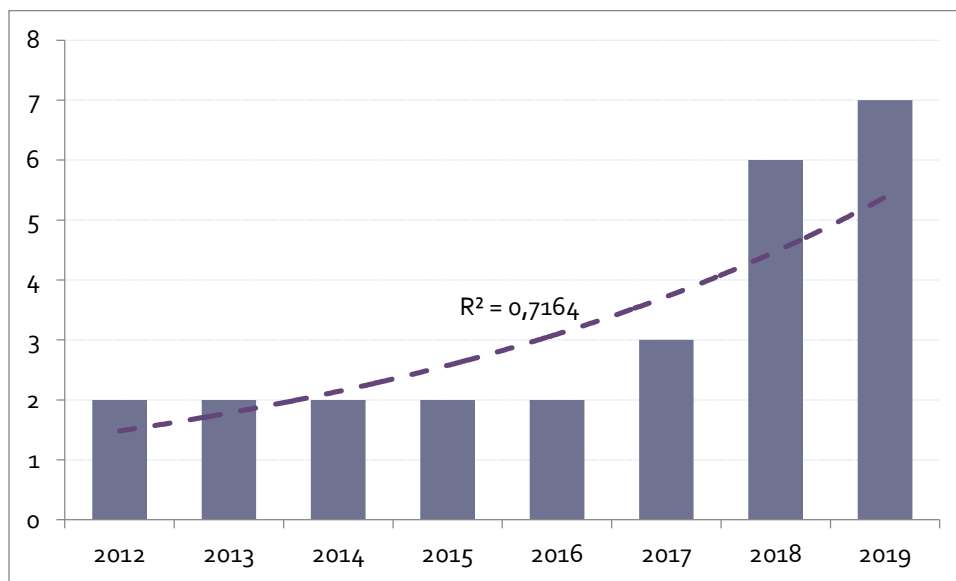
<sup>14</sup> kambariai (aikštelės, nameliai)

<sup>15</sup> subjektai tikslių duomenų apie savo apgyvendinimo paslaugų pasiūlą detalias informacijos neteikia

Nepaisant to, darytina išvada, kad akumuluota apgyvendinimo paslaugų pasiūla 2020 m. pabaigoje Šilalės rajone vertintina ne mažiau 90 numerių ir 250 vietų.

Tai yra santykinai didelės kiekybinės pajėgumų rodiklių reikšmės, ypač atsižvelgiant į tai, kad ilgą laiką Šilalės rajonas buvo traktuojamas kaip itin ribotos apgyvendinimo paslaugų pasiūlos teritorija. Tai buvo laikoma didžiausia Šilalės krašto silpnybe, neleidusia užtikrinti turistų pritraukimo. Tačiau per paskutinių 3 m. – 5 m. laikotarpį apgyvendinimo paslaugų pasiūla demonstruoja žymų augimą.

**Grafikas 1. Šilalės rajono apgyvendinimo įstaigų<sup>16</sup> skaičiaus kaita**



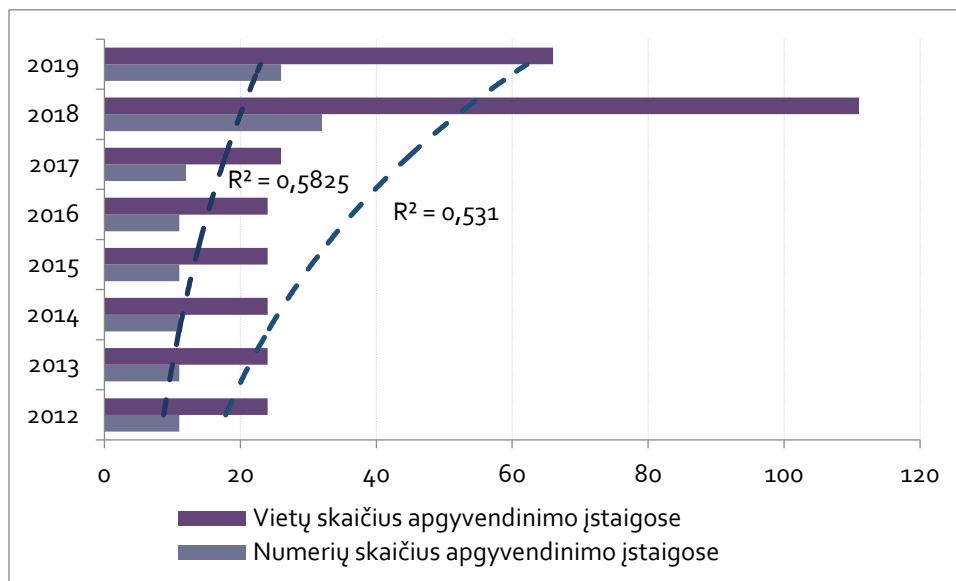
Duomenų šaltinis: Lietuvos statistikos departamentas

Lietuvos statistikos departamento duomenimis, per paskutinius fiksuotus 3 metus (2016 m. pabaigos – 2019 m. pabaigos laikotarpis) apgyvendinimo įstaigų skaičius Šilalės rajono savivaldybėje išaugo daugiau nei 3 kartus (250 proc.). Palyginimui, Lietuvoje apgyvendinimo įstaigų skaičius per analogišką laikotarpį padidėjo tik 39,8 proc., o visoje Tauragės apskrityje – 80,6 proc. Iš visų Lietuvos savivaldybių analogišku arba didesniu apgyvendinimo įstaigų augimo per aktualų trijų metų laikotarpį tempu pasižymėjo tik Širvintų, Vilkaviškio, Joniškio rajonų ir Rietavo savivaldybės.

<sup>16</sup> apgyvendinimo įstaigos sąvoka apima šias kategorijas: Viešbučiai ir panašios laikinos buveinės; poilsiautojų ir kitas trumpalaikis apgyvendinimas; poilsinės transporto priemonės, priekabų aikštelės ir stovyklavietės



Grafikas 2. Šilalės rajono apgyvendinimo įstaigų pajėgumo kaita



Duomenų šaltinis: Lietuvos statistikos departamentas

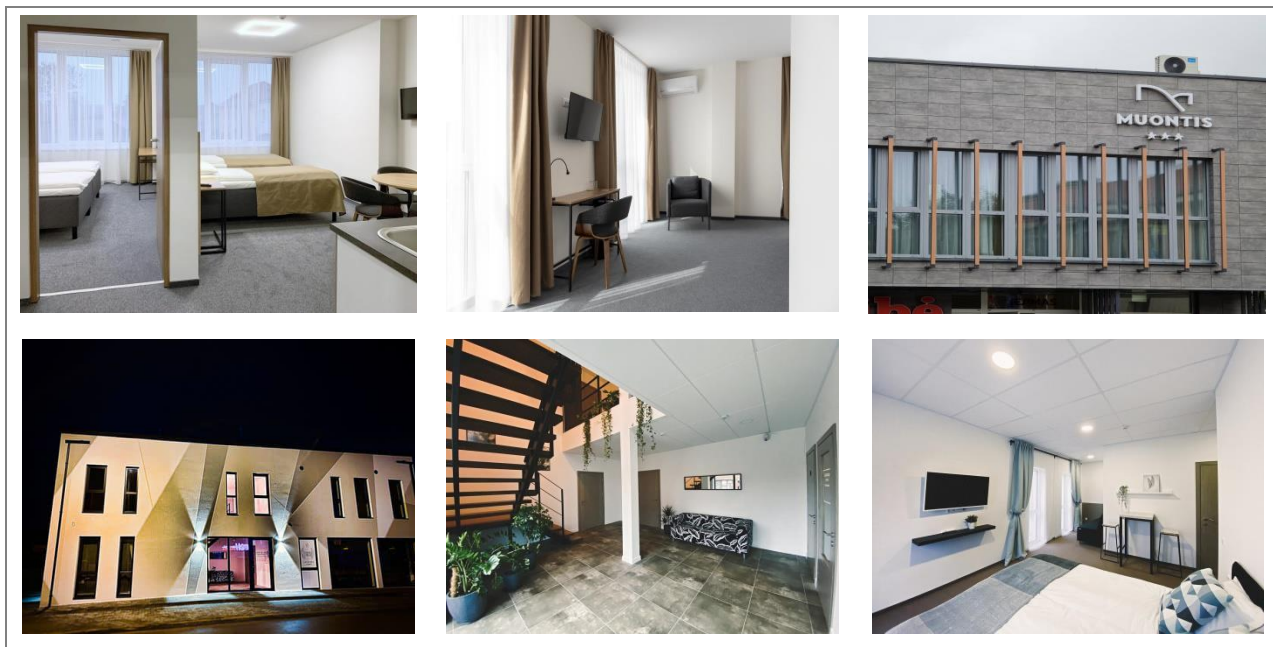
Augant apgyvendinimo įstaigų skaičius dėsningai augo jų pajėgumas. Per paskutinius Lietuvos statistikos departamento fiksuotus 3 metus (2016 m. pabaigos – 2019 m. pabaigos laikotarpis) numerių skaičius Šilalės rajono apgyvendinimo įstaigose išaugo daugiau nei 2 kartus (136,4 proc.), o vietų skaičius - 175 proc. Ir nors šis augimas nebuvo toks didelis kaip pačių apgyvendinimo įstaigų, jis taip pat yra išskirtinis visos šalies kontekste. Per analogišką laikotarpį numerių skaičius visoje Lietuvoje padidėjo 33,7 proc. (tik 8 savivaldybėse augimas buvo didesnis nei Šilalės rajone), o vietų skaičius visoje Lietuvoje padidėjo 40,8 proc. (tik 5 savivaldybėse augimas buvo didesnis nei Šilalės rajone).

Tačiau kiekybinis augimas tėra tik vienas pokyčio aspektas. Augant apgyvendinimo paslaugas Šilalės rajone tiekiančių subjektų skaičiui, auga šių paslaugų kokybė, t. y. nauji paslaugų teikėjai orientuojasi į žymiai aukštesnius standartus, nei iki tol veikę apgyvendinimo paslaugų teikėjai. Tokie apgyvendinimo paslaugas teikiantys subjektai kaip viešbutis Muontis ne tik pasižymi sąlyginai dideliais pajėgumais, bet ir orientuoti į santykinai aukštus standartus, išvystytą paslaugos turinį ir orientuoti į šiuolaikinio kliento poreikius. Tai yra būtent tos savybės, kurių trūkumas buvo pažymimas, kaip išskirtinė Šilalės rajono silpnybė.

Nauja pasiūla niveliavo šį trūkumą. Pavyzdžiui, 2019 m. atidarytas pirmasis Šilalės rajono viešbutis Muontis 2020 m. pradžioje buvo įvertintas booking.com traveler review awards apdovanojimu už geriausią paslaugų gavėjų vertinimą<sup>17</sup>, o 2020 m. pavasarį įvykdė reikalavimus, keliamus \*\*\* (trijų žvaigždučių) viešbučiui ir vasarą buvo atitinkamai klasifikuotas). O iki 2020 m. neteiktų kambarių nuomos apgyvendinimui paslaugų stygių pašalinę 2020 m. rudenį atidaryti Floros namai turi visus šiuolaikiniams tokio tipo paslaugų teikimo subjektams būtinus atributus (nemokamas greitas bevielės internetas, nemokama privati stovėjimo aikštelė vidiniame kieme, garso izoliacija, interneto televizija ir kt.).

<sup>17</sup> 10 iš 10 galimų balų

**Paveikslas 11. Floros namų ir viešbučio Muontis aplinkos fotofiksacija**

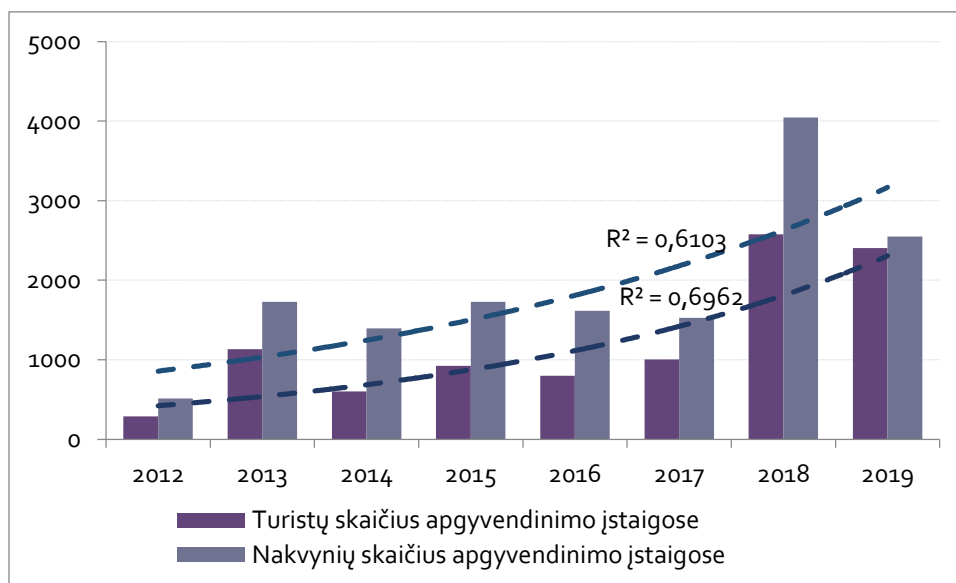


Duomenų šaltinis: viešbutis Muontis, Floros namai

Tokie pokyčiai, lemiantys ne tik kiekybinę plėtrą bet ir apgyvendinimo sektoriaus diversifikuotumo ir kokybės vystymą, leidžia suformuoti tinkamą bazę viso turizmo sektoriaus plėtrai.

Būtent kokybinis pasiūlos vystymas leido ilgalaikėje perspektyvoje padidinti Šilalės rajono apgyvendinimo įstaigose apgyvendinamų turistų skaičių ir nakvynių apgyvendinimo įstaigose suteiktų nakvynių skaičių.

**Grafikas 3. Šilalės rajono apgyvendinimo įstaigose apgyvendintų svečių ir suteiktų nakvynių kaita**



Duomenų šaltinis: Lietuvos statistikos departamentas

2019 m. Šilalės rajono savivaldybės apgyvendinimo įstaigose (be kaimo turizmo sodybų) buvo apgyvendinti 2 402 turistai, kuriems suteiktos 2549 nakvynės. Nuo 2012 m. iki 2019 m. apgyvendintų turistų skaičius Šilalės rajono sav. apgyvendinimo įstaigose išaugo daugiau nei 7 kartus (736,93 proc.), suteiktų nakvynių skaičius apgyvendinimo įstaigose per analogišką laikotarpį padidėjo beveik 4 kartus (396,88 proc.), šiam augimui būnant žymiai didesniame nei fiksuotas šalyje ar Tauragės apskrities mastu, tačiau toks augimas nebuvo kryptingas.

Dar vienas akcentuotinas neigiamas aspektas Šilalės rajono apgyvendinimo sektoriuje yra sąlyginai didelis sezoniškumas.

**Lentelė 2. Šilalės rajono apgyvendinimo įstaigose apgyvendintų svečių sezoniškumo rodikliai**

|                                       |                     | 2012   | 2013   | 2014   | 2015   | 2016   | 2017   | 2018   | 2019   | 2020   |
|---------------------------------------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Skirtumas tarp I, IV ir II, III ketv. | Lietuvos Respublika | 43,25% | 40,91% | 39,79% | 40,71% | 41,45% | 39,48% | 41,12% | 40,74% | -      |
|                                       | Šilalės r. sav.     | 35,06% | 40,73% | 4,85%  | 27,34% | 16,28% | 49,18% | 33,66% | 26,07% | -      |
| Skirtumas tarp I ir III ketv.         | Lietuvos Respublika | 56,83% | 56,97% | 52,75% | 53,91% | 53,22% | 51,11% | 54,12% | 53,55% | 47,75% |
|                                       | Šilalės r. sav.     | 52,87% | 72,51% | 38,50% | 11,49% | 49,63% | 16,29% | 38,42% | 25,51% | 74,90% |

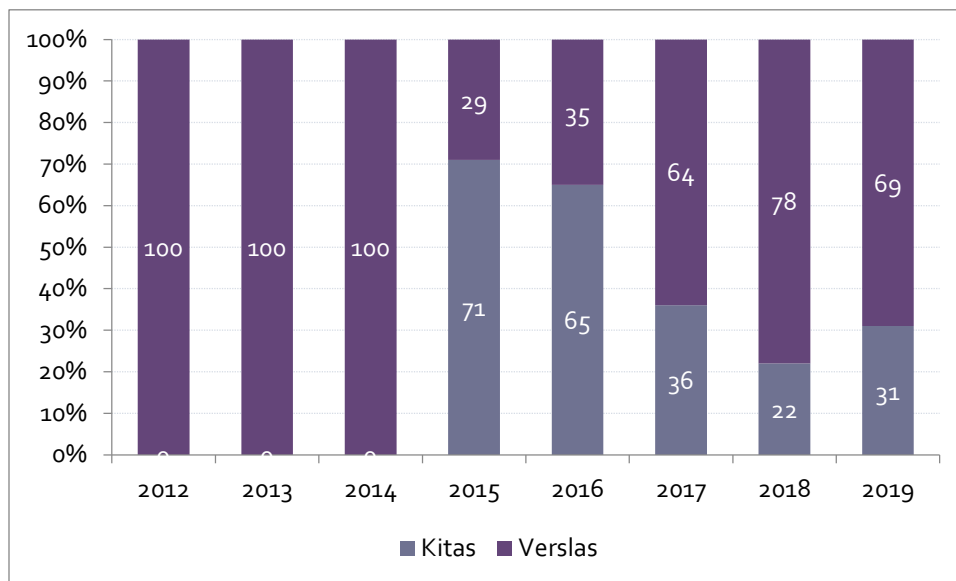
Duomenų šaltinis: Lietuvos statistikos departamentas

Nors Šilalės rajono apgyvendinimo paslaugų sezoniškumas ilgalaikėje perspektyvoje yra mažesnis nei Lietuvos, tačiau atsižvelgiant į tai, kad didelę dalį šalies apgyvendinimo paslaugų gavėjų struktūroje sudaro būtent sezoniniai svečiai, praleidžiantys vasaros atostogas kurortuose, skirtumas turėtų būti didesnis. Pavyzdžiui, vidutinis 2012 m. – 2019 m. laikotarpio skirtumas tarp I (hipotetiškai blogiausią) ir III (hipotetiškai geriausią) ketvirčius apgyvendintų svečių skaičių vidurkio rodo nežymų (maždaug penktadalio) skirtumą tarp šalies ir Šilalės rajono apgyvendinimo įstaigų veiklos rezultatų. Viso per paskutinius 8 metus užfiksuotas vidutinis skirtumas tarp I ir IV ketvirčių bei II ir III ketvirčių metu apgyvendintų svečių skaičiaus šalies mastu siekė 40,9 proc., o Šilalės rajone – 29,2 proc., tuo tarpu skirtumas tarp I ir III ketvirčių metu apgyvendintų svečių skaičiaus šalies mastu siekė, atitinkamai 53,4 proc. ir 42,2 proc., o 2020 m. fiksuotas skirtumas parodė mažesnę sezoniškumą šalies mastu (47,8 proc.) nei Šilalės rajone (74,9 proc.).

Be to, apgyvendinimo paslaugų teikimo struktūra rodo dar vieną didelį Šilalės rajono savivaldybės trukumą. Šilalės rajono savivaldybės apgyvendinimo įstaigose per laikotarpį nuo 2012 m. iki 2019 m. tik 2012 m. ir 2015 m. buvo apgyvendinami užsieniečiai, kurie tais metais tesudarė, atitinkamai, 3,83 proc. ir 21,04 proc. visų tais metais Šilalės rajono apgyvendinimo įstaigose apgyvendintų turistų.

Kitas apgyvendinimo įstaigų rezultatų rodomas Šilalės rajono turizmo sektoriaus neigiamas aspektas – disbalansas tarp aukščiau minėtos gamtinių ir kultūrinių (pažintinių ir rekreacinių) veiklų galimybių pasiūlos ir faktinės paklausos (arba jos atspindžio apsisistojimo laikui). Šis neigiamas aspektas atsispindi Šilalės rajono apgyvendinimo įstaigose paslaugas gavusių svečių deklaruojamuose atvykimo į Šilalės rajoną tikslų.

**Grafikas 4. Šilalės rajono apgyvendinimo įstaigų svečių pasiskirstymas pagal atvykimo tikslą**



Duomenų šaltinis: Lietuvos statistikos departamentas

Per laikotarpį nuo 2012 m. iki 2019 m. nė vienas iš Šilalės rajono apgyvendinimo įstaigose apsistojuusių svečių nedeclaravo, kad Šilalės rajone lankosi poilsio arba atostogų reikalai. Dauguma Šilalės rajono apgyvendinimo įstaigose apsistojančių svečių į Šilalės rajoną atvyksta darbo ir verslo reikalais. Tačiau šiuo atveju, privalu pabrėžti, kad ši statistika neapima kaimo turizmo sodybų ir stovyklaviečių (apgyvendino subjektų tipų, sudarančių daugumą Šilalės rajono savivaldybės apgyvendinimo paslaugas teikiančių subjektų) svečių.

Nekryptingas apgyvendinimo įstaigų rezultatų augimas, neatitinkantis pajėgumų plėtojimo rodo, kad Šilalės rajono savivaldybės apgyvendinimo sektoriuje kol kas nėra pusiausvyros (nepaisant tokio žymaus šalies kontekste paslaugų gavėjų skaičiaus augimo). Tą parodo nenuoseklus, nedidelis šalies kontekste ir pastarąjį penkmetį mažėjantis Šilalės rajono apgyvendinimo įstaigų užimtumas.

**Lentelė 3. Šilalės rajono apgyvendinimo įstaigų užimtumas**

|                   |                        | 2012       | 2013        | 2014        | 2015        | 2016        | 2017        | 2018        | 2019        | Pokytis        |
|-------------------|------------------------|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|----------------|
| Numerių užimtumas | Lietuvos Respublika    | 45,2       | 47,9        | 48,7        | 49,3        | 51          | 53,7        | 55,2        | 55,9        | 23,67%         |
|                   | Tauragės apskritis     | 34,9       | 28          | 26          | 29          | 23          | 24,7        | 20,6        | 29,6        | -15,19%        |
|                   | <b>Šilalės r. sav.</b> | <b>15</b>  | <b>48,2</b> | <b>59,4</b> | <b>39,4</b> | <b>40,6</b> | <b>37,5</b> | <b>23,4</b> | <b>35,1</b> | <b>134,00%</b> |
| Vietų užimtumas   | Lietuvos Respublika    | 35         | 36,8        | 37,1        | 36,8        | 39          | 40,8        | 42,7        | 44          | 25,71%         |
|                   | Tauragės apskritis     | 23,1       | 18,2        | 15          | 16,5        | 12,5        | 13,1        | 13,1        | 17,1        | -25,97%        |
|                   | <b>Šilalės r. sav.</b> | <b>8,4</b> | <b>20,1</b> | <b>26,6</b> | <b>19,9</b> | <b>18,6</b> | <b>17,2</b> | <b>11,8</b> | <b>17,1</b> | <b>103,57%</b> |

Duomenų šaltinis: Lietuvos statistikos departamentas

2019 m. Šilalės rajono savivaldybės apgyvendinimo įstaigų vietų užimtumas tesiekė 17,1 proc., t.y. daugiau nei 2 kartus mažiau nei šalies vidurkis, apgyvendinimo įstaigų numerių užimtumas (siekęs 35,1 proc. 2019 m.) atsiliko nuo šalies vidurkio 24,8 proc. punkto.

Konstatuotina, kad Šilalės rajone, kuriame ilgą laiką buvo akcentuojamas kokybiškos apgyvendinimo pasiūlos trukumas, paskutiniiais metais problema transformavosi į pajėgumų ir galimybių išnaudojimo

efektyvumo trukumą, pasiūlai išsivysčius tiek kiekybine, tiek kokybine prasmėmis, paklauskos tapsmas nėra adekvatus šiam vystymuisi.

Apgyvandinimo sektoriaus vystymosi tendencijas atkartoja ir maitinimo paslaugų vystymas Šilalės rajone.

Maitinimo subjektų skaičius, Šilalės Vlado Statkevičiaus muziejaus turizmo informacijos centro bei menu.lt portalo duomenimis, 2020 m. pabaigoje siekė 17.

**Lentelė 4. Šilalės rajono maitinimo paslaugų subjektai**

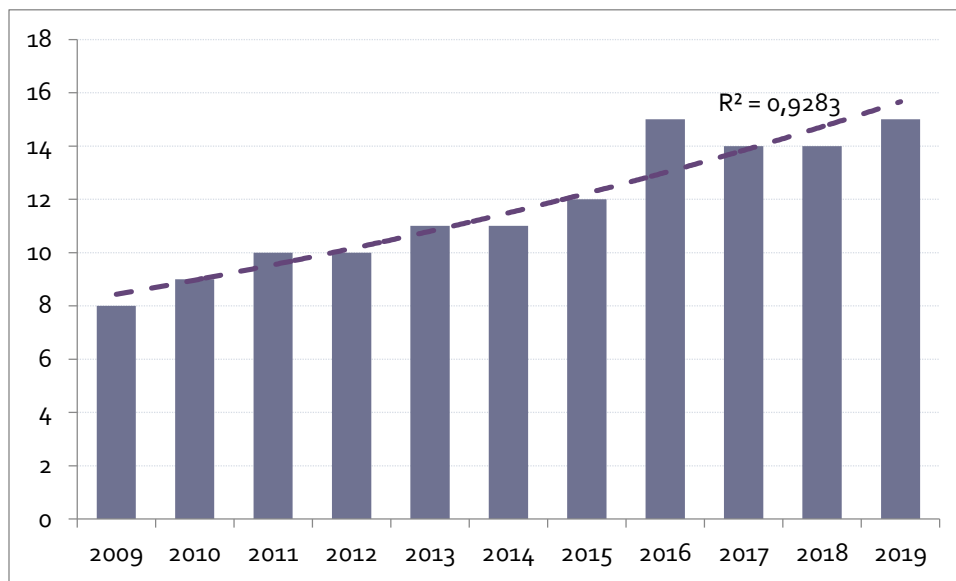
| Eil. Nr. | Pavadinimas                                     | Adresas                          |
|----------|---|----------------------------------|
| 1        | Restoranas Meldai                               | Vasario 16-osios g. 13A, Šilalė  |
| 2        | Happy cafe kavos ir kokteilių (užkandžių) baras | Vasario 16-osios g. 4, Šilalė    |
| 3        | Picerija Bamba pica                             | Dariaus ir Girėno g. 42D, Šilalė |
| 4        | Kavinė Pipiras                                  | Struikų g. 8, Šilalė             |
| 5        | Kavinė Provincija                               | Dariaus ir Girėno g.10, Šilalė   |
| 6        | Kavinė - baras Arka                             | J. Basanavičiaus g. 4, Šilalė    |
| 7        | Kavinė Prie židinio                             | Rytinio kelio g. 17, Šilalė      |
| 8        | Kavinė Ugnija                                   | J. Basanavičiaus g. 12, Šilalė   |
| 9        | Kavinė Pupa                                     | M. Valančiaus g. 23, Šilalė      |
| 10       | Kavinė Rassuolė                                 | Vasario 16 g. 3, Šilalė          |
| 11       | J. Valaičio kavinė                              | Dariaus ir Girėno g. 29, Pajūris |
| 12       | Restoranas - baras Jūra                         | Dariaus ir Girėno g. 51, Pajūris |
| 13       | Greito maisto picerija Pica Kvik                | Ateities g., Pajūris             |
| 14       | Kavinė Piligrimo užeiga                         | Kuodaičių k.                     |
| 15       | Kavinė Krantas                                  | Labardžių k.                     |
| 16       | Kavinė Kvėdarsta                                | Šilalės g. 1/2, Kvėdarna         |
| 17       | Kavinė Juodasis serbentas                       | Taikos g. 13, Laukuva            |

Duomenų šaltinis: Šilalės V. Statkevičiaus muziejus, menu.lt

Lietuvos statistikos departamento duomenimis, 2019 m. pabaigoje Šilalės rajono savivaldybėje veikė 15 maitinimo ir gėrimų teikimo veiklos įmonių maitinimo vienetų. Tai yra santykinai mažas skaičius, pvz., iš visų Tauragės regiono savivaldybių maitinimo subjektų buvo tik Pagėgių savivaldybėje (2).

Tačiau maitinimo subjektų skaičius Šilalės rajono savivaldybėje auga. Per dešimt metų maitinimo subjektų skaičius Šilalės rajone padidėjo 87,5 proc., kai šalies mastu tokių subjektų skaičius išaugo tik 37,45 proc., o visos apskrities mastu – 55,36 proc.

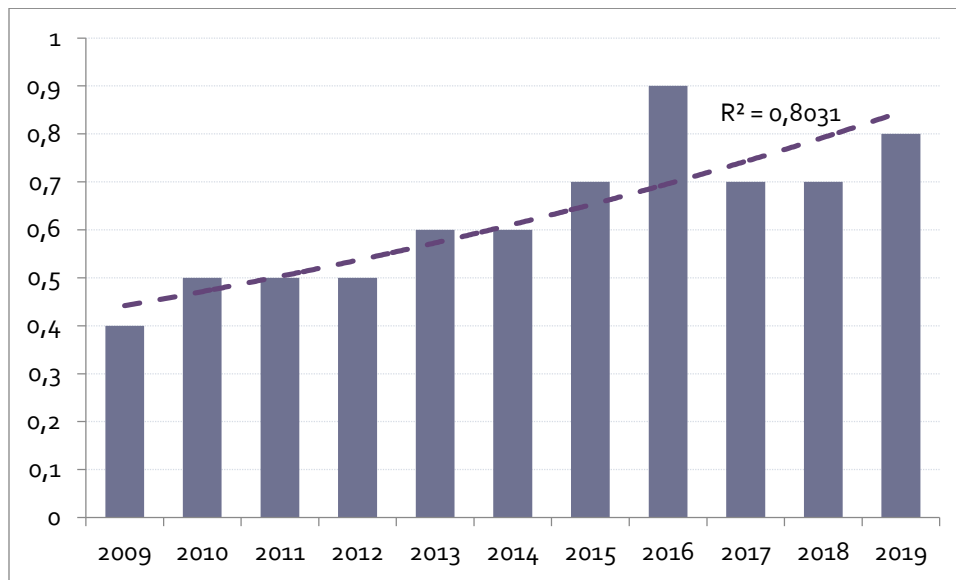
**Grafikas 5. Šilalės rajono maitinimo paslaugų subjektų skaičiaus kaita**



Duomenų šaltinis: Lietuvos statistikos departamentas

Vertinant Šilalės rajono savivaldybės maitinimo subjektų pajėgumus, privalu pasakyti, kad 2009 – 2019 m. laikotarpiu buvo stebimas tendencingas jų potencialo didėjimas (tai yra objektyvus, visam pasauliui būdingos gastrominės kultūros vystymosi sąlygotas, procesas), tačiau jis yra nenuoseklus.

**Grafikas 6. Šilalės rajono maitinimo paslaugų subjektų pajėgumų (maitinimo vietų) kaita**



Duomenų šaltinis: Lietuvos statistikos departamentas

Lietuvos statistikos departamento duomenimis, maitinimo vietų skaičius Šilalės rajono maitinimo įstaigose 2019 m. pabaigoje siekė 0,8 tūkst. ir nors tai buvo dukart daugiau nei 2009 m. (visos šalies maitinimo vietų skaičiaus augimo tempai, palyginimui siekė 56,9 proc.), šis augimas, kaip ir pačių subjektų skaičiaus augimas, nebuvo nuoseklus (toks jis buvo tiek šalies, tiek apskrities, tiek daugumos savivaldybių atveju).

Be to, silpną išsivystymą rodo ir santykiniai maitinimo subjektų bei jų pajėgumo rodikliai.

**Lentelė 5. Maitinimo subjektai (vienetai) ir jų vietos, 1000-iui gyventojų**

|      | Vienetų skaičius 1000-iui gyventojų |                    |                 | Vietų skaičius 1000-iui gyventojų |                    |                 |
|------|-------------------------------------|--------------------|-----------------|-----------------------------------|--------------------|-----------------|
|      | Lietuvos Respublika                 | Tauragės apskritis | Šilalės r. sav. | Lietuvos Respublika               | Tauragės apskritis | Šilalės r. sav. |
| 2009 | 0,9                                 | 0,5                | 0,3             | 52                                | 26                 | 13              |
| 2010 | 1                                   | 0,5                | 0,3             | 60                                | 31                 | 17              |
| 2011 | 1                                   | 0,6                | 0,4             | 64                                | 34                 | 19              |
| 2012 | 1,1                                 | 0,6                | 0,4             | 67                                | 35                 | 20              |
| 2013 | 1,1                                 | 0,7                | 0,4             | 73                                | 37                 | 22              |
| 2014 | 1,2                                 | 0,7                | 0,4             | 76                                | 39                 | 25              |
| 2015 | 1,3                                 | 0,7                | 0,5             | 82                                | 40                 | 28              |
| 2016 | 1,3                                 | 0,8                | 0,6             | 85                                | 45                 | 36              |
| 2017 | 1,4                                 | 0,8                | 0,6             | 87                                | 44                 | 30              |
| 2018 | 1,4                                 | 0,9                | 0,6             | 90                                | 49                 | 30              |
| 2019 | 1,4                                 | 0,9                | 0,6             | 93                                | 56                 | 34              |

Duomenų šaltinis: Lietuvos statistikos departamentas

Nepaisant aukščiau aprašyto augimo, išreikšto absoliučiais skaičiais, santykinis maitinimo paslaugų pajėgumas Šilalės rajone išlieka nedidelis. 1000-iui Šilalės rajono gyventojų 2019 m. duomenimis teko 0,6 maitinimo subjektai ir 34 vietose juose. Tai yra žymiai (atitinkamai, daugiau nei 2 kartus ir beveik 3 kartus daugiau) mažiau nei šalyje, ir, pastebėtina, tai nėra susiję su bendrais šalies maitinimo pajėgumais, lemiamais didmiesčių ir kurortų potencialo, kadangi vidutiniai santykiniai Tauragės regiono rodikliai taip pat viršija Šilalės rajono maitinimo paslaugų teikimo pajėgumus apčiuopiamais didžiais (pvz., 1000-iui Tauragės regiono gyventojų tenka 22 maitinimo vietomis daugiau nei 1000-iui Šilalės rajono gyventojų)

Todėl konstatuotina, kad maitinimo paslaugos savivaldybėje yra kiekybiškai nepakankamai išvystytos.

Visgi vertinant kokybinį vystymą, akcentuotinas panašus į apgyvendinimo sektoriaus vystymąsi procesas.

2018 m. pavasarį atidarytas restoranas Meldai žymi perėjimą nuo einamųjų maitinimo (kaip fizinio poreikio) tenkinimo paslaugų prie gastronomicinio ir susijusio kultūrinio potyrio paslaugos. Restoranas, skirtingai nei prieš tai veikę maitinimo subjektai iškart pasiūlė ne tik maitinimą tradicine prasme, bet ir degustacijas, kvietinių svečių (tiek kultūros, tiek gastronomijos srities) pasirodymus, kas leido pradėti pritraukti specifinius lankytojus, kurie atvyksta į konkrečią vietą konkretaus tikslo.

**Paveikslas 12. Happy cafe kokteilių ir kavos baro bei restorano Meldai aplinkos fotofiksacija**



Duomenų šaltinis: viešbutis Muontis, Floros namai

Happy cafe kavos ir kokteilių baras taip pat žymi kokybinį maitinimo paslaugų pasiūlos virsmą, kadangi ši įtaiga padėjo siūlyti Vakarų ir Šiaurės šalyse išpopuliarėjusią kavos ir kokteilių bei greito maitinimo užkandžių derinio pasiūlą laisvoje aplinkoje.

Darytina išvada, kad tiek apgyvendinimo, tiek maitinimo paslaugas teikiančių įmonių veiklos rezultatai demonstruoja, kad Šilalės rajonas palaipsniui pradeda išnaudoti turistinį potencialą. Tačiau kol kas tai yra tik pradinė tokio išnaudojimo stadija.

Kitas aspektas, kuris išskirtinas kaip ekonominė turizmo sektoriaus dalis yra pramogų ir aktyvaus poilsio paslaugų teikimo subjektai.

**Lentelė 6. Šilalės rajono aktyvaus poilsio ir pramogų organizavimo paslaugų subjektai**

| Eil. Nr. | Pavadinimas                            | Adresas                     |
|----------|--|-----------------------------|
| 1        | Aukštagirės slidinėjimo trasa          | Bilionių sen.               |
| 2        | Šilalės sporto ir laisvalaikio centras | Kovo 11-osios g. 15, Šilalė |
| 3        | Dovydo stovyklavietė                   | Jūros g. 16, Visdžiaugų k.  |
| 4        | Pykaičių žvejybos tvenkiniai           | Pykaičių k.                 |

Duomenų šaltinis: Šilalės V. Statkevičiaus muziejus, menu.lt



Tokio tipo paslaugas Šilalės rajono savivaldybėje teikia ribotas subjektų skaičius. Neskaičiuojant baidarių<sup>18</sup> ar dviračių<sup>19</sup> nuomos punktų, galimybės apsilonkyti sporto klube<sup>20</sup> bei pramogų organizavimo apgyvendinimo įstaigose (turizmo sodybose)<sup>21</sup>, visoje savivaldybėje aktyvaus laisvalaikio ir pramogų paslaugas teikia tik 4 subjektai (Aukštagirės slidinėjimo trasa, Šilalės sporto ir laisvalaikio centras, Visdžiaugų Dovydo stovyklavietė, Pykaičių žvejybos tvenkiniai).

### Paveikslas 13. Šilalės rajono aktyvaus poilsio ir pramogų paslaugų subjektų aplinkos fotofiksacija



Duomenų šaltinis: viešbutis Muontis, Floros namai

Aukštagirės slidinėjimo trasoje aktyviam poilsiui šaltuoju metų periodu paruoštos penkios įvairaus sudėtingumo trasos, kurių ilgiai siekia iki 4,20m. Šilalės laisvalaikio ir sporto centras siūlo kompleksines sporto salės ir vandens pramogų, baseino (25 m) bei SPA paslaugas. Pykaičių tvenkiniai yra vienas patraukliausių karpinių žvejybos objektų šalyje, kuriame rengiami šalies čempionatai. Dovydo stovyklavietė dėka didelės teritorijos siūlo platų pramogų spektrą: nuo sporto (pvz., lauko futbolo) iki vandens pramogų.

<sup>18</sup> Veikia 4 atskiri (nesusiję su pagyvendinimo paslaugomis) baidarių nuomos punktai (Kadagynų k., Pajūryje, Kvėdarnoje ir Balsių k.)

<sup>19</sup> Požerės kaime

<sup>20</sup> Sporto klube Olimpas Šilalėje

<sup>21</sup> Standartinės pramogos apima katerių nuomą, sporto aikštynų ir inventoriaus nuomos paslaugas, vaikų žaidimo aikšteles, žvejybos galimybes

Šių subjektų skaičius ir jų generuojamos pasiūlos įvairovė nėra pakankama siekiant užtikrinti infrastruktūrinės prielaidas aktyvaus poilsio ir pramogų turizmo plėtojimui trumpuoju – vidutinės trukmės laikotarpiu.

Konstatuotina, kad pagrindiniai 3 turizmo pasaulių ekonominiai sektoriai susiduria su specifinėmis problemomis: apgyvendinimo sektorius vystosi kiekybiškai ir kokybiškai, tačiau susiduria su efektyvaus veikimo problema, maitinimo sektorius plėtojamas, tačiau jo santykinis pajėgumas vis dar yra nepakankamas (vertinant ilgalaikėje perspektyvoje ir numatant galimybę aptarnauti padidėjusius lankytojų srautus), o aktyvaus poilsio ir pramogų sektorius yra labai ribotas tiek kiekybine, tiek diversifikuotumo prasme. Galima teigti, kad esminių paslaugų pasiūla Šilalės rajone yra, jos bazėje galimas turizmo sektoriaus plėtojimas, tačiau ši pasiūla turi būti tobulinama ir institucionalizuojama.

### Šilalės rajono turizmo sektoriaus administravimas ir informacinis aprūpinimas

Šilalės rajone ši funkcija yra priskirta Šilalės V. Statkevičiaus muziejui, kuris nuo 2017 m. vykdo Šilalės Turizmo informacijos centro funkcijas (Turizmo informacijos centras buvo įsteigtas kaip Šilalės V. Statkevičiaus muziejaus filialas).

Vadovaujantis Lietuvos statistikos departamento duomenimis, 2019 m. Šilalės TIC apsilankė 2077 turistai. Iš jų 3162 turistai arba 98,56 proc. buvo turistai iš Lietuvos. Palyginus su 2018 m., Šilalės TIC bendras apsilankusių turistų skaičius išaugo 747 lankytojais. Vietinių turistų skaičius nagrinėjamu periodu sumažėjo 351 asm., užsienio – 123 asm.

Lentelė 7. Šilalės turizmo informacijos centro lankytojai

|                         | 2018 II<br>ketv. | 2018 III<br>ketv. | 2018 IV<br>ketv. | 2019 I<br>ketv. | 2019 II<br>ketv. | 2018 III<br>ketv. | 2019 IV<br>ketv. |
|-------------------------|------------------|-------------------|------------------|-----------------|------------------|-------------------|------------------|
| Iš viso pagal valstybes | 421              | 1701              | 429              | 244             | 261              | 598               | 974              |
| Afrika                  | 0                | 0                 | 0                | 0               | 2                | 0                 | 0                |
| Airija                  | 8                | 0                 | 0                | 0               | 0                | 0                 | 0                |
| Amerika                 | 0                | 8                 | 0                | 0               | 0                | 0                 | 0                |
| Ispanija                | 8                | 0                 | 0                | 0               | 0                | 0                 | 0                |
| Italija                 | 2                | 0                 | 0                | 0               | 0                | 0                 | 0                |
| Jungtinė Karalystė      | 9                | 0                 | 0                | 0               | 0                | 2                 | 0                |
| Jungtinės Valstijos     | 0                | 8                 | 0                | 0               | 0                | 0                 | 0                |
| Latvija                 | 12               | 0                 | 0                | 0               | 0                | 0                 | 0                |
| Lenkija                 | 7                | 0                 | 0                | 0               | 0                | 0                 | 0                |
| Lietuva                 | 279              | 1690              | 429              | 244             | 259              | 570               | 974              |
| Nyderlandai             | 9                | 0                 | 0                | 0               | 0                | 0                 | 0                |
| Prancūzija              | 18               | 0                 | 0                | 0               | 0                | 0                 | 0                |
| Rusija                  | 4                | 0                 | 0                | 0               | 0                | 0                 | 0                |
| Suomija                 | 0                | 0                 | 0                | 0               | 0                | 1                 | 0                |
| Vokietija               | 63               | 3                 | 0                | 0               | 0                | 0                 | 0                |
| Nenurodyta              | 2                | 0                 | 0                | 0               | 0                | 25                | 0                |

Duomenų šaltinis: Lietuvos statistikos departamentas

Šilalės V. Statkevičiaus muziejus, remiantis jo nuostatais, kaip vieną iš veiklos tikslo elementų apima siekį dalyvauti formuojant ir įgyvendinant savivaldybės politiką turizmo plėtros srityje ir aptarnauti šios politikos formavimą ir įgyvendinimą, plėtoti kultūrinio turizmo veiklas, reprezentuoti rajono turizmą Lietuvoje ir užsienyje.

Siekdamas šio tikslo Šilalės V. Statkevičiaus muziejus:

- Organizuoja turizmo renginius;
- Leidžia su turizmo veikla susijusią elektroninę informaciją elektroninėse laikmenose;
- plėtoja kultūrinio turizmo veiklas;
- priima turizmo paslaugas reglamentuojančius teisės aktus;
- renka, kaupia, parengia ir teikia informaciją apie turizmo paslaugas ir kitus turizmo išteklius, skelbia informaciją internetiniame žiniatinklyje;
- bendradarbiaujant su kitomis įstaigomis, rengia, leidžia ir platina informacinius bei kartografinius leidinius apie rajono paslaugas bei išteklius;
- skatina darniojo turizmo plėtrą, išsaugant natūralią gamtinę ir kultūrinę aplinką;
- kaupia Šilalės rajono turizmo išteklių ir turizmo paslaugų duomenis, statistinę informaciją apie lankytojus ir teikia informaciją atsakingoms institucijoms.

Pabrėžtina, kad iki 2017 m., kai turizmo informacijos funkcija buvo priskirta Šilalės V. Statkevičiaus muziejui, Šilalės rajone nebuvo specifinio subjekto (organizacijos, padalinio arba asmens (pareigybės)), atsakingo už turizmo sektoriaus plėtrą, kadangi 2006 m. įkurtas Šilalės turizmo ir verslo informacijos centras jau 2008 metais buvo uždarytas, faktiškai neišvystęs savo veiklos ir išleidęs tik keletą lankstinukų ir bukletų apie Šilalės rajono turistinius maršrutus ir lankytinas vietas<sup>22</sup>.

Visgi Šilalės turizmo informacijos centro įsteigimas Šilalės V. Statkevičiaus muziejaus bazėje neleido spręsti turizmo sektoriaus administravimo problemas. Tai yra sąlygota 3 esminių veiksnių:

- Šilalės turizmo informacijos centras neturi atskiro subjektiškumo Šilalės V. Statkevičiaus muziejaus struktūroje (tai nėra *de facto* padalinys), todėl nėra galimybės atskiram planavimui, vertinimui, administravimui, kuris būtų nesusijęs su muziejaus veikla;
- Šilalės V. Statkevičiaus muziejaus personalo struktūra neturi turizmo sektoriui priskirtų žmogiškųjų išteklių (už turizmo vystymą atsako 2 Šilalės V. Statkevičiaus muziejaus darbuotojai: 1) direktorė ir 2) kultūrinės ir turistinės veiklos vadybininkė, t.y. daigiafunkcės pareigybės, neleidžiančios jose dirbantiems asmenims koncentruotis į turizmo problemas, palyginimui, be šių vadybinių pareigybių išimtinai muziejaus funkcijų atlikimui yra numatytos 2 atskiros pareigybės);
- Šilalės V. Statkevičiaus muziejaus biudžetas nėra skaidomas pagal funkciškumą, t.y. turizmo veikla neturi atskiro fiskalinio instrumento, kas lemia kryptingo finansinio planavimo ir pagrįsto lėšų paskirstymo ir perskirstymo galimybių minimizavimą<sup>23</sup>.

Tokia situacija minimizuoja galimybes kryptingai ir nuosekliai vystyti turizmo sektorių kaip kompleksinį, integralų ir darbų kompleksą bei sistemingai vykdyti specializuotą rinkodarinę veiklą.

To pavyzdys yra Šilalės rajono turizmo galimybių pristatymas potencialiems turizmo paslaugų gavėjams ir suinteresuotiems subjektams.

Faktiškai vienintelė platforma, kurioje pristatomas Šilalės kraštas yra kasmetinė tarptautinė paroda Adventur.

Parodoje Adventur 2017, kurios akcentas buvo piliakalniai, Šilalės rajonas natūraliai prisistatydamas galėjo pasigirti piliakalnių gausa rajone, lankytojams buvo dalinami lankstinukai, žemėlapiai, kuriuose

<sup>22</sup> Jūra pasroviui į Nemuną“, Šilalės dviračių maršrutas „3 dienos-13 upių“, Pėsčiųjų maršrutas „Senaisiais kryžiuočių keliais“, „Turizmas Šilalės rajone“

<sup>23</sup> Nors Šilalės rajono savivaldybės biudžete (strateginiuose veiklos planuose) būna numatytos atskiros lėšos su turizmo susijusioms veiklos vykdyti, tai nėra susiję su atskiru kompleksiniu biudžetu šiai sričiai

nurodyti turistiniai maršrutai Šilalės rajone bei reklamuojantys kraštą knygų skirtukai, kalendoriukai, atvirukai. Parodoje Adventur 2018 Šilalės rajonas jau akcentavo aktyvų turizmą ir savo stendams kaip simbolius pasirinko: Medvėgalį, Aukštagirės slidinėjimo trasą, plaukimą baidarėmis Jūros upe bei bridimą Sietuvos kūlgrinda. Šilalės rajonui atstovavo Savivaldybės vadovai, muziejaus, bibliotekos ir kultūros centro darbuotojai.

### Paveikslas 14. Šilalės krašto pristatymo parodose Adventur 2017 - 2020 akimirky fotofiksacija



Duomenų šaltinis: Šilalės V. Statkevičiaus muziejus, Jurgita Viršilienė, regionunaujineos.lt

Bet jau 2019 m. Šilalės rajono atstovai faktiškai nepasiūlė ir neakcentavo naujovių, o suinteresuotiems asmenims buvo siūlomos tradicinės lankytinos vietos ir objektai bei paslaugos, kurios jau buvo pristatytos ankstesniais metais vykusiose Adventur parodose. Tuo tarpu parodoje parodoje Adventur 2020 Šilalės rajonas jau nebeturėjo nuosavo stendo ir dalyvavo ne kaip atskiras subjektas, o keturių savivaldybių – Tauragės, Jurbarko, Šilalės ir Pagėgių rajonų savivaldybių – jungtiniame stende, kuriame pristatytas projektas „Karšuvos žiedas“, jungiantis keturių savivaldybių turizmo maršrutus.

Kitas sąlyginai nepakankamo turizmo sektoriaus administravimo pajėgumo ir informacinio aprūpinimo pakankamumo pavyzdys yra ribotas leidinių apie Šilalės krašto turizmo, rekreacijos ir pažintinio lankymo galimybes stoka.

Faktiškai per visą nepriklausomybės laikotarpį Šilalės krašto turizmo pasiūlos pristatymui buvo išleisti tik 2 leidiniai:

- Knyga „Turizmas Šilalės rajone“ (2008 m.);
- Leidinys „Turizmas Šilalės rajone“ (2014 m.);

- V. Almonaičio ir J. Almonaitienės žinynas „Šiaurės Karšuva: keliautojo po Šilalės kraštą žinynas“ (2014).

**Paveikslas 15. Turizmo Šilalės krašte galimybes pristatantys leidiniai**



Duomenų šaltinis: sena.lt, keliautojuzinynas.lt

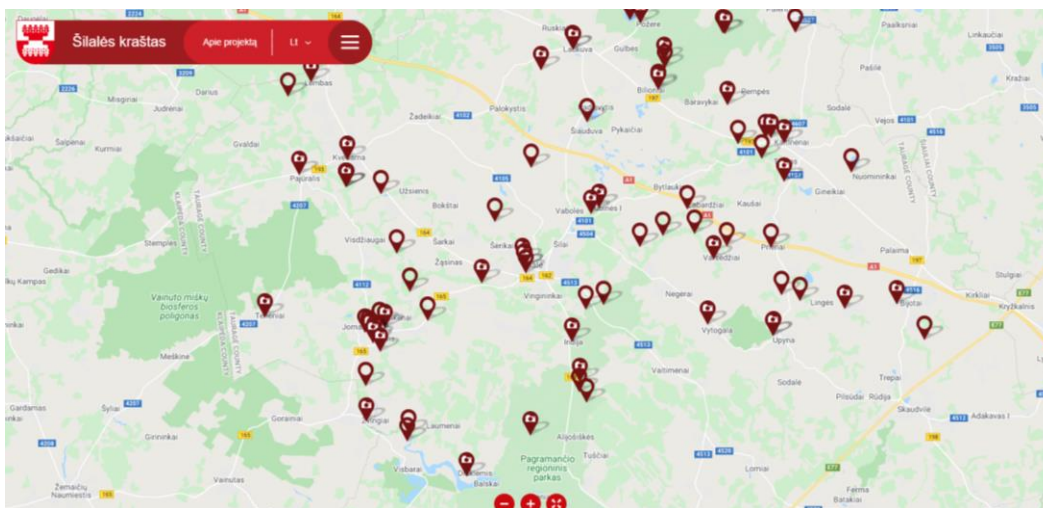
Nors šie leidiniai yra pakankamai informatyvūs, pvz., Lietuvos kultūros tarybos ir Šilalės rajono savivaldybės lėšomis išleistas Šilalės V. Statkevičiaus muziejaus parengtas leidinys apie Šilalės krašto lankytinus objektus „Turizmas Šilalės rajone“ yra beveik 100 psl., iliustruotas daugybe nuotraukų, o kelionių vadovas „Šiaurės Karšuva: keliautojo po Šilalės kraštą žinynas“ pateikia išsamių žinių apie istorinio Karšuvos regiono šiaurinę dalį – Šilalės kraštą sąvadą, skirtą pažintinio-kultūrinio turizmo mėgėjams (ypač – mėgstantiems keliauti savarankiškai), taip pat visiems, besidomintiems Lietuvos istorija ir kultūros paveldu, šie leidiniai nepasižymi specifine rinkodarine verte, pvz., nė vienas iš jų nėra parengtas ir išleistas tokiu būdu, kad būtų tinkamas kaip reprezentacinė dovana, arba pakankamu tiražu, kad būtų plačiai paskleistas ir prieinamas daugybei potencialių lankytojų.

Kryptingumo ir tikslingumo stoka pasireiškia ir kitų informacinių priemonių atveju. Per visą laiką, nuo Šilalės turizmo informacijos centro funkcijų patikėjimo Šilalės V. Statkevičiaus muziejui, pastarasis, Viešųjų pirkimų tarnybos duomenimis, tik 3 kartus yra įsigijęs profesionalų kuriamus rinkodarinius projektus, tuo tarpu likę įsigijimai, susiję su turizmo informacijos sklaida, yra ribotos apimties ir jų vertė nesiekia 1,5 tūkst. €<sup>24</sup>. Minėti 3 stambesnių rinkodarinių produktų įsigijimai apima:

- Mobiliosios aplikacijos „Aplankykit baublius“ sukūrimas (10 tūkst. €);
- Informacinio lauko terminalo įsigijimas (9,8 tūkst. €);
- Virtualaus turo po Šilalės kraštą sukūrimas (3,5 tūkst. €).

<sup>24</sup> Dažniausiai tai yra riboto tiražo leidiniai (brošiūros ar lankstinukai), pvz., 2018 m. įsigyti lankstinukai „Turizmo maršrutai Šilalės rajone“ (pirkimo vertė 315 €) arba kitos smulkios paslaugos, pvz., pozicijų įtraukimas į katalogą turizmas.lt (pirkimo vertė 97 €)

**Paveikslas 16. Virtualaus turo (gido), pristatančio Šilalės kraštą žemėlapis ir įrankių juosta**



Duomenų šaltinis: Šilalės V. Statkevičiaus muziejus

Visgi pastariesiems produktams taip pat trūksta tikslingumo ir kitų atributų, būtinų siekiant užtikrinti jų rinkodarinį efektyvumą ir rezultatyvumą. Pvz., virtualus gidas<sup>25</sup> pasižymi mažu interaktyvumu, labai ribotu pateikiamos informacijos kiekiu ir didelės dalies objektų pristatymo trukumu.

Šilalės V. Statkevičiaus muziejaus tinklapis turi atskirą skiltį (<https://silalesmuziejus.lt/turizmo-informacijos-centras/>), kurioje pateikiama turizmo informacija, tačiau skilčiai trūksta interaktyvumo, detalumo ir informuotumo.

Šilalės V. Statkevičiaus muziejus, skleidamas informaciją apie turizmo galimybes Šilalės rajone, pagal galimybes naudojami socialiniai tinklais (<https://www.facebook.com/patriotumiestas>, <https://www.instagram.com/visitsilale/>), tačiau juose skleidžiama informacija dėl aukščiau minėtų administracinių ribojimų dažnai nėra pateikiama tikslinga ir kryptingai, adekvačios formos ir turinio.

Pažymėtina, kad informacija apie turizmo galimybes Šilalės krašte yra teikiama ir kitų šaltinių.

Kadangi į Šilalės rajono teritoriją patenka Varnių ir Pagramančio regioninių parkų teritorijos, apie aplink parko teritoriją esančius lankytojams įdomius objektus sužinoma iš šių parkų informacijos centrų. Šilalės rajono savivaldybės internetiniame puslapyje [www.silale.lt](http://www.silale.lt) taip pat pateikiama informacija apie lankytinas vietas ir objektus, tačiau informacija pateikiama prie seniūnijų aprašymo, be to, informaciją apie lankytinas Šilalės krašto vietas teikia Šilalės rajono kultūros paveldo bendruomenė (<https://www.facebook.com/Silalesrajonokulturospaveldas/>).

Šilalės rajono savivaldybė dėl objektyvių geografinių faktorių negali būti traktuojama, kaip turistų ir poilsiautojų traukos centras.

<sup>25</sup> <https://www.gidas360.lt/hmd/silalemuseum/custom/>

## ŠILALĖS RAJONO TURIZMO SSGG

| STIPRYBĖS   | SILPNYBĖS   |
|---|---|
| <p>Santykinai patogi geografinė padėtis susisiekimo prasme</p> <p>Vaizdingas kraštovaizdis bei turtingas kultūrinis ir gamtos paveldas, kuriam būdinga daugybė unikalių objektų ir vietų</p> <p>Santykinai didelis apgyvendinimo paslaugų pajėgumas</p> <p>Padidėjusi apgyvendinimo paslaugų kokybė ir diversifikuotumas</p> <p>Išskirtinis Žemaitijos identitetas, išskirtinas nacionaliniu lygmeniu</p> <p>Santykinai didelė turistinių maršrutų ir takų pasiūla bei jų plėtojimo potencialas</p> <p>Didelis neišnaudojamas teritorinis potencialas (pakankama teritorija plačiai plėtrai)</p>  | <p>Nepakankamas administracinis turizmo sektoriaus valdymas, Šilalės V. Statkevičiaus muziejui nedisponuojant administraciniais ir kt. ištekliais turizmo srityje</p> <p>Didelė sezoniškumo įtaka turistų srautams</p> <p>Neefektyvus apgyvendinimo pajėgumų išnaudojimas</p> <p>Labai mažas turistų iš užsienio lankytojų skaičius</p> <p>Integralumo tarp objektyvių gamtinių ir kultūrinių išteklių ir komercinių paslaugų stoka</p> <p>Minimali aktyvaus poilsio ir pramogų pasiūla</p> <p>Nepakankamas lankytinų vietų ir objektų infrastruktūrinių ir aplinkos pritaikymas</p> <p>Neišvystyta informacinės sklaidos ir informacinio palaikymo veikla</p> <p>Šilalės rajono, kaip lankytinos vietos, įvaizdžio nebuvimas</p> |
| GALIMYBĖS   | GRĖSMĖS   |
| <p>Išorinių finansinių išteklių šaltinių pritraukimas specifinėms Šilalės krašto turizmo problemoms spręsti</p> <p>Šilalės rajono kaip Archajiškojo kultūrinio kraštovaizdžio arealo teritorijos ir ypač saugomo šalies vizualinio estetinio potencialo arealo teritorijos ir vietovės įtvirtinimas Lietuvos bendrajame teritorijos plane</p> <p>Šilalės kaip regiono vystymo centro išskyrimas ES SF 2021 – 2027 m. finansinėje perspektyvoje</p> <p>Mažai urbanizuojamas kaimo vietovių kraštovaizdis</p> <p>Didėjantis santykinai nedidelių išteklių reikalaujančių rinkodarinių instrumentų efektyvumas</p> <p>Regioninio (Tauragės regiono) bendradarbiavimo augimas</p> | <p>Didėjanti konkurencija iš kitų netradicinių turizmo ir lankymo prasme Lietuvos rajonų ir savivaldybių (Akmenės rajono, Vilkaviškio, Rietavo savivaldybių)</p> <p>Stambių turistinių (Pajūrio regiono ir Kauno regiono su Birštonu ir Kauno miestu, kaip traukos centrais) centrų spartus vystymas</p> <p>Mažas investicinis patrauklumas ir menkas investicinis vietos gyventojų potencialas</p> <p>Neplėtojami Šilalės rajono savivaldybės tarptautiniai ryšiai ir bendradarbiavimas kultūros, turizmo ir ekonomikos sektoriuose</p> <p>Rekreacinių išteklių kokybinis ir kiekybinis nykimas</p> <p>Netolygi šalies regionų plėtra</p>  |

## RINKODAROS STRATEGIJA (PLANO STRATEGINIS PAGRINDAS)

Šilalės rajono turizmo rinkodaros planas sudaromas 7 m. (2021–2027 m.) laikotarpiui ir koreguojama kasmet, įvertinus turizmo sektoriaus pokyčius, augimo dinamiką, kaitos tendencijas, organizuotų renginių, reklaminių akcijų ir įvairių rinkodaros priemonių efektyvumą.

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

Šilalės rajono turizmo rinkodaros plano paskirtis – numatyti ir įtvirtinti Šilalės rajono turizmo rinkodaros pagrindines priemones 2021–2027 m. laikotarpiui ir lėšų bei kitų išteklių poreikį toms priemonėms įgyvendinti, siekiant formuoti ir gerinti Šilalės rajono, kaip patrauklios vietovės, įvaizdį, skatinti vietinį ir atvykstantąjį turizmą.

Plano įgyvendinimas, planuojama, leis suformuoti palankias palaikomąsias sąlygas turizmo paslaugų ir produktų konkurencingumui. Rinkodarinėmis priemonėmis bus sprendžiamos sezoniško, patrauklumo ir užimtumo problemos, didės turizmo paslaugų ir produktų žinomumas, reprezentatyvumas ir atpažįstamumas, formosis geresnis investicinis ir steigimosi klimatas, bus kryptingai palaikomos prioritėtinės turizmo plėtojimo kryptys, o turizmo produktai bus labiau orientuoti į lankytojų ir turistų poreikius bei lūkesčius, turizmo paslaugų teikimas bus lydimas grįžtamojo ryšio elementų, atitinkamai bus daromas teigiamas poveikis visam Šilalės rajono įvaizdžiui.

Plano sprendiniai lems rajono ir jo turizmo pasiūlos prieinamumo augimą (dėka informacijos prieinamumo ir sklaidos), turistų srautų (prioritetinių ir perspektyvinių rinkų bei segmentų) didėjimą ir turizmo sektoriaus generuojamų bei susijusių pajamų didėjimą

### Šilalės rajono turizmo rinkodaros misija

Skatinti darnų Šilalės rajono turizmo sektoriaus vystymąsi kryptingai ir nuosekliai formuojant Šilalės rajono, kaip patrauklaus lankytojų krašto įvaizdį, didinant rajono žinomumą Lietuvoje ir užsienyje, pateikiant rinkai ir lankytojams patrauklius kompleksinius turizmo produktus ir paslaugas, palaikant ir vystanti kašto turizmo pasiūlos regioninį, nacionalinį ir tarptautinį konkurencingumą.

### Šilalės rajono turizmo rinkodaros vertybės

- Atvirumas;
- Šiuolaikiškumas;
- Darna;
- Autentiškumas;
- Kūrybingumas.

### Šilalės rajono turizmo rinkodaros vizija

Šilalės rajonas – žinomas ir atpažįstamas regioninis traukos centras, suteikiantis lankytojams galimybę ištikus metus tenkinti jų poilsio, laisvalaikio ir pažinimo poreikius siūlant jiems aktualias paslaugas ir konkurencingus produktus bei lydinčią darnią kultūrinę ir gamtinę aplinką.



## Šilalės rajono turizmo rinkodaros tikslai ir uždaviniai

Esminis (bazinis) ilgalaikis Šilalės rajono turizmo rinkodaros strategijos tikslas yra didinti vietinio ir atvykstamojo turizmo srautus Šilalės krašte sukuriant tvarų Šilalės rajono, kaip (trumpalaikiam ir ilgalaikiam) poilsiui ir (įvairaus pobūdžio) turizmui tinkamos vietovės, įvairdžį, efektyviai pateikiamą prioritetiniams turizmo ir poilsio rinkos segmentams.

Bazinio tikslo formuluotė rodo siekį sukelti, išlaikyti, padidinti ir plėtoti norą apsilankyti Šilalės rajone, gauti jame teikiamas poilsio ir turizmo paslaugas bei vartoti jame siūlomus turizmo produktus.

Įgyvendinant šį esminį tikslą turi būti numatyti atitinkamo lygmens loginiais ryšiais susiję normatyviniai dariniai (specifiniai tikslai, uždaviniai, priemonės), gerinantys Šilalės krašto turizmo ir poilsio produktų bei paslaugų žinomumą ir teigiamą vertinimą ir suformuojantys integralią sistemą, leidžiančią efektyviai pristatyti ir pasiūlyti naujus turizmo produktus ir poilsio paslaugas, juos modeliuojant pagal esamą poreikį ir paklausą.

Kryptingas šio tikslo siekimas apima tikslingus veiksmus 2 paraleliai vystytinomis kryptimis:

- Šilalės rajono turizmo pasiūlos turinio ir vertės formavimas ir pateikimas;
- Informuotumo apie turizmo ir poilsio galimybes Šilalės rajone užtikrinimas.

Pirmoje kryptyje numatoma išgryninti didžiausią potencialą turinčius turizmo produktus ir aktualias paslaugas, kurioms būdingas konkurencinis pranašumas, bei suformuoti vieningą jų pateikimo pagrindą. Ši kryptis numato nuoseklus, vieningo ir sinergizuoto kompleksinio identiteto suformavimą, kurio pagrindu būtų galima tikslingai ir kryptingai formuoti ir įgyvendinti aiškiai orientuotus rinkodaros veiksmus bei diegti adekvačias ir efektyvias rinkodaros priemones, numatant skirtingų turizmo ir susijusių sričių subjektų ir grandžių sąveiką, leidžiančią plačią tinklinę veiklą, išeinančią už krašto ribų.

Antroje kryptyje numatoma užtikrinti rezultatyvų ir efektyvų turizmo produktų ir poilsio paslaugų pristatymą ir pateikimą prioritetinėms turizmo rinkoms didinant jų žinomumą. Turint suformuotą pasiūlą bei pagrindą pasiūlos teikimui rinkai būtina užtikrinti, kad ši įprasminta pasiūla būtų žinoma ir suprasta. Tam reikalinga adekvačios aprėpties ir aiškos orientacijos informacijos sklaida bei informacijos prieinamumas konkrečioms rinkoms, grupėms ir segmentams, atsižvelgiant į jų poreikius.

Suformuluotų kryptų rėmuose keliami specifiniai tikslai, orientuoti į Šilalės krašto žinomumo didinimą, krašto turizmo ir poilsio potencialo ir šio sektoriaus produktų bei paslaugų konkurencingumo didinimą, rajono patrauklumo didėjimą, Šilalės rajono turizmo paslaugų ir produktų matomumą ir pripažinimą.

Kryptyje Šilalės rajono turizmo pasiūlos turinio ir vertės formavimas ir pateikimas keliami šie tikslai:

- Šilalės rajono turizmo pasiūlos (su)(per)forma(ta)vimas;
- Šilalės rajono, kaip turizmui ir poilsiui patrauklios vietovės, įvairdžio formavimas.

Kryptyje Informuotumo apie turizmo ir poilsio galimybes Šilalės rajone užtikrinimas keliami šie tikslai:

- Tradicinės rinkodaros priemonių kryptingumo ir rezultatyvumo užtikrinimas;
- E-rinkodaros išnaudojimas turizmo ir poilsio galimybėms Šilalės krašte populiarinti.

Iškeltų specifinių tikslų įgyvendinimui numatyti atitinkami uždaviniai:

- Tikslui Šilalės rajono turizmo pasiūlos (su)(per)forma(ta)vimas numatomi uždaviniai:
  - Turizmo ir poilsio objektų, produktų ir paslaugų išgryninimas ir apibrėžimas

Uždavinys orientuotas į adekvataus rinkos ir atskirų segmentų poreikiams turizmo produktų ir paslaugų komplekso, pasižyminčio pakankama įvairove, apimtimi ir aktualias elementais,

suformavimui. Tam reikalingas esamų elementų išlaikymas ir palaikymas, naujų elementų vystymas, keičiant pasiūlos struktūrą ir dydį, užtikrinant Šilalės rajono savivaldybės turizmo sektoriaus konkurencingumą ir patrauklumą. Įgyvendinant uždavinį formuojamas adekvatus produktų ir objektų spektras, pasižymintis patraukliu kainos ir kokybės santykiu, diversifikuotumu, asortimentu. Tam yra reikalingas esamų paslaugų ir produktų bei objektų inventorizavimas, skaidymas, segmentavimas, papildymas ir kompiliavimas.

- Turizmo produktų ir paslaugų kokybės atitikties poreikiams ir lūkesčiams gerinimas

Uždavinys skirtas turizmo produktų ir paslaugų kokybės ir turinio gerinimui, sąlygosiančiam augantį jų patrauklumą lankytojams ir turistams bei žinomumą skirtingose rinkose ir segmentuose. Turistas ir lankytojas šiandienos pasiūlos sąlygomis vertina ne tik jam aktualių produktų ir norimų gauti paslaugų buvimo faktą ir galimybę vartoti produktą arba gauti paslaugas, bet didelį dėmesį skiria produkto ir paslaugos kokybei, kuri jo suvokiama per lyginamąją prizmę (lyginant su analogais) ir sąnaudų efektyvumą (kiek paslauga ar produktas verti laiko, pinigų, pastangų ir kt. išteklių). Tokioje situacijoje privalu užtikrinti kad produktai ir paslaugos maksimaliai atitiktų lūkesčius ir pasiūla būtų verta rinkodarinių pastangų.

- Turizmo objektų aplinkos ir lydinčios infrastruktūros gerinimas

Labai reikšminga turizmo pasiūlos dalis yra aplinka ir infrastruktūra, kuri supa produktus ir paslaugas ir sudaro bendrą integralią jų suvokimą. Bet kuris turistai, lankytojas ar paslaugos gavėjas gaunamą naudą vertina holistiškai, suvokdamas lankomo objekto aplinką, arba vartojamą produktą supančią infrastruktūrą kaip neatskiriamą produkto arba paslaugos elementą. Todėl svarbu užtikrinti, kad turizmo ir poilsio sektoriaus aplinka ir sektoriaus bei susiję infrastruktūriniai elementai (gamtinė aplinka, architektūrinis įvaizdis, kraštovaizdis, atitinkama ženklavimo infrastruktūra ir pan.) netarnautų kaip niveliuojantys pačių produktų ar paslaugų pasiūlos kiekybinį ir kokybinį vertinimą.

- Šilalės rajono, kaip turizmui ir poilsiui patrauklios vietovės, įvaizdžio formavimas (gerinimas)
  - Šilalės krašto reprezentacinio pagrindo identifikavimas (tapatybės nustatymas / identiteto nustatymas)

Identiteto ir krašto suvokimo, kuris atitiktų plataus turizmo ir poilsio ekosistemos subjektų bei vietos gyventojų ir organizacijų krašto suvokimą ir tapatinimąsi su konkrečiais Šilalės krašto bruožais, taip pat suinteresuotų šalių ir nepriklausomų subjektų akcentuojamų savybių, išgryninimas ir panaudojimas yra rinkodaros pagrindas, būtinas Šilalės krašto pozicionavimui turizmo ir poilsio sektoriuje. Toks bendravardiklinamas supratimas yra kertinis rinkodaros elementas, pagrindas, kuris formuoja viso sektoriaus įvaizdžio subjektiškumą ir jo pagrįstumą, kai patys turizmo ekosistemos dalyviai ir susiję subjektai identifikuoja krašto esmę, atitinkamai, žinodami, valorizuodami, neatmesdami ir advokataudami skelbiamo įvaizdžio objektyvumą.

- Šilalės krašto įvaizdžio institucionalizavimas (tapatybės nustatymas / identiteto nustatymas)

Suprantant esminius bruožus ir savybės, kurios naudotinos kuriant atitinkamą Šilalės krašto įvaizdavimą ir supratimą yra būtinas adekvatus jų integravimas į vieningą vaizdinį, kuris būtų profesionaliai įformintas ir įprasmintas geriausiai akumuliuotą identitetą ir vertybes atspindinčiu būdu. Tinkamai institucionalizuotas Šilalės krašto įvaizdis bus patrauklus, įsiminantis, paliekantis įspūdį, o formalizuotos to institucionalizavimo išraiškos, dauginamos modifikuojant pagal konkrečius poreikius ir situaciją, tikslingai naudojamos lems maksimalią įvaizdžio ir žinutės sklaidą.

- Šilalės krašto įvaizdžio iškomunikavimas (žinomumo ir patrauklumo didinimas)

Institucionalizuotas įvaizdis privalo būti išplatintas, pasiekiant maksimalų įmanomą adresatų skaičių. Didelė aprėptis leis įtvirtinti Šilalės rajono kaip patrauklios apsilankymui vietovės žinomumą. Tikslingas atpažįstamumas lems Šilalės krašto ir potencialios (galimai patrauklios) turizmo krypties tapatinimąsi. Efektyvus ir tikslingas iškomunikavimas lems, kad platus ratas tikslinių subjektų disponuos atsakymais į klausimus: Kas yra Šilalės kraštas? Koks yra Šilalės kraštas? Kodėl Šilalės kraštas yra toks? Pastarieji atsakymai sėkmingo uždavinio įgyvendinimo dėka bus nespontaniški ir ne išorinio subjektiškumo, o kryptingai paruošti, pagrįsti ir veiksmingai pateikti paties įvaizdžio vieneto, t.y. Šilalės rajono.

- Tradicinės rinkodaros priemonių kryptingumo ir rezultatyvumo užtikrinimas

- Rinkodarinės produkcijos kūrimas ir platinimas

Rinkodaros veikla turizmo sektoriuje tradiciškai privalomuoju pagrindu lydimą atitinkamos produkcijos, kuri tarnauja reprezentavimo, t.y. materialinio patirties įkūnijimo, ir informavimo, t. y. informacijos laikmenos tikslams. Šie du elementai žymi emocinį ir pranešimo pristatymo pagrindus rinkodaroje, todėl būtina planuoti ir vykdyti atitinkamos produkcijos pateikimą, kadangi tai didelė dalimi lemia rinkodaros efektyvumą. Tokia produkcija žymi esminį turinį ir pagerina (paprastina) jo pateikimą aktualiems asmenims, be to, ji yra suprantama, kaip būtina ir savaiminė rinkodaros dalis, ne tik didinanti atpažįstamumą, bet ir nešanti apibrėžtą materialinę naudą gavėjui.

- Pristatymo renginių ir tiesioginės (daugiašalės ir dvišalės) komunikacijos vystymas

Tiesioginė komunikacija išlieka vienu efektyviausių rinkodarinės komunikacijos kanalų, kadangi sudaro galimybę be tarpininkų pristatyti pasiūlą (produktus objektus, paslaugas) interaktyviu būdu suinteresuotoms šalims. Be to, dalyvavimas tokio tipo komunikacijoje rodys išankstinį kontrahentų suinteresuotumą turizmu ir poilsiu, kurio perspektyvos jam galės būti pateiktos jam aktualiu ir patogiu formatu tiesiogiai. Tokių kanalų išnaudojimas leidžia veikti tikslingai, iš anksto apibrėžtame lauke, orientuojantis į konkrečius subjektus bei rinkas, pagal situaciją naudojant įvairių informacijos pateikimo formų derinį, pastarąjį modifikuojant ir pritaikant suinteresuotų šalių poreikiams.

- Tradicinės žiniasklaidos priemonių ir informacijos pateikimo būdų galimybių išnaudojimas ir leidybos rėmimas

Nepaisant įtakos ir reikšmingumo mažėjimo, tradicinės žiniasklaidos priemonės ir informacijos pateikimo būdai išlieka svarbiu informacijos šaltiniu santykinai didelei daliai keliaujančių, turistų ir poilsio paslaugų gavėjų, be to, jie intensyviai naudojami turizmo sektoriaus subjektų (tarpininkų) turistiniam potencialui įvertinti. Pagrįstai atrinktos tradicinės medijos ir jų naudojimas užtikrins pasiūlos žinomumą ir susidomėjimą turizmo ir poilsio Šilalės krašte galimybėmis, kadangi padės išryškinti akcentuotinas savybes ir poilsio bei turizmo Šilalės rajone ypatumą be alternatyvios pasiūlos, prieinamos kitose komunikacijos priemonėse. Tuo pat metu, tai vienintelis efektyvus būdas pasiekti iš anksto nesuinteresuotą rinkos segmentą.

- Lanksčios kainodaros instrumentų taikymas

Kainodara yra vienas efektyviausių tradicinių rinkodaros instrumentų, leis diferencijuotų kainų taikymo pagrindu kurti papildomą vertę turizmo produktų vartotojams ir paslaugų gavėjams. Turisto ir lankytojo išlaidos konkrečioje turistinėje vietovėje, t.y. kainą, kurią jis moka, sudaro didelę dalį turizmo potyrio vertės. Tai verčia lanksčiai manevruoti ir siūlyti didesnę vertę už

turizmo paslaugų ir produktų kainą nei vartotojas galėtų tikėtis, todėl padės formuoti Šilalės krašto žinomumą kaip adekvačios kainos-kokybės pasiūlos subjektą, atitinkamai pritraukti papildomų turistų ir lankytojų ir, atitinkamai, perspektyvoje pereiti prie masto efekto dėl augančios paklausos.

- E-rinkodaros išnaudojimas turizmo ir poilsio galimybėms Šilalės krašte populiarinti

- E turinio, būtino rinkodarai, suformavimas ir naudojimas pristatymui

Nepaisant tradicinės rinkodaros išlaikomų pozicijų apčiuopiamoje segmentų dalyje, esminę šiuolaikinės rinkodaros plotmė - elektroninė. Efektyviam veikimui šioje plotmėje yra būtinas kokybiškas turinys, kuris įprasmins pasiūlą, pristatomą elektroninėje erdvėje bei siūlys pridėtinę vertę susidomėjusiems asmenims ir potencialiems bei esamiems paslaugų vartotojams. Kokybiškas elektroninis turinys yra privaloma e rinkodaros dalis, kadangi jis teikiamas (parodomas) rinkos daliai, kuri išreiškia susidomėjimą (potencialiai rinkai), prieš jai priimančią sprendimą dėl paslaugos ar produkto vartojimo, t.y. atvykimo į Šilalės kraštą turizmo ir poilsio tikslu, todėl jo atitiktis lūkesčiams ir poreikiams yra kertinis rinkodaros elementas.

- E-rinkodaros kanalų sukūrimas (atnaujinimas)

Turint pakankamos apimties ir kokybės turinį, kurį galima pristatyti ir naudoti elektroninėje erdvėje, būtina suformuoti adekvatų šiuolaikinei elektroninei erdvei, kurios subjektai pripratę prie diversifikuotų savo poreikių tenkinimo platformų, nuosavų kanalų spektrą, kuris apimtų visus bazinius elementus, reikalingus šiandieninei paklausai turizmo ir poilsio produktams ir paslaugoms tenkinti. Tinkamas kanalų pasirinkimas, suformavimas ir vystymas leis pagerinti informacijos pateikimą, jos tikslumą, užtikrins aukštą interaktyvumo lygį. Tinkami elektroninės rinkodaros kanalai, naudojami kartu su kitais elektroniniais rinkodaros elementais, užtikrina maksimalią aprėptį, vartotojų pasiekiamumą ir pasiekiamumą vartotojams.

- Reklamos sklaida ir palaikymo organizavimas e erdvėje

Uždavinys yra skirtas prieigos prie informacijos apie turizmo ir poilsio galimybes Šilalės krašte sklaidai platesnėje nei tikslinėje rinkoje, t. y. visoje elektroninėje erdvėje, kurioje būtina išskirti ir pritraukti potencialius turizmo produktų ir paslaugų vartotojus, neieškančius šių paslaugų. Vizualinis ir tekstinis pristatymas išplėstinėje elektroninėje erdvėje padės ne tiek atsakyti į paklausą, kiek ją formuoti, plėtoti rinkos aprėptį ir gylį, bei didinti Šilalės krašto turizmo produkcijos ir pasiūlos žinomumą ir atpažįstamumą visose segmentuose ir rinkose. Minimalus tokios sklaidos ir palaikymo kryptingumo aspektas neturi neigiamos reikšmės, nes turizmo ir poilsio paslaugos šiandien plačiai vartojamos, nėra išskirtinės grupės prerogatyva.

### Šilalės rajono turizmo rinkodaros priemonės

Kiekvienas iš uždavinių, suformuotų iškeltiems tikslams įgyvendinti, yra apibrėžtas atitinkamų priemonių kompleksas, pateiktas lentelėje žemiau.

Lentelė 8. Šilalės rajono turizmo rinkodaros plano priemonės

| Nr.      | Pavadinimas   |   |
|----------|---|---|
| <b>1</b> | <b>ŠILALĖS RAJONO TURIZMO PASIŪLOS (SU)(PER)FORMA(TA)VIMAS</b>  |   |
| <b>1</b> | <b>1</b>  | <b>Turizmo ir poilsio objektų, produktų ir paslaugų išgryninimas ir apibrėžimas</b>                           |
| 1        | 1   | 1 Esamų turizmo ir poilsio sektoriaus įmonių ir įstaigų vystymosi palaikymas ir naujų kūrimosi skatinimas     |
| 1        | 1   | 2 Sezoniškumo mažinimo iniciatyvų skatinimas ir vystymas  |
| 1        | 1   | 3 Turizmo paslaugų ir produktų inventorizavimas ir institucionalizavimas                                      |
| <b>1</b> | <b>2</b>  | <b>Turizmo produktų ir paslaugų kokybės atitikties poreikiams ir lūkesčiams gerinimas</b>                     |
| 1        | 2   | 1 Turizmo sektoriaus žmogiškųjų išteklių kokybės gerinimo prielaidų suformavimas                              |
| 1        | 2   | 2 Turizmo paslaugų ir produktų turinio tobulinimo skatinimas  |
| 1        | 2   | 3 Turizmo produktų ir paslaugų vartotojų įtraukties į produktų ir paslaugų vystymą sistemos sukūrimas         |
| 1        | 2   | 4 Prekių ir paslaugų standarto sukūrimas  |
| <b>1</b> | <b>3</b>  | <b>Turizmo objektų aplinkos ir lydinčios infrastruktūros gerinimas</b>  |
| 1        | 3   | 1 Kultūrinės ir gamtinės aplinkos išsaugojimas ir tobulinimas   |
| 1        | 3   | 2 Urbanistinių – architektūrinių aplinkos savybių gerinimas   |
| 1        | 3   | 3 Šalia turizmo objektų esančių infrastruktūrinių elementų būklės palaikymas ir tobulinimas                   |
| <b>2</b> | <b>ŠILALĖS RAJONO, KAIP TURIZMUI IR POILSIUI PATRAUKLIOS VIETOVĖS, ĮVAIZDŽIO FORMAVIMAS (GERINIMAS)</b>         |   |
| <b>2</b> | <b>1</b>  | <b>Šilalės krašto reprezentacinio pagrindo identifikavimas (tapatybės nustatymas / identiteto nustatymas)</b> |
| 2        | 1   | 1 Vietos asmenims aktualių tapatybės savybių nustatymas   |
| 2        | 1   | 2 Akademinės ir ekspertų bendruomenės įtraukimas į Šilalės krašto išskirtinumo apibrėžimą                     |
| 2        | 1   | 3 Turizmo produktų ir paslaugų vartotojams aktualių savybių identifikavimas                                   |
| 2        | 1   | 4 Mitologinių tapatybės elementų formavimas   |
| <b>2</b> | <b>2</b>  | <b>Šilalės krašto įvaizdžio institucionalizavimas</b>   |
| 2        | 2   | 1 Šilalės krašto turizmo prekės ženklo ir šūkio sukūrimas   |
| 2        | 2   | 2 Šilalės krašto turizmo prekės ženklo plėtinių koncepcijos parengimas  |
| 2        | 2   | 3 Šilalės krašto turizmo stiliaus sukūrimas   |
| 2        | 2   | 4 Formalizuotų įvaizdžio elementų naudojimo taisyklių parengimas  |
| <b>2</b> | <b>3</b>  | <b>Šilalės krašto įvaizdžio iškomunikavimas (žinomumo ir patrauklumo didinimas)</b>                           |
| 2        | 3   | 1 Šilalės krašto turistinio įvaizdžio pristatymo renginių organizavimas                                       |
| 2        | 3   | 2 Tinklapio, skirto Šilalės krašto turistiniam įvaizdžiui pristatyti, sukūrimas                               |
| 2        | 3   | 3 Šilalės krašto turistinio įvaizdžio elementų sklaida nespecializuotose platformose ir erdvėse               |
| 2        | 3   | 4 Pasakojimo pagrindo Šilalės krašto turistinio įvaizdžio komunikavimui panaudojimas                          |
| <b>3</b> | <b>TRADICINĖS RINKODAROS PRIEMONIŲ IR INFORMACIJOS PATEIKIMO BŪDŲ KRYPTINGUMO IR REZULTATYVUMO UŽTIKRINIMAS</b> |   |
| <b>3</b> | <b>1</b>  | <b>Rinkodarinės produkcijos kūrimas ir platinimas</b>   |
| 3        | 1   | 1 Turistinės (svenyrinės, atminimo ir pan.) produkcijos asortimento suformavimas ir platinimas                |
| 3        | 1   | 2 Reprezentacinių vaizdo klipų ir audiogidų sukūrimas   |
| 3        | 1   | 3 Vaizdinės rinkodaros lauko priemonių naudojimo didinimas  |
| 3        | 1   | 4 Krašto reprezentacinės ekspozicijos sukūrimas   |
| 3        | 1   | 5 Dalomosios spausdintinės informacinės medžiagos leidyba   |
| <b>3</b> | <b>2</b>  | <b>Pristatymo renginių ir tiesioginės (daugiašalės ir dvišalės) komunikacijos vystymas</b>                    |
| 3        | 2   | 1 Dalyvavimas atvirose pristatomuosiuose turizmo sektoriaus renginiuose                                       |
| 3        | 2   | 2 Tikslinių Šilalės krašto turizmo produktų ir paslaugų pristatymų organizavimas                              |

|   |   |   |   |
|---|---|---|---|
| 3 | 2 | 3 | Šilalės krašto turizmo sektoriaus pristatymas su turizmo sektoriumi nesusijusiose renginiuose |
| 3 | 3 |   | <b>Tradicinės žiniasklaidos priemonių galimybių išnaudojimas ir leidybos rėmimas</b>          |
| 3 | 3 | 1 | Leidinių apie Šilalės kraštą leidybos rėmimas   |
| 3 | 3 | 2 | Šilalės krašto pristatymo spaudoje gerinimas  |
| 3 | 3 | 3 | Šilalės krašto turizmo galimybių pristatymo televizijos ir radijo kanaluose plėtojimas        |
| 3 | 4 |   | <b>Lanksčios kainodaros instrumentų taikymas</b>  |
| 3 | 4 | 1 | Nuolaidų sistemos sukūrimas   |
| 3 | 4 | 2 | Turizmo produktų ir paslaugų tarifų deversifikuotumo skatinimas                               |
| 3 | 4 | 3 | Kuponų sistemos sukūrimas   |
| 3 | 4 | 4 | Turisto paso sukūrimas  |
| 4 |   |   | <b>E-RINKODAROS IŠNAUDOJIMAS TURIZMO IR POILSIO GALIMYBĖMS ŠILALĖS KRAŠTE POPULIARINTI</b>    |
| 4 | 1 |   | <b>E turinio, būtino rinkodara, suformavimas ir naudojimas pristatymui</b>                    |
| 4 | 1 | 1 | Elektroninės kartografinės informacijos vystymas  |
| 4 | 1 | 2 | Virtualios (skaitmeninės) vaizdinės informacijos produktų kūrimas                             |
| 4 | 1 | 3 | E-komercijos sistemos sukūrimas   |
| 4 | 1 | 4 | Specializuotų e leidinių sukūrimas  |
| 4 | 2 |   | <b>E-rinkodaros kanalų sukūrimas (atnaujinimas)</b>   |
| 4 | 2 | 1 | Šilalės krašto turizmo tinklapio sukūrimas  |
| 4 | 2 | 2 | Profilijų socialiniuose tinkluose sukūrimas   |
| 4 | 2 | 3 | Mobiliųjų aplikacijų kūrimas  |
| 4 | 2 | 4 | Atskirų produktų ir paslaugų kanalų sukūrimo (plėtojimo) rėmimas                              |
| 4 | 2 | 5 | Bendro pobūdžio kanalų praturtinimas Šilalės turizmo skiltimis ir nuorodomis                  |
| 4 | 3 |   | <b>Reklamos sklaida ir palaikymo organizavimas e erdvėje</b>                                  |
| 4 | 3 | 1 | Kontekstinės reklamos plėtojimas  |
| 4 | 3 | 2 | Reklamos bendro pobūdžio e platformose sklaida  |
| 4 | 3 | 3 | Pasiekiamumo paieškos sistemose didinimas   |
| 4 | 3 | 4 | Socialinių tinklų interaktyvumo didinimas   |

Tai yra pagrindiniai rinkodaros veiksmai, numatyti siekiant didinti Šilalės rajono kultūros, istorijos ir gamtos paveldo turistinį patrauklumą, turizmo paslaugų ir produktų įvairovę ir gerinti kokybę. Detalesnis jų aprašymas (įgyvendinimo rekomendacijos) pateikiamas dalyje „Rinkodaros priemonių planas“ ir Priede 1 „Rinkodaros priemonių aprašymas (rekomendacijos)“ bei Priede 2 „Rinkodaros priemonių segmentinis paskirstymas“.

Kiekvienai priemonei, siekiant jos įgyvendinimo apibrėžtumo yra numatytas atitinkamų parametru kompleksas, susidedantis iš:

- Atsakingų už įgyvendinimą subjektų;
- Reikalingų įgyvendinimui išteklių rūšių;
- Įgyvendinimo vertinimo rodiklių apibrėžimo;
- Skaitinių įgyvendinimo vertinimo rodiklių reikšmių.

Šis kompleksas apibrėžiamas Priemonių plane.

## RINKODAROS PRIEMONIŲ PLANAS

| Nr. | Nr. | Nr. | Pavadinimas   | Atsakingas    | Ištekliai <sup>26</sup> | Rodiklis   | Reikšmė <sup>27</sup> |
|-----|-----|-----|---|---------------|-------------------------|--|-----------------------|
| 1   | 1   | 1   | Esamų turizmo ir poilsio sektoriaus įmonių ir įstaigų vystymosi palaikymas ir naujų kūrimosi skatinimas | ŠRSA, PT, TT* | A, L, F, Ž              | Išaugęs subjektų, veikiančių turizmo ir poilsio sektoriuje, skaičius, vnt.                 | 4                     |
|     |     |     |   |               |                         | Naujų turizmo produktų (maršrutų, ekskursijų, paslaugų) skaičius, vnt.                     | 10                    |
|     |     |     |   |               |                         | Siūlomų skirtingų produktų, paslaugų derinių (paketų) skaičius, vnt.                       | 5                     |
|     |     |     |   |               |                         | Siūlomų derinių (paketų) apimamų produktų, paslaugų skaičius, vnt.                         | 10                    |
| 1   | 1   | 2   | Sezoniškumo mažinimo iniciatyvų skatinimas ir vystymas  | TIC, PT, TT*  | A, L, F, Ž              | Naujų sezoninių produktų ir paslaugų skaičius, vnt.  | 4                     |
|     |     |     |   |               |                         | Renginių iniciatyvų skaičius, vnt.   | 3                     |
|     |     |     |   |               |                         | Pravestų renginių skaičius, vnt.   | 2                     |
| 1   | 1   | 3   | Turizmo paslaugų ir produktų inventorizavimas ir institucionalizavimas                                  | TIC           | A, L, Ž                 | Parengtų aprašų skaičius, vnt.   | 10                    |
|     |     |     |   |               |                         | Parengtų sąrašų skaičius, vnt.   | 2                     |
|     |     |     |   |               |                         | Parengtų katalogų skaičius, vnt.   | 1                     |
|     |     |     |   |               |                         | Parengtų renginių tinklelių skaičius, vnt.   | 2                     |
|     |     |     |   |               |                         | Reprezentacinių – informacinių priemonių paketų skaičius, vnt.                             | 10                    |
| 1   | 2   | 1   | Turizmo sektoriaus žmogiškųjų išteklių kokybės gerinimo prielaidų suformavimas                          | TIC, PT, TT*  | A, L, Ž, O              | Organizuoti kvalifikacijos tobulinimo renginių skaičius, vnt.                              | 10                    |
|     |     |     |   |               |                         | Apmokytų darbuotojų skaičius, vnt.   | 50                    |
|     |     |     |   |               |                         | Priimtų standartų, skirtų vartotojų aptarnavimui, skaičius, vnt.                           | 3                     |
| 1   | 2   | 2   | Turizmo paslaugų ir produktų turinio tobulinimo skatinimas  | TIC, PT, TT*  | Visos                   | Kasmet rinkai pateikiamų naujų pasiūlymų esamos pasiūlos bazėje skaičius, vnt.             | 2                     |
|     |     |     |   |               |                         | Pasiūlymu diversifikuotumo kaitos santykinis dydis, proc.                                  | 70                    |
| 1   | 2   | 3   | Turizmo produktų ir paslaugų vartotojų įtraukties į produktų ir paslaugų vystymą sistemos sukūrimas     | TIC, PT       | A, L, Ž                 | Paslaugų ir produktų, kurių valdymui, naudojamas grįžtamasis ryšys, santykinė dalis, proc. | 75                    |
|     |     |     |   |               |                         | Gautų anketų ar pan. pobūdžio dokumentų su tobulinimo rekomendacijos dėl skaičius, vnt.    | 1000                  |
|     |     |     |   |               |                         | Rekomendacinių pasiūlymų, panaudotų tobulinant paslaugas ar produktus, dalis, proc.        | 20                    |
| 1   | 2   | 4   | Prekių ir paslaugų standarto sukūrimas  | TIC           | A, L, Ž, O              | Sukurtų standartų skaičius, vnt.   | 2                     |
|     |     |     |   |               |                         | Produktų ir paslaugų, kurie pažymėti standarto ženklu, dalis, proc.                        | 20                    |
| 1   | 3   | 1   | Kultūrinės ir gamtinės  | ŠRSA          | Visos                   | Suderintų su turizmo produktų ir paslaugų subjektais apsaugos                              | 70                    |

<sup>26</sup> A – administraciniai, L – laiko, F – finansininkai, Ž – žmogiškieji, O – išorės paslaugų pirkimas

<sup>27</sup> Kiekybinės reikšmės nurodytos prie atitinkamų rodiklių žymi minimalią numatomo pasiekti rezultato kiekybinę išraišką

ŠILALĖS RAJONO TURIZMO RINKODAROS PLANAS

|   |   |   |   |           |            |   |     |
|---|---|---|---|-----------|------------|---|-----|
|   |   |   | aplinkos išsaugojimas ir tobulinimas  |           |            | reglamentų ar kitų dokumentų, saugančių paveldą ir gamtinę – kultūrinę aplinką, dalis, proc.  |     |
|   |   |   |   |           |            | Esami produktai ir paslaugos, kurių gamtinė – kultūrinė aplinka pagerinta, skaičius, vnt.   | 5   |
|   |   |   |   |           |            | Naujų turizmo ir poilsio produktų ir paslaugų, sukurtų dėl pritaikytos gamtinės ir kultūrinės aplinkos, skaičius                                      | 2   |
| 1 | 3 | 2 | Urbanistinių – architektūrinių aplinkos savybių gerinimas                                 | ŠRSA      | A, L, O    | Parengtų ir pateiktų urbanistinių – architektūrinių savybių gerinimo projektų, kuriems patvirtintas atitinkamas finansavimas, skaičius, vnt.          | 5   |
|   |   |   |   |           |            | Urbanistinių – architektūrinių savybių gerinimo projektų, kuriems patvirtintas atitinkamas finansavimas, dalis, proc.                                 | 50  |
| 1 | 3 | 3 | Šalia turizmo objektų esančių infrastruktūrinių elementų būklės palaikymas ir tobulinimas | TIC       | A, L, O    | Įgyvendintų susisiekiemo elementų gerinimo projektų, kuriais įrengti nauji arba atnaujinti ruožai, ar elementai (pvz., poilsio vietos) skaičius, vnt. | 10  |
|   |   |   |   |           |            | Įrengtų ir atnaujintų informacinės žymėjimo infrastruktūros elementų (lentelių, stendų, rodiklių) skaičius, vnt.                                      | 20  |
| 2 | 1 | 1 | Vietos asmenims aktualių tapatybės savybių nustatymas                                     | TIC       | A, L, Ž, F | Organizuotų renginių, skirtų Šilalės krašto savybių, vertinimui, skaičius, vnt.   | 4   |
|   |   |   |   |           |            | Organizuotų renginių, skirtų Šilalės krašto savybių, vertinimui, dalyvių skaičius, asm.   | 200 |
|   |   |   |   |           |            | Identifikuotų svarbių Šilalės krašto savybių (suderintų ir subendravardiklėtų) sąrašų, skaičius, vnt.   | 1   |
| 2 | 1 | 2 | Akademinės ir ekspertų įtraukimas į Šilalės krašto išskirtinumo apibrėžimą                | ŠRSA, TIC | A, O       | Parengtų studijų, kuriose nurodomos svarbios Šilalės krašto, kaip turizmui ir poilsiui palankios vietos, charakteristikos, skaičius, vnt.             | 2   |
| 2 | 1 | 4 | Mitologinių tapatybės elementų formavimas   | TIC       | L, Ž, O    | Pravestų konsultacijų dėl legendos ir mito suradimo, skaičius, vnt.   | 3   |
|   |   |   |   |           |            | Suformuluotų ir komunikuojamų Šilalės krašto legendų, skaičius, vnt.  | 1   |
| 2 | 2 | 1 | Šilalės krašto turizmo prekės ženklų ir šūkio sukūrimas                                   | TIC       | A, O       | Sukurtų prekės ženklų skaičius, vnt.  | 1   |
|   |   |   |   |           |            | Sukurtų šūkių skaičius, vnt.  | 1   |
| 2 | 2 | 2 | Šilalės krašto turizmo prekės ženklų plėtinio koncepcijos parengimas                      | TIC       | A, O       | Parengtų koncepcijų skaičius, vnt.  | 1   |



ŠILALĖS RAJONO TURIZMO RINKODAROS PLANAS

|   |   |   |   |              |            |   |      |
|---|---|---|---|--------------|------------|---|------|
| 2 | 2 | 3 | Šilalės krašto turizmo stiliaus sukūrimas   | TIC          | A, O       | Parengtų stiliaus vadovų (knygų) skaičius, vnt.   | 1    |
| 2 | 2 | 4 | Formalizuotų įvaizdžio elementų naudojimo taisyklių parengimas                                | TIC          | A, O       | Parengtų taisyklių (tvarkų) skaičius, vnt.  | 1    |
| 2 | 3 | 1 | Šilalės krašto turistinio įvaizdžio pristatymo renginių organizavimas                         | ŠRSA, TIC    | A, L, F, Ž | Organizuotų renginių, skirtų Šilalės krašto įvaizdžiui pristatyti, skaičius, vnt.   | 2    |
|   |   |   |   |              |            | Organizuotų renginių, skirtų Šilalės krašto įvaizdžiui pristatyti, dalyvių skaičius, vnt.   | 200  |
| 2 | 3 | 2 | Tinklapių, skirtų Šilalės krašto turistiniams įvaizdžiui pristatyti, sukūrimas                | TIC          | A, O       | Sukurtų ir patalpintų (prieinamų) svetainių skaičius, vnt.  | 1    |
| 2 | 3 | 3 | Šilalės krašto turistinio įvaizdžio elementų sklaida nespecializuotose platformose ir erdvėse | TIC, TT*     | A, L, F, Ž | Pranešimų žiniasklaidoje, kuriuose tikslingai paminėti Šilalės krašto turizmo įvaizdžio elementų, skaičius, vnt.  | 20   |
|   |   |   |   |              |            | Skirtingose interneto šaltiniuose patalpintų nuorodų į Šilalės krašto turizmo įvaizdžio tinklapį skaičius, vnt.   | 50   |
|   |   |   |   |              |            | Patvirtintų (priimtų) dokumentų (planų, studijų, projektų, programų, strategijų), kuriuose tikslingai paminėti Šilalės krašto turizmo įvaizdžio elementai, skaičius, vnt. | 15   |
| 2 | 3 | 4 | Pasakojimo pagrindo Šilalės krašto turistinio įvaizdžio komunikavimui panaudojimas            | ŠRSA, TIC    | A, L       | Sukurtų ir skleidžiamų istorinių asmenybių žinučių (citaty, trumpų pasakojimų tekstų) apie Šilalės kraštą skaičius, vnt.  | 5    |
|   |   |   |   |              |            | Sukurtų ir skleidžiamų žymių žmonių, gyventojų ir lankytojų žinučių (trumpų pasakojimų tekstų, trumpų vaizdo klipų) apie Šilalės kraštą skaičius, vnt.                    | 7    |
| 3 | 1 | 1 | Turistinės (suvenyrinės, atminimo ir pan.) produkcijos asortimento suformavimas ir platinimas | TIC, PT      | A, Ž, O    | Sukurta naujų prekių pavyzdžių (maketų) skaičius, vnt.  | 50   |
|   |   |   |   |              |            | Kiekvienais metais pagaminamų ir išplatinamų turistinės produkcijos vienetų skaičius, vnt.  | 1000 |
| 3 | 1 | 2 | Reprezentacinių vaizdo klipų ir audiogidų   | TIC, PT, TT* | Visos, O   | Sukurtų vaizdo klipų skaičius, vnt.   | 6    |
|   |   |   |   |              |            | Sukurtų audiogidų <sup>28</sup> skaičius, vnt.  | 4    |

<sup>28</sup> Unikalių audiogidų, t.y. neįtraukiant į skaičių skirtingomis kalbomis įgirasintų audiogidų

ŠILALĖS RAJONO TURIZMO RINKODAROS PLANAS

|   |   |   |  |                |          |   |       |
|---|---|---|--|----------------|----------|---|-------|
|   |   |   | sukūrimas  |                |          | Organizuotų vaizdo klipų kūrimo konkursų skaičius, vnt.   | 2     |
|   |   |   |  |                |          | Organizuotų vaizdo klipų kūrimo konkursuose dalyvavusių asmenų skaičius, asm.   | 20    |
| 3 | 1 | 3 | Vaizdinės rinkodaros lauko priemonių naudojimo didinimas                       | TIC, PT        | A, O     | Įrengtų stambių stacionarios reklamos produktų (pvz., stendų, ekranų) skaičius, vnt.  | 10    |
|   |   |   |  |                |          | Įrengtų smulkių stacionarios reklamos produktų (pvz., plakatų, ženklų, skelbimų) skaičius, vnt.   | 300   |
|   |   |   |  |                |          | Vienam Šilalės krašte siūlomam turizmo ir poilsio produktui ir paslaugai vidutiniškai tenkančių stacionarios reklamos produktų skaičius, vnt.   | 20    |
| 3 | 1 | 4 | Krašto reprezentacinės ekspozicijos sukūrimas                                  | ŠRSA, TIC      | A, Ž, L  | Sukurtų ekspozicijų skaičius, vnt.  | 1     |
|   |   |   |  |                |          | Ekspozicijose demonstruotų eksponatų skaičius, vnt.   | 300   |
|   |   |   |  |                |          | Ekspozicijas aplankiusiųjų (fiziškai ir virtualiai) lankytojų skaičius, asm.  | 5000  |
| 3 | 1 | 5 | Dalimosios spausdintinės informacinės medžiagos leidyba                        | TIC, PT        | A, O     | Parengta Šilalės rajono žemėlapių tiražų, vnt.  | 4     |
|   |   |   |  |                |          | Parengtų ir išleistų Šilalės rajono žemėlapių skaičius, vnt.  | 10000 |
|   |   |   |  |                |          | Parengtų ir išleistų Šilalės rajono katalogų skaičius, vnt.   | 5000  |
|   |   |   |  |                |          | Parengtos ir atspausdintos smulkios rinkodarinės medžiagos (skrajučių, bukletų, brošiūrų) apimtis, vnt.   | 20000 |
| 3 | 2 | 1 | Dalyvavimas atvirose pristatomuosiuose turizmo sektoriaus renginiuose          | ŠRSA, TIC, PT  | Visos, O | Tarptautinių (užsienyje vykstančių) turizmo renginių, kuriuose dalyvaujant Šilalės rajono atstovams pristatytos Šilalės krašto turizmo ir poilsio galimybės, vidutinis metinis skaičius, vnt. | 0,25  |
|   |   |   |  |                |          | Lietuvoje vykstančių turizmo renginių, kuriuose dalyvaujant Šilalės rajono atstovams pristatytos Šilalės krašto turizmo ir poilsio galimybės, vidutinis metinis skaičius, vnt.                | 0,5   |
| 3 | 2 | 2 | Tikslinių Šilalės krašto turizmo produktų ir paslaugų pristatymų organizavimas | ŠRSA, TIC, TT* | Visos    | Organizuotų pristatymo renginių vidutinis metinis skaičius, vnt.  | 2     |
|   |   |   |  |                |          | Į pristatymo renginius pakviestų asmenų vidutinis metinis skaičius, asm.  | 200   |
|   |   |   |  |                |          | Pristatymo renginiuose dalyvavusių pakviestų asmenų santykinis skaičius, proc.  | 25    |
|   |   |   |  |                |          | Verslininkų, dalyvavusių Šilalės rajono turizmo verslo misijoje, skaičius, asm.   | 60    |
| 3 | 2 | 3 | Šilalės krašto turizmo sektoriaus pristatymas su turizmo sektoriumi            | ŠRSA           | A, L, Ž  | Pranešimų su turizmo sektoriumi nesusijusiose renginiuose, kuriuose tikslingai paminėtos Šilalės krašto turizmo galimybės, skaičius, vnt.   | 10    |

ŠILALĖS RAJONO TURIZMO RINKODAROS PLANAS

|   |   |   | nesusijusiose renginiuose  |           |            |   |      |
|---|---|---|--|-----------|------------|---|------|
| 3 | 3 | 1 | Leidinių apie Šilalės kraštą leidybos rėmimas  | ŠRSA, TIC | A, L, Ž, O | Parengta Šilalės rajono reprezentacinių įvaizdinių leidinių tiražų, vnt.  | 3    |
|   |   |   |  |           |            | Parengtų ir išleistų Šilalės rajono reprezentacinių įvaizdinių leidinių skaičius, vnt.  | 300  |
|   |   |   |  |           |            | Parengtų ir atspausdintų Šilalės krašto turizmo sektoriaus informacinių leidinių vidutinis metinis skaičius, vnt.   | 1000 |
| 3 | 3 | 2 | Šilalės krašto pristatymo spaudoje gerinimas   | ŠRSA, TIC | A, L, Ž, O | Straipsnių, publikuojamų nacionalinėje spaudoje, vidutinis metinis skaičius, vnt.   | 0,5  |
|   |   |   |  |           |            | Straipsnių, publikuojamų regioninėje spaudoje, vidutinis metinis skaičius, vnt.   | 3    |
|   |   |   |  |           |            | Straipsnių, publikuotų užsienio spaudoje, skaičius, vnt.  | 2    |
|   |   |   |  |           |            | Parengtų ir išplatintų pranešimų spaudai skaičius, vnt.   | 2    |
| 3 | 3 | 3 | Šilalės krašto turizmo galimybių pristatymo televizijos ir radijo kanaluose plėtojimas | ŠRSA, TIC | L, Ž, O    | Reklaminių pranešimų, transliacijų, transliuotų ne rečiau nei 10 kartų per savaitę, per skaičius per nacionalinę ir vietinę televiziją bei radiją, vidutinis metinis skaičius | 5    |
|   |   |   |  |           |            | Laidų ir siužetų apie Šilalės krašto turizmo ir poilsio galimybes, transliuojamų per nacionalinę ir vietinę televiziją bei radiją, vidutinis metinis skaičius                 | 2    |
|   |   |   |  |           |            | Parengtų reportažų apie Šilalės kraštą turizmo ir kelinių kanalams skaičius, vnt.   | 1    |
| 3 | 4 | 1 | Nuolaidų sistemos sukūrimas  | ŠRSA, TT* | A, L, Ž    | Sukurtų sistemų skaičius, vnt.  | 1    |
|   |   |   |  |           |            | Produktų ir paslaugų subjektų, kurie taiko sistemos nuostatas (nuolaidas), dalis, proc.   | 50   |
| 3 | 4 | 2 | Turizmo produktų ir paslaugų tarifų deversifikuotumo skatinimas                        | ŠRSA, TT* | A, L, Ž    | Organizuotų konsultacijų dėl turizmo produktų ir paslaugų tarifų diversifikuotumo, skaičius, vnt.   | 4    |
|   |   |   |  |           |            | Produktų ir paslaugų subjektų, kurie padidino tarifų diversifikuotumą, dalis, proc.   | 75   |
| 3 | 4 | 3 | Kuponų sistemos sukūrimas  | TIC, TT*  | A, L, Ž    | Vidutinis metinis leidžiamų kuponų tiražų skaičius, vnt.  | 1,5  |
|   |   |   |  |           |            | Produktų ir paslaugų subjektų, kurių paslaugos ir produktai siūlomi įsigyti kuponuose, dalis, proc.   | 50   |
| 3 | 4 | 4 | Turisto paso sukūrimas   | TIC, TT*  | A, L, Ž    | Paslaugų ir produktų vartotojų, kuriems suteiktas turisto pasas, skaičius   | 300  |
|   |   |   |  |           |            | Turisto pasų turėtojų (aktyvių <sup>29</sup> ) vidutinis metinis skaičius, vnt.   | 50   |

<sup>29</sup> Kasmet pasinaudojančių bent 2 pasiūlymais, sąlygojamus turisto pašto turėtojo statuso

ŠILALĖS RAJONO TURIZMO RINKODAROS PLANAS

|   |   |   |   |                |            |  |      |
|---|---|---|---|----------------|------------|--|------|
|   |   |   |   |                |            | Paslaugų ir produktų, įsigytų taikant turisto pasą, vidutinis metinis augimas, proc.   | 20   |
| 4 | 1 | 1 | Elektroninės kartografinės informacijos vystymas                  | TIC            | A, L, O    | Sukurtų elektroninių Šilalės krašto žemėlapių skaičius, vnt.   | 1    |
|   |   |   |   |                |            | Stambių geolokacinių šaltinių, kurių informacija apie Šilalės rajono savivaldybę peržiūrima ir atnaujinama kasmet, skaičius, vnt.  | 3    |
|   |   |   |   |                |            | Anksčiau žemėlapiuose nežymėtų Šilalės krašto turizmo ir poilsio objektų, kurie pažymėti ir pristatomi, santykinis skaičius, proc. | 95   |
| 4 | 1 | 2 | Virtualios (skaitmeninės) vaizdinės informacijos produktų kūrimas | TIC, ŠRSA, TT* | Visos, O   | Sukurtų vaizdinės medžiagos duomenų bazių skaičius, vnt.   | 1    |
|   |   |   |   |                |            | Vidutinis metinis skaičius naujų duomenų bazės įrašų vienetų skaičius, vnt.  | 50   |
|   |   |   |   |                |            | Atnaujintų virtualių turų skaičius, vnt.   | 1    |
|   |   |   |   |                |            | Sukurtų virtualios realybės filmukų, pristatančių produktus ir paslaugas, skaičius, vnt.   | 4    |
|   |   |   |   |                |            | Šilalės krašto lankytinų vietų, kurių vaizdas nuolatiniu pagrindu transliuojamas tiesiogiai, skaičius, vnt.                        | 3    |
| 4 | 1 | 3 | E-komercijos sistemos sukūrimas                                   | ŠRSA, TIC, PT  | A, O       | Sukurtų E komercijos platformų skaičius, vnt.  | 1    |
|   |   |   |   |                |            | E komercijos platformoje registruotų vartotojų skaičius  | 500  |
|   |   |   |   |                |            | Aktyvių <sup>30</sup> E komercijos platformoje registruotų vartotojų santykinis skaičius, proc.                                    | 50   |
|   |   |   |   |                |            | Parduodamų per E komercijos platformą Šilalės krašto turizmo ir poilsio produktų ir paslaugų vidutinis metinis skaičius, vnt.      | 100  |
| 4 | 1 | 4 | Specializuotų e leidinių sukūrimas                                | TIC            | Visos, O   | Išsiųstų neunikalių <sup>31</sup> naujienlaiškių vidutinis metinis skaičius, vnt.  | 1000 |
|   |   |   |   |                |            | El. leidinių, pristatančių Šilalės krašto turizmo ir poilsio sektorių, skaičius, vnt.  | 5    |
|   |   |   |   |                |            | El. leidinių, pristatančių Šilalės krašto turizmo ir poilsio sektorių, peržiūrų (parsisiuntimų) skaičius, vnt.                     | 1000 |
| 4 | 2 | 1 | Šilalės krašto turizmo tinklapių sukūrimas                        | TIC            | A, L, O    | Sukurtų naujų tinklapių skaičius, vnt.   | 1    |
|   |   |   |   |                |            | Susietų su (integruotų) tinklapiu socialinių tinklų skaičius, vnt.   | 4    |
|   |   |   |   |                |            | Tinklapių vidutinis dienis lankytojų skaičius, vnt.  | 200  |
|   |   |   |   |                |            | Turinio atnaujinimo (papildymo) dažnumas (žinutės/mėn.), vnt.  | 10   |
| 4 | 2 | 2 | Profilių socialiniuose tinkluose sukūrimas                        | TIC, TT*       | A, L, Ž, O | Šilalės krašto turizmo ir poilsio sektoriui skirtų profilių skirtinguose socialiniuose tinkluose skaičius, vnt.                    | 4    |

<sup>30</sup> bent kartą per metus pirkusių paslaugas platformoje vartotojų

<sup>31</sup> įskaitant to paties turinio skirtingiems adresatams išsiustus

ŠILALĖS RAJONO TURIZMO RINKODAROS PLANAS

|   |   |   |  |                |          |   |       |
|---|---|---|--|----------------|----------|---|-------|
|   |   |   |  |                |          | Šilalės krašto turizmo ir poilsio sektoriui skirtų profilių sekėjų <sup>32</sup> skaičius, asm.   | 10000 |
|   |   |   |  |                |          | Šilalės krašto turizmo ir poilsio sektoriui skirtuose profiluose skelbiamų žinučių vidutinis mėnesinis skaičius, vnt.   | 10    |
| 4 | 2 | 3 | Mobilųjų aplikacijų kūrimas  | TIC            | A, O     | Sukurtų specializuotų mobiliųjų aplikacijų, skirtų Šilalės krašto lankytojams ir turistams, skaičius, vnt.  | 1     |
|   |   |   |  |                |          | Sukurtų specializuotų mobiliųjų aplikacijų, skirtų Šilalės krašto lankytojams ir turistams, parsisiuntimų skaičius, vnt.  | 2000  |
|   |   |   |  |                |          | Įgyvendintų sutarčių, sudarytų su tarptautinių mobiliųjų aplikacijų kūrėjais ir administratoriais dėl Šilalės krašto turinio įdiegimo, skaičius, vnt.   | 4     |
| 4 | 2 | 4 | Atskirų produktų ir paslaugų kanalų sukūrimo (plėtojimo) rėmimas             | ŠRSA, TIC, TT* | Visos, O | Suorganizuotų konsultacijų, skirtų Šilalės krašto turizmo ir poilsio produktų ir paslaugų subjektams, planuojantiems e rinkodaros plėtrą, skaičius, vnt.  | 3     |
|   |   |   |  |                |          | Šilalės krašto turizmo ir poilsio produktų ir paslaugų subjektams padėtų sukurti interaktyvių e kanalų ir priemonių (tinklapių, e žemėlapių, socialinių tinklų profilių ir pan.) skaičius, vnt. | 3     |
| 4 | 2 | 5 | Bendro pobūdžio kanalų praturtinimas Šilalės turizmo skiltimis ir nuorodomis | ŠRSA, TIC      | A, O     | Sukurtų Šilalės rajono administracinių ir bendruomeninių tinklapių skilčių, skirtų Šilalės krašto turizmo ir poilsio sektoriui, skaičius, vnt.  | 4     |
|   |   |   |  |                |          | Bendro pobūdžio e kanalų (įskaitant atskiras subdalis <sup>33</sup> ), kuriuose pateiktos nuorodos į Šilalės krašto turizmo ir poilsio sektoriui skirtus tinklapius, skaičius, vnt.             | 50    |
| 4 | 3 | 1 | Kontekstinės reklamos plėtojimas   | TIC            | A, O     | Partnerių institucijų ir kt. subjektų, kurių erdvėse nekomerciniu pagrindu demonstruojami Šilalės krašto turizmo ir poilsio sektoriaus reklaminiai skydeliai, vidutinis metinis skaičius, vnt.  | 7     |
|   |   |   |  |                |          | Sutarčių su Lietuvos turizmo ir poilsio e šaltiniais, kurių erdvėse demonstruojami Šilalės krašto turizmo ir poilsio sektoriaus reklaminiai skydeliai, skaičius, vnt.                           | 15    |
|   |   |   |  |                |          | Sutarčių su užsienio turizmo ir poilsio e šaltiniais, kurių erdvėse demonstruojami Šilalės krašto turizmo ir poilsio sektoriaus reklaminiai skydeliai, skaičius, vnt.                           | 2     |

<sup>32</sup> Neunikalių, t.y. įtraukiant tuos pačius asmenis, sekančius profilius skirtinguose socialiniuose tinkluose

<sup>33</sup> Siekiant didesnės sklaidos nustatoma, kad 1 kanalas gali apimti iki 10 vnt. skaičiuojamąsias vertes (t.y. jeigu nuorodos talpinamos skirtingose Wikipedia straipsniuose, net ir patalpinus 11 nuorodų, į rodiklio reikšmės skaičiavimą įtraukiama 10 vnt.)

ŠILALĖS RAJONO TURIZMO RINKODAROS PLANAS

|   |   |   |  |              |            |   |      |
|---|---|---|--|--------------|------------|---|------|
| 4 | 3 | 2 | Reklamos bendro pobūdžio e platformose sklaida | TIC          | A, O       | Sutarčių su Lietuvos e šaltiniais, kurių erdvėse demonstruojami Šilalės krašto turizmo ir poilsio sektoriaus reklaminiai skydeliai, skaičius, vnt.  | 5    |
| 4 | 3 | 3 | Pasiekiamumo paieškos sistemose didinimas      | ŠRSA, TIC    | A, O       | Sutarčių dėl paieškos variklių ir puslapių optimizavimo sistemų panaudojimo Šilalės krašto turizmo ir poilsio sektoriaus e išteklių pasiekiamumo didinimo skaičius, vnt.                            | 4    |
|   |   |   |  |              |            | Raktinių žodžių, kuriems taikomos pasiekiamumo didinimo priemonės, skaičius, vnt.   | 20   |
|   |   |   |  |              |            | Šilalės krašto turizmo ir poilsio sektoriaus e platformų (optimizuojamų svetainių, socialinių tinklų ir kt.) lankytojų skaičiaus vidutinis metinis padidėjimas, proc.                               | 25   |
| 4 | 3 | 4 | Socialinių tinklų interaktyvumo didinimas      | TIC, PT, TT* | A, L, Ž, F | Socialiniuose Šilalės krašto turizmo ir poilsio sektoriaus tinkluose lankytojų, sekėjų ir kt. išorės subjektų paskelbiamos interaktyvios medžiagos <sup>34</sup> vidutinis mėnesinis skaičius, vnt. | 20   |
|   |   |   |  |              |            | Konkursų ir akcijų, organizuojamų Šilalės krašto turizmo ir poilsio sektoriaus tinkluose, vidutinis metinis skaičius, vnt.  | 6    |
|   |   |   |  |              |            | Konkursų ir akcijų, organizuojamų Šilalės krašto turizmo ir poilsio sektoriaus tinkluose, dalyvių <sup>35</sup> vidutinis metinis skaičius, vnt.  | 1000 |
|   |   |   |  |              |            | Komentarų Šilalės krašto turizmo ir poilsio sektoriaus tinkluose skaičiaus vidutinis metinis augimo tempas, proc.   | 20   |
|   |   |   |  |              |            | Sukurtų ir paskleistų grotelinu saitažodžių vidutinis atkartojamumas, vnt.  | 200  |

<sup>34</sup> Vaizdo klipų, nuotraukų ir pan.

<sup>35</sup> Neunikalių, t.y. vienam asmeniui dalyvaujant skirtingose akcijose ar konkursuose ir būnant skaičiuojamam pagal pastarųjų akumuliuotą skaičių

## RINKODAROS PRIEMONIŲ PLANO ĮGYVENDINIMO ĮGALINIMO PJŪVIAI

Aukščiau išvardintoms priemonėms įgyvendinti yra būtini veiksmai, kurie užtikrintų kryptingų darbų efektyvumą ir rezultatyvumą. Tai yra vadinamieji įgalintojai (angl. *enablers*), t.y. horizontalūs loginės struktūros dariniai, kurie apčiuopiamai padidina numatytų rinkodaros veiksmų įgyvendinimo sėkmės tikimybę, kadangi apima labai svarbius procesinius elementus. Šie elementai sudaro pagrindą didinti rinkodaros priemonių poveikį, užtikrina tikslingumą, minimizuoja rizikas.

Šiame plane numatomi trys įgalinimo pjūviai:

- Bendradarbiavimas ir sąveika;
- Informacijos valdymas;
- Administracinis ir procesinis valdymas.

Tvarus, pagrįstas ir stabilus bendradarbiavimas ir sąveika užtikrina didesnę sklaidą, suteikia didesnio poveikio galimybes ne tik dėl aprėpties augimo, bet ir geresnio skirtingų šalių poreikio ir galimybių supratimo. Siekiant turizmo sektoriaus plėtros ir turistinio aktyvumo Šilalės krašte didėjimo bendradarbiavimas su viešuoju ir privačiu sektoriumi bei turizmo ekosistemos dalyvių (organizacijų ir grandžių) sąveikia, pristatant Šilalės rajono turizmo galimybes (sąveika kuriant turizmo maršrutus ir bendrus projektus, pritraukiant partnerių savivaldybių turistus, keliant paslaugų teikėjų kvalifikaciją ir t.t.) yra neišvengiamas. Todėl įgyvendinant planą numatomas:

- Institucinės partnerystės vertinimo ir partnerių atrankos (pagal aktyvumą, pridėtinę vertę ir kt.) sistemos sukūrimas;
- Sąveikos su kaimyninėmis ir artimomis (nutolusiomis ne toliau nei per 1 savivaldybės teritoriją) savivaldybėmis, pasižyminčiomis unikaliais turizmo ištekliais ir konkurencingomis turizmo paslaugomis, esančiomis prioritetiniuose turizmo plėtros regionuose, plėtojimas;
- Tarpinstitucinės sąveikos, leidžiančios dalintis informacija, akcentuoti poreikius ir tendencijas, plėtojimas;
- Sąveikos tarp viešojo (valstybės ir savivaldos), privataus ir nevyriausybinio sektorių, užtikrinant turizmo ekosistemos grandžių darną (nejmanomą be paslaugų teikėjų, vyriausybės, verslo, bendruomenių ir kt.), stiprinimas;
- Integracijos į asocijuotas turizmo ir poilsio srities struktūras (tiek šalies, tiek tarptautines) didinimas;
- Turizmo klasterio įsisteigimo skatinimas (sinerginis sektoriaus subjektų veikimas, apimantis bendrų iniciatyvų įgyvendinimą (bendri projektai, kooperacija teikiant paslaugas ir pan.), taip pat persiliejiimo efektą (angl. *spill-over*));
- Detalaus esamų, buvusių ir potencialių partnerių registro suformavimas ir bazinio partnerystės tinklo su ribotu sektorinių partnerių skaičiumi (iki 5 kiekvienoje srityje), kurio rėmuose vyksta intensyviausias visapusiškas bendradarbiavimas visose srityse.

Informacijos valdymas (duomenų gavimas, disponavimas, apdorojimas ir panaudojimas bei teikimas suinteresuotiems subjektams) yra būtina sėkmingos rinkodaros prielaida. Bet kuris veiksmas, nukreiptas tiek į esamiems ir potencialiems klientams aktualios pasiūlos formavimą, tiek į pagrįsto įvaizdžio kūrimą, tiek į konkrečios rinkodarinės priemonės, taikomos skirtingose kanaluose, parinkimą, negali būti vykdomas neturint bent minimalios informacinės bazės kiekviename etape. Šios bazės panaudojimas leidžia užtikrinti kryptingumą ir apjungia sistemintas žinias į vieningą rinkos analizės sistemą, leidžiančia koncentruoti, orientuoti, tikslinti pastangas, tad įgyvendinant planą numatomas:

- Šilalės rajono lankytojų ir turistų duomenų bazės suformavimas, kuris leistų rinkti ir sisteminti informaciją apie lankymąsi ir poilsį Šilalės krašte bei skirtingus subjektinius jo aspektus;
- Žiniasklaidos ir socialinių medijų atstovų ir reikšmingų kelionių organizatorių duomenų bazės, leidžiančios susisteminti aktualius turizmo ir poilsio sektoriaus kontaktus bei maksimaliai juos išnaudoti, suformavimas;
- Turizmo statistikos ir ekspertinės bei akademinės informacijos specializuotuose leidiniuose (moksliuose ir kt.) bei žiniasklaidoje rinkimas, kaupimas, analizė ir naudojimas;
- Grįžtamojo ryšio atskleidimo sistemos sukūrimas, leisiantis apklausų pagalba įvertinti teigiamas ir neigiamas tiek turizmo produktų ir paslaugų, tiek jų rinkodaros savybes;
- Vaizdinės ir grafinės medžiagos archyvo sukūrimas, kurio pagal bus suformuota atvira (tiek pildymo (naudojant įvairias paskatas, pvz., konkursus), tiek vartojimo prasmėmis) nuotraukų, vaizdo klipų ir pan. medžiagos bazė, prieinama visiems suinteresuotiems asmenims;
- Konsultacijų ir mokymų sistemos, apimsiančios tiek mokymų ir seminarų bei kt. renginių aktualiomis turizmo ir poilsio sektoriaus rinkodaros temomis organizavimą (įskaitant programų ir medžiagos parengimą) ir pravedimą, konsultacinių paslaugų kompleksinį įsigijimą ir pan., sukūrimas, siekiant turizmo ir poilsio sektoriaus subjektų veiksmų koordinuotumo.

Vienas esminių bet kurios organizacijos tikslų yra užtikrinti maksimalią valdymo ir administracinę paramą rinkodarinei veiklai. Administracinis pritaikomumas leidžia maksimaliai koncentruoti subjektų pastangas rinkodarinėms veikloms, kadangi suformuojami reguliaciniai rėmai, leidžiantis sistemingai atlikti rinkodarinės veiklos kiekybinį bei kokybinį planavimą, rezultatų bei poveikio orientavimą ir vertinimą. Taip bus užtikrinamas rinkodaros tikslingumas, atitiktis nustatytai misijai bei turizmo ir poilsio ekosistemos dalyvių poreikiams. Todėl įgyvendinant planą numatomas:

- Turizmo rinkodaros valdymo sistemos sukūrimas, leidžiantis efektyviai vykdyti, valdyti ir koordinuoti rinkodaros veiklą, numatant atitinkamus veiksmus, pvz., žemesnio lygmens (einamuosius) planavimo dokumentus, tokius kaip atskirų šakų pozicionavimo gaires ar pan.;
- Adekvačių žmogiškųjų išteklių užtikrinimas, apimatis tiek reikalingų rinkodaros veiksmams valdyti pareigybių suformavimui, tiek personalo kompetencijai ir kvalifikacijai užtikrinti, išnaudojant įvairius personalo pritraukimo būdus (įskaitant savanorystę); Sąveikos su kitomis savivaldos administracinėmis funkcijomis mechanizmo, leidžiančio užtikrinti kitų sričių veiksmų, reikalingų turizmo ir poilsio plėtojimui, efektyvų įgyvendinimą (pvz., sąveikos su susisiekimo sistemos administruojančiuoju subjektu, leisiančios organizuoti pavėžėjimą tiek Šilalės rajono viduje, tiek iš ir į rajono teritoriją), sukūrimas;
- Institucinės turizmo sektoriaus vadybos sandaros suformavimas, numatant daugianarę struktūrą (numatant turizmo informacijos centro vaidmenį ir subjektiškumą, taip pat kolegialaus organo, pvz., turizmo tarybos, įsteigimą bei atitinkamą savivaldos institucijos atstovavimą), atsakingą už turizmo rinkodaros koordinavimą ir vertinimą;
- Tikslinio turizmo rinkodaros finansavimo instrumento sukūrimas, leisiantis disponuoti atskiru biudžetu, akumuliuojančiu įvairiu šaltinių lėšas, kuriomis užtikrinamas rinkodaros projekto ko-finansavimas ir kt. su turizmo rinkodara susijusių išlaidų (pvz., tikslinių paskolų palūkanų) padengimas.



## PLANO ĮGYVENDINIMO VALDYMAS, STEBĖSENA IR VERTINIMAS

### Plano įgyvendinimo valdymas

Plano parengimą inicijavusi Šilalės rajono savivaldybės administracija yra didelė viešojo administravimo įstaiga, vykdanči didelės apimties einamajai veiklai priskirtinų darbų apimtį. Tai sąlygoja Rinkodaros plano įgyvendinimo, valdymo ir kontrolės apibrėžimo didelę svarbą.

Siekiant esminių pokyčių turizmo ir poilsio sektoriaus vystymo Šilalės rajone ir turizmo rinkodaros kokybinių bei kiekybinių charakteristikų gerėjimo per laikotarpį iki 2027 m., yra būtinas Rinkodaros plano įgyvendinimo ir jo valdymo atskyrimas nuo einamosios veiklos. Tam privalo užtikrinti kardinalius valdymo ir vadybinius proveržius, tame tarpe, rutininio požiūrio į veiklą, susijusią su rinkodaros planu, atsisakymą ir dalinę turizmo ir poilsio sektoriaus valdymo sistemos pertvarką rinkodaros įgyvendinimo ir turizmo sektoriaus vystymosi pažangos kontekste.

Plano valdymas privalo būti vykdomas vadovaujantis tiksline – programine prieiga, kadangi pastaroji leidžia užtikrinti valdymo tikslingumą ir panaudoti išteklių minimizavimo principus. Be to, plano valdymas privalo būti atliekamas užtikrinant visos Šilalės rajono turizmo ir poilsio ekosistemos narių ir grandžių horizontalią ir vertikalią sąveiką ir įsitraukimą bei dalyvavimą.

Pagrindiniai Rinkodaros plano valdymo sistemos principai yra:

- Valdymo sistemos atvirumas ir aktyvus suinteresuotų grupių (turizmo paslaugų teikėjų, valdžios institucijų, bendruomenių, turistų) įsitraukimas ir dalyvavimas bei adekvatus atstovavimas plano valdymo struktūroje;
- Ekspertinių žinių (įskaitant žinias disponuojamas skirtingų sričių, pvz., teisės, vadybos ir kt., kvalifikuotų išorės ekspertų bei ekspertinių organizacijų) pritraukimas ir platus naudojimas;
- Įgyvendinimo proceso ir rezultatų stebėseną ir analizę, valdymo sprendimų ir įgyvendinimo rezultatų pristatymo ir aptarimo organizavimas;
- Metodinio ir informacinio valdymo vientisumo užtikrinimas (informacijos apie priemones pateikimo formos, ataskaitų formos, plano priemonių įgyvendinimo stebėsenos procedūros ir t.t.).

Atsižvelgiant į Rinkodaros plano reikšmę Šilalės krašto turizmo ir poilsio sektoriui, prie Plano įgyvendinimo privalo prisidėti visi Šilalės krašto turizmo ir poilsio ekosistemos nariai bei, pagal galimybę, vietinė bendruomenė, be to, Plano įgyvendinimui privalo būti mobilizuoti visi vidiniai ir išoriniai ištekliai.

Rinkodaros plano valdymas bus grindžiamas strateginio valdymo organizavimo didelėse korporacijose ir projektinės vadybos principais. Planas bus įgyvendinamas rengiant metines programas, detalizuojančias Plano normatyvines nuostatas.

Šio plano įgyvendinimo valdymas organizuojamas 3 lygmenimis, o valdymo struktūroje numatyti 3 blokai:

- rekomendacinis blokas;
- plano valdymo blokas;
- einamojo priemonių įgyvendinimo ir administravimo blokas.

Rekomendacinį bloką sudaro Šilalės rajono savivaldybės meras ir siūloma suformuoti Šilalės krašto turizmo paslaugų teikėjų taryba.

Šilalės krašto turizmo paslaugų teikėjų tarybą sudarys Šilalės krašto ir kviestiniai turizmo ir poilsio sektoriaus subjektų ir asocijuotų struktūrų atstovai. Šis darinys sudarys ekspertinį patariamąjį ir suinteresuotų trečiųjų šalių atstovaujimą pagrindą, užtikrinant, kad visos Plano priemonės būtų įgyvendinamos, atsižvelgiant į sektoriaus subjektų interesus ir poreikius. Ji teiks pasiūlymus dėl Plano įgyvendinimo, metinių ir kitų ataskaitų tikslinimo ir pildymo. Taip pat ši Taryba dalyvaus priemonių, susijusių su papildomų nebiudžetinių išteklių ir tikslinio finansavimo lėšų pritraukimu, įgyvendinime ir organizuoja papildomų nebiudžetinių lėšų pritraukimą, siekiant užtikrinti rinkodaros išlaidų finansinį aprūpinimą.

Šilalės rajono savivaldybės meras užtikrins Plano įgyvendinimo eigoje kylančių organizacinių problemų sprendimų variantų paiešką ir siūlymą, taip pat užtikrins darnią visų valdymo sistemos dalių sąveiką, plėtos turizmo paslaugas teikiančių ir produktus siūlančių subjektų, savivaldybės institucijų ir visuomenės bendradarbiavimą.

Strateginio valdymo bloką sudarys Šilalės rajono savivaldybės administracijos direktorius ir siūloma suformuoti Šilalės rajono turizmo taryba.

Administracijos direktorius priims visus strateginius sprendimus, susijusius su plano tikslų ir uždavinių realizavimu. Jis tvirtins su Plano įgyvendinimu susijusius vidinius normatyvinius (reglamentuojančius) dokumentus, darbo planus, esant poreikiui, teiks rekomendacijas dėl efektyvesnio priemonių įgyvendinimo. Taip pat administracijos direktorius vykdys bendrąsias valdymo funkcijas ir kontroliuos plano įgyvendinimą (galutinius rezultatus, tikslingą ir efektyvų lėšų naudojimą). Administracijos direktorius užtikrins efektyvų išteklių, pirmiausiai – finansinių, naudojimą Plano įgyvendinimui bei Plano priemonės įgyvendinančių asmenų veiksmų kontrolę. Administracijos direktorius vertins Plano įgyvendinimo eigą ir kasmet tvirtins ir teiks Šilalės rajono savivaldybės tarybai Plano įgyvendinimo rezultatų pasiekimo, esminių rodiklių įgyvendinimo ir realizavimo eigos ataskaitą (parengtą Turizmo tarybos) bei užtikrins jos viešinimą.

Pagrindinių plano kryptių valdymas, atsižvelgiant į gerąją praktiką, bus vykdomas naujai kuriamo darinio, užtikrinsiančio koordinacines Plano įgyvendinimo funkcijas, Turizmo tarybos, į kurią įeis atsakingi Šilalės rajono savivaldybės administracijos darbuotojai, konkrečių turizmo ir poilsio sričių atstovai, Šilalės krašto gamtinės ir kultūrinės aplinkos, galinčios tapti patrauklumo baze, ekspertai, už turizmo sektorių atsakingi tarnautojai ir kt. Pagal poreikį ir susitarimą į Turizmo tarybą gali būti įtraukti kiti subjektai ir asmenys. Turizmo taryba bus formuojama atskiru Šilalės rajono savivaldybės direktoriaus įsakymu.

Turizmo taryba vykdys Plano priemonių įgyvendinimo valdymą, įgyvendina bendrą konkrečių priemonių įgyvendinimo planavimą ir kontrolę, betarpišką svarbiausių priemonių valdymą (įskaitant išteklių valdymą, ataskaitinių dokumentų rengimą ir teikimą).

Turizmo tarybos esminės funkcijos:

- Metinės plano įgyvendinimo programos parengimas;
- Plano biudžeto valdymas;
- Normatyvinių ir metodinių dokumentų, būtinų plano įgyvendinimui (pvz., plano įgyvendinimo rezultatų dokumentavimo tvarka), priėmimo plano rengimas;
- Vidinių normatyvinių dokumentų, susijusių su plano įgyvendinimu, teikimas Šilalės rajono savivaldybės administracijos direktoriui;
- Išteklių paskirstymo ir perskirstymo organizavimas
- Atskaitomybės (metinės) už Plano įgyvendinimą Šilalės rajono savivaldybės administracijos direktoriui ir, esant užklausi, betarpiškai kitiems atsakingiems subjektams, pvz., Šilalės rajono savivaldybės Tarybai, Centralizuotam vidaus audito skyriui.

Turizmo tarybai vadovaus išrinktas pirmininkas, jam talkinti numatomas 1 padėjėjas – administratorius. Kasmetinių programų pagrindu vadovai pirmininkas, konsultuodamasi su kitais Tarybos nariais, formuluos konkrečias užduotis plano įgyvendinimui. Taip pat numatys žmogiškųjų, materialinių ir techninių (technologinių) išteklių valdymo funkcijas bei formuos einamąją ataskaitinę dokumentaciją dėl plano priemonių įgyvendinimo.

Einamojo Plano priemonių įgyvendinimo ir administravimo bloką sudarys atsakingas (kurio funkcijoms bus priskirtas turizmo sektoriaus plėtojimas) Šilalės rajono savivaldybės administracijos padalinys, Turizmo informacijos centras (numatomas atskiros juridinio asmens suformavimas) ir jų žmogiškųjų išteklių pagrindu formuojamos laikinosios darbo grupės.

Šilalės rajono savivaldybės administracijos padalinys ir Turizmo informacijos centras Plano įgyvendinime dalyvaus per savo atstovus, kurie atliks tiek savo tiesiogines priskirtas administracines funkcijas, tiek ir funkcijas laikinosiose įgyvendinimo grupėse. Taip pat šie subjektai teiks Turizmo tarybai ir Šilalės rajono savivaldybės administracijos direktoriui siūlymus dėl Plano įgyvendinimo tobulinimo.

Laikinosios darbo grupės bus formuojamos atitinkamu Šilalės rajono savivaldybės administracijos direktoriaus įsakymu. Jos parengs technines priemonių įgyvendinimo užduotis, kuriose nustatys tikslūs, išteklių poreikį, dydžius ir apimtį, įgyvendinimo etapus, įgyvendinimo pabaigos datas, detalizuos tikslinius rodiklius, numatys galutinius rezultatus ir poveikį. Suformuluotos techninės užduotys bus patvirtinamos Šilalės rajono savivaldybės administracijos direktoriaus ir įgyvendinamos pačių laikinųjų darbo grupių užduotyse nustatytais sąlygomis.

Pasibaigus atitinkamų priemonių, kurios priskirtos konkrečiai grupei, įgyvendinimui laikinoji darbo grupė, atlikusi savo darbą, rengs ataskaitą, kuri bus aptariama ir patvirtinama Turizmo taryboje, ir išformuojama.

Pagrindinis reglamentuojantis dokumentas Plano įgyvendinimo srityje – plano įgyvendinimo nuostatai, kuriuose bus detalios aprašytos visų Plano valdymo sistemos dalių ir Grandžių pareigos ir jų pasiskirstymas, galios, teisės ir atsakomybė.

Kalbant apie Plano įgyvendinimo valdymą, pažymėtina, kad sėkmingai įgyvendinamos priemonės, kurių rezultatai turi santykinai didelį teigiamą poveikį Šilalės krašto turizmo ir poilsio sektoriaus plėtrai, privalo įgauti stacionarų funkcionavimo pobūdį ir būti perkeltos į einamosios veiklos režimą.

Plano įgyvendinimo procese planuojama panaudoti visus prieinamus materialinius ir žmogiškuosius išteklius. Finansinis Plano aprūpinimas numatomas daugiakanalinio finansavimo pagalba. Plano įgyvendinimo finansavimo šaltiniai apima:

- Savivaldybės biudžeto lėšas;
- Valstybės biudžeto lėšas;
- Europos Sąjungos struktūrinių ir investicijų kitų fondų lėšos;
- Privačių subjektų teikiamos lėšos (pvz., tikslinis finansavimas arba parama);
- Kitų teisėtų šaltinių lėšas.

Numatoma galimybė tam tikroms priemonėms (reikalaujančios išskirtinės kompetencijos ir kvalifikacijos, kuriomis nedisponuoja nei Šilalės rajono savivaldybės, nei Turizmo informacinio centro, nei kitų Plano įgyvendinimo valdymo struktūros darinių personalas) įgyvendinti pasitelkti išorės ekspertus, su kuriais būtų pasirašomos terminuotos arba neterminuotos paslaugų teikimo (arba darbo) sutartys.

### Plano įgyvendinimo rizikos

Esminės Plano įgyvendinimo rizikos yra skirstomas į tiesiogines ir netiesiogines. Tiesioginės rizikos apima visas rizikos rūšis kylančias ir valdymo sistemos kompozicijos. Tiesioginės rizikos:

- Išteklių nepagrįstumas (nepakankamumas) uždaviniams ir priemonėms įgyvendinti;
- Lankstumo stoka, nesugebėjimas reaguoti į naujų faktorių (nepriklausomų kintamųjų) atsiradimą;
- Ribota plano rezultatų sklaida ir nepakankamas adaptavimas;
- Nesėkminga valdymo struktūros konstrukcija ir, atitinkamai, formalus valdymo darinių darbas.

Netiesioginės valdymo rizikos:

- Nepakankamas ekspertų pastabų ir pasiūlymų įvertinimas;
- Plano sėkmingo įgyvendinimo rezultatų perkėlimo į einamosios veiklos režimą vėlavimas ar nebuvimas.

Rizikos mažinimo priemonės apima:

- Išorės veiksmų ir sąlygų, įskaitant tarptautinę turizmo paslaugų rinką, stebėseną;
- Visų suinteresuotų subjektų, įskaitant vietos gyventojus, įtraukimą į valdymą
- Viešas plano įgyvendinimo eigos ir einamųjų rezultatų pristatymą;
- Išorinę plano įgyvendinimo ekspertizę (pagal poreikį);
- Plano priemonių aprūpinimą atitinkamais (adekvačiais) ištekliais;
- Priemonių pasižymintį nepakankamu ištekliniu pagrindimu ir aprūpinimu atsisakymą;
- Vadybos kokybės didinimą pritraukiant kompetentingus vadybininkus problemų sprendimui;
- Debiurokratizavimą ir rutininių procedūrų automatizavimą.
- Plano įgyvendinimo stebėseną.

### Plano įgyvendinimo stebėsenos sistema

Plano stebėsenos sistema konstruojama įgyvendinimo rezultatų atitikties nustatytiems tikslams užtikrinimui. Tik efektyvios stebėsenos sistemos dėka įmanoma užtikrinti tikslingą, efektyvų bei rezultatyvų plano tikslų įgyvendinimą. Rinkodaros plano sėkmė yra grindžiama diegimo, vykdymo ir įgyvendinimo kokybe.

Pamatinis stebėsenos sistemos aspektas yra tinkamų, reikšmingų stebėsenos objektų, kurių pagalba bus vertinamas Rinkodaros plano vykdymas (įgyvendinimas), išryškkinimas. Plano įgyvendinimo stebėseną pirmiausiai bus vykdoma pagal Rinkodaros plane numatytas pasiekimo rodiklių skaitmenines reikšmes. Tačiau kiekybinių rodiklių stebėseną yra tik dalis stebėsenos objektų. Pirmiausiai, daliai Rinkodaros plano priemonėms yra numatyti ne tik kiekybiniai kriterijai, be to, įgyvendinimo sėkmingumas ir efektyvumas privalo būti vertinamas ir pagal efektyvumo, produktų, rezultatų ir efekto kriterijus.

Pagrindiniai stebėsenos objektai yra:

- Tikslinių kiekybinių rodiklių dinamika (priemonių planas);
- Sukurti „produktai“ (priemonių planas);
- Kasmetinio įgyvendinimo plano ir finansinio plano įvykdymas;
- Išskylantys sunkumai, problemos ir pasireiškiančios rizikos
- Kokybinė prioritetinių normatyvinių darinių (tikslų ir uždavinių) pažanga.

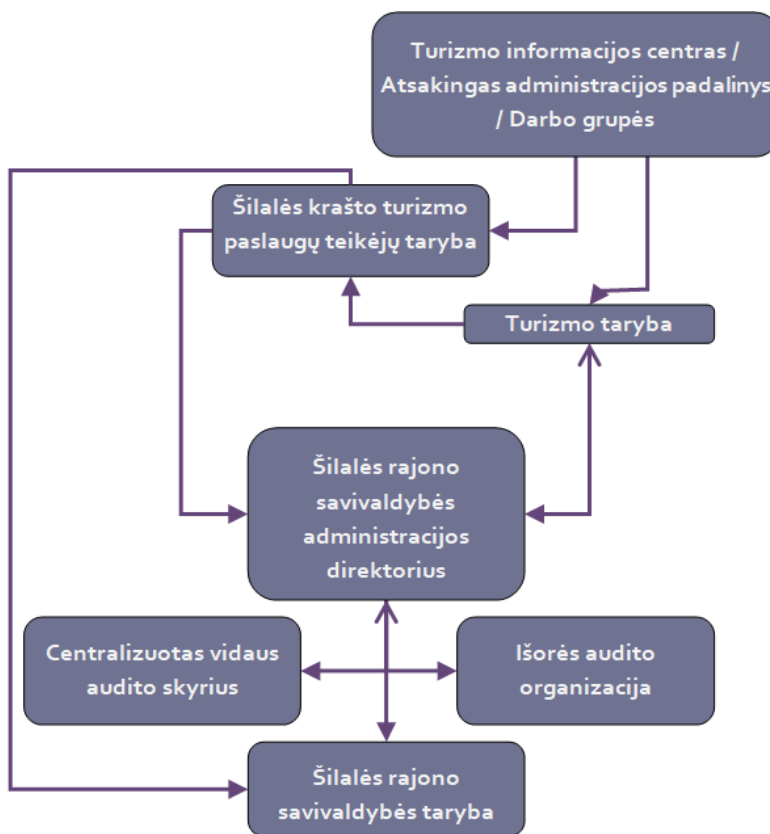
Būtent pastaroji žymi Plano įgyvendinimo sėkmę, todėl be priemonių plane nustatytų reikšmių stebėjimo, numatoma kasmet vertinti rodiklius, kurie rodo rinkodaros priemonių poveikį Šilalės krašto turizmo ir poilsio sektoriaus plėtrai:

- Lankytojų bei turistų skaičiaus Šilalės rajone pokyčiai;
- Turistų ir lankytojų sezoninio pasiskirstymo netolygumai;
- Turizmo ir poilsio sektoriaus subjektų apyvartos pokyčiai;
- Šilalės krašto kaip turistinės krypties žinomumo pokyčiai.

Sekantis svarbus stebėsenos sistemos aspektas yra organizacinė sistemos struktūra. Į stebėsenos sistemos struktūrą įeina:

- Darbo grupės;
- Atsakingas Šilalės rajono savivaldybės administracijos padalinis;
- Turizmo informacijos centras;
- Turizmo taryba;
- Šilalės rajono savivaldybės administracijos direktorius;
- Šilalės krašto turizmo paslaugų teikėjų taryba;
- Centralizuotas vidaus audito skyrius;
- Išorės audito organizacija;
- Šilalės rajono savivaldybės taryba.

**Schema 1. Plano įgyvendinimo stebėsenos struktūra<sup>36</sup>**



<sup>36</sup> ► žymi informacijos gavėją, < žymi grįžtamąjį ryšį.

Pradinis stebėsenos struktūros segmentas yra turizmo informacijos centras bei atitinkamas Šilalės rajono savivaldybės administracijos padalinys bei jų pagrindu formuojamos darbo grupės, t.y. dariniai atsakingi už Plano priemonių įgyvendinimą ir administravimą. Tačiau pačiame stebėsenos procese jie nedalyvauja, jie teikia duomenis, reikalingus vykdyti stebėsenai.

Pagrindinis organizacinis planinis vaidmuo stebėsenos procese priskiriamas Turizmo tarybai. Ji užtikrins informacijos apie Šilalės krašto turizmo ir rinkodaros sektoriaus plėtros (ir veiklos) esmines kryptis surinkimą ir sisteminimą, t.y. rodiklių, atspindinčių Plano tikslų pasiekimą sistema. Turizmo tarybos akumuliuojami duomenys bus pagrindas vertinti kokybės pokyčius aktualiose rinkodaros kryptyse. Todėl Turizmo taryba bus aprūpinta pakankamais ištekliais siekiant užtikrinti stebėseną ir įgyvendinti konkrečias stebėsenos priemones

Stebėsenos rezultatų kontrolės ir vertinimo procesai bus atliekami lygiagrečiais lygmenimis – vidiniu ir išoriniu.

**Lentelė 9. Plano įgyvendinimo vidinės stebėsenos organizmai ir mechanizmai**

| Organai                              | Kontrolės rūšys  | Kontrolės mechanizmai  |
|--------------------------------------|--|--|
| Turizmo taryba                       | Plano priemonių (tikslų ir uždavinių) įgyvendinimo rezultatų ir eigos vertinimas, įgyvendinimo nuolatinė priežiūra, įgyvendinamų priemonių tikslingumas ir įgyvendinimo eigos atitikimas strateginiams tikslams ir uždaviniams | Kiekybinių ir kokybinių priemonių įgyvendinimo rodiklių rinkimas, sisteminimas, interpretavimas ir apibendrinimas; plano įgyvendinimo rezultatų poveikio vertinimas; priemonių įgyvendinimo eigos ir rezultatų pasiekimo medžiagos vertinimas bei priemonių įgyvendinimo, tikslinio ir efektyvaus išteklių panaudojimo patikrų organizavimas |
| Administracijos direktorius          | Strateginio plano įgyvendinimo stebėseną ir vertinimą iš administracinės pusės, pavestų (deleguotų) užduočių įvykdymo sėkmingumo vertinimas, vykdomų priemonių įgyvendinimo efektyvumo ir rezultatų tinkamumo įvertinimas      | Vertina priemonių įgyvendinimo ir rezultatyvumo medžiagą, prižiūri Rinkodaros plano įgyvendinimą, įvertina išteklių panaudojimą, biudžetinais metais pasiektus rezultatus, analizuoja iškilusias (kylančias ir kiliančias) problemas   |
| Centralizuotas vidaus audito skyrius | Finansinis, veiklos ir valdymo auditas   | Visos plano įgyvendinimo medžiagos (ataskaitų, finansinių dokumentų ir kt.) bei faktinės Plano įgyvendinimo eigos ir realiųjų rezultatų vertinimas   |
| Taryba                               | Priemonių įgyvendinimo sėkmingumo ir atitikties nustatytiems tikslams vertinimas   | Kasmetinis Plano įgyvendinimo rezultatų, atspindėtų įgyvendinimo medžiagoje, nagrinėjimas ir svarstymas  |

Vidinė ekspertizė bus organizuojama remiantis Turizmo tarybos ir jai priskirtais ištekliais bei Šilalės rajono savivaldybės valdymo organų (Tarybos) ir Savivaldybės administracijos pajėgumais. Taigi Savivaldos vadovaujančios institucijos atliks ne tik bendro planavimo funkciją, bet ir tiesioginę Plano įgyvendinimo kontrolę, įtraukiančią *ex-post* įgyvendinimo vertinimą. Taip pat vidinės stebėsenos funkcijos natūraliai priskiriamos Šilalės rajono savivaldybės Centralizuotam vidaus audito skyriui, kadangi pastarasis yra atsakingas už organizacijos tikslų bei uždavinių pasiekimą, efektyvų išteklių naudojimą, informacijos pakankamumą ir pagrįstumą.

Viena iš Plano įgyvendinimo efektyvumo ir sėkmingumo prielaidų ir sąlygų yra išorinis Plano priemonių ir rezultatų vertinimas. Tai sąlygoja išorės ekspertų iš praktinės srities pritraukimą, išorės specialistų dalyvavimą stebėsenoje.

**Lentelė 10. Plano įgyvendinimo išorinės stebėsenos organizmai ir mechanizmai**

| Organai  | Kontrolės rūšys  | Kontrolės mechanizmai  |
|--|--|--|
| Šilalės krašto turizmo paslaugų teikėjų taryba | Plano priemonių (tikslų ir uždavinių) įgyvendinimo rezultatų ir eigos vertinimas, tikslinio finansavimo šaltinių naudojimo vertinimas, visuomeninė Plano įgyvendinimo ekspertizė ir plano įgyvendinimo efektyvumo kontrolė | Plano įgyvendinimo statistinių ir kokybinių duomenų ir dokumentų analizė; plano įgyvendinimo rezultatų poveikio vertinimas; visuomeninis (viešas) plano įgyvendinimo rezultatų, efektyvumo ir pasiekimų atitikimo nustatytiems tikslams ir uždaviniams svarstymas (vertinimas) vertinant Plano įgyvendinimo medžiagą |
| Išorės audito organizacija                     | Finansinis, veiklos ir valdymo auditas   | Visos plano įgyvendinimo medžiagos (ataskaitų, finansinių dokumentų ir kt.) bei faktinės Plano įgyvendinimo eigos ir realiųjų rezultatų vertinimas   |

Išorinė ekspertizė bus atliekama tiek Šilalės krašto turizmo paslaugų teikėjų tarybos, tiek išorės audito organizacijos. Išoriniame vertinime dalyvaus išorės ekspertai, kurie užtikrins pradinės stebėsenos grandies veiklos skaidrumą, efektyvumą bei informacijos objektyvumą ir skaidrumą.

Be to, stebėsenos ir kontrolės funkcijos taip pat yra vykdomos išorinė audito įmonės, kuri, esant poreikiui, užtikrins nepriklausomą Plano įgyvendinimo finansinį, valdymo ir veiklos įvertinimą.

Numatomi naudoti stebėsenos metodai apima

- Reguliarių informacijos rinkimą, kaupimą, apdorojimą;
- vidinės ir išorinės ekspertizės atlikimą;
- vidinio ir išorinio audito atlikimą;
- viešąjį stebėsenos rezultatų pristatymą.

Pagrindinis ir svarbiausias dokumentas, kurio pagrindu bus vykdoma stebėseną yra Metinė Plano įgyvendinimo programa, suderinta su Rinkodaros planu ir numatanti konkrečių išteklių priskyrimą priemonei.

Rinkodaros plano įgyvendinimo stebėseną bus vykdoma nuosekliai ir apims šiuos etapus ir procedūras:

1. Turizmo taryba parengia detalią metinę programą, tvirtinama Administracijos direktoriaus ir įgyvendinama Turizmo informacijos centro, Atsakingo Šilalės rajono savivaldybės administracijos padalinio bei jų sudarytų darbo grupių;
2. Įgyvendindami ir įgyvendinę programoje numatytus veiksmus, Turizmo informacijos centro, Atsakingo Šilalės rajono savivaldybės administracijos padalinio bei jų sudarytų darbo grupių atstovai teikia Turizmo tarybai duomenis apie įgyvendinimą;
3. Turizmo taryba atlieka konkrečius stebėsenos veiksmus;
6. Atliktų stebėsenos veiksmų pagrindu Turizmo taryba parengia Stebėsenos ataskaitą;
7. Parengta ataskaita pateikiama Šilalės krašto turizmo paslaugų teikėjų tarybai ir Šilalės rajono savivaldybės administracijos direktoriui;
10. Šilalės rajono savivaldybės administracijos direktorius tvirtina (patikslintą) Plano įgyvendinimo stebėsenos ataskaitą;

11. Šilalės rajono savivaldybės administracijos direktoriaus patvirtinta ataskaita yra pateikiama Šilalės rajono savivaldybės Tarybai;
12. Šilalės krašto turizmo paslaugų teikėjų taryba pateikia Šilalės rajono savivaldybės Tarybai įvertinimą ir išvadas dėl Plano įgyvendinimo;
15. Šilalės rajono savivaldybės Taryba organizuoja Plano įgyvendinimo vidinį auditą;
16. Šilalės rajono savivaldybės Tarybai tvirtina Plano įgyvendinimo ataskaitą, prie kurios pridedamos vidaus audito išvados ir išorės audito išvados
17. Patvirtintas galutinis ataskaitos variantas pristatomas turizmo ekosistemos dalyviams ir sektoriaus subjektams aptariamam ir paskelbiamam viešai.

Taip pat Strateginio plano įgyvendinimo stebėsenos eigoje numatomi opciniai elementai:

4. Turizmo taryba, esant reikalui, organizuoja konkrečių priemonių arba viso plano įgyvendinimo ir išteklių naudojimo patikrą (vertinimą), kurią atlieka specialiai kuriama komisija;
5. Įvykus patikrai, jos rezultatai inkorporuojami į integruotą Plano įgyvendinimo stebėsenos ataskaitą;
8. Administracijos direktorius, esant reikalui, grąžina Plano įgyvendinimo stebėsenos ataskaitą Turizmo tarybai tikslinti;
9. Turizmo taryba tikslina ataskaitą pagal Administracijos direktoriaus pastabas ir pakartotinai pateikia ją Administracijos direktoriaus tvirtinimui;
13. Atsižvelgdama į Šilalės krašto turizmo paslaugų teikėjų taryba įvertinimą ir išvadas, Šilalės rajono savivaldybės taryba, esant reikalui, grąžina Plano įgyvendinimo stebėsenos ataskaitą darbo Šilalės rajono savivaldybės administracijos direktoriui tikslinti;
14. Šilalės rajono savivaldybės administracijos direktoriui tikslina ataskaitą pagal Šilalės rajono savivaldybės tarybos pastabas ir pakartotinai pateikia ją Šilalės rajono savivaldybės tarybos tvirtinimui;
16. Šilalės rajono savivaldybės Tarybai organizuoja Plano įgyvendinimo išorinį auditą.

Pastarieji opciniai elementai į stebėsenos procesą gali būti įtraukti tik konkrečiomis sąlygomis:

- Informacijos trūkumas / nepakankamumas;
- Informacijos iškreiptumas / neobjektyvumas;
- Informacijos nepagrįstumas / neteisingumas;
- Apibendrintos informacijos (išvadų) neatitikimas duomenims.

Atitinkamame etape Administracijos direktorius arba Savivaldybės Taryba, norėdami grąžinti ataskaitą tikslinti, pildyti arba koreguoti, privalo argumentuoti savo poziciją ir nurodyti konkrečias ataskaitos dalis, kurių kokybė yra kvestionuojama, bei kvestionavimo pagrindą (pastarasis privalo būti empiriškai grindžiamas). Nesant motyvuotam teikimui tikslinti, pildyti arba koreguoti, ataskaitos projektas privalo būti patvirtinamas.

Vienas iš svarbiausių įgyvendinimo stebėsenos elementu yra Plano įgyvendinimo rezultatų viešinimas, kadangi viešinimas užtikrina Plano įgyvendinimo skaidrumą, taigi suteikia paskatą kokybiškai stebėsenai.

Galutiniai metiniai Plano įgyvendinimo ataskaitos variantai bus viešojo pobūdžio ir bus prieinami plačiajai visuomenei ir suinteresuotiems asmenims.

Kadangi stebėsenos procesas vyksta etapiškai, kiekvienam etapui yra numatyti laiko rėmai, kuriuose etapo veiklos privalo būti vykdomos.



**Lentelė 11. Plano įgyvendinimo stebėsenos etapų ir procedūrų trukmė**

|      | <b>Etapai ir procedūros</b>                                     | <b>Numatytas laikas</b> |
|------|---|-------------------------|
| I    | Detalios metinės programos parengimas                           | 4 sav. <sup>37</sup>    |
| II   | Detalios metinės programos tvirtinimas                          | 1 sav.                  |
| III  | Darbo grupių formavimas (įgaliojimų patvirtinimas)              | 2 sav.                  |
| IV   | Konkrečių stebėsenos veiksmų atlikimas ir duomenų sisteminimas  | NT <sup>38</sup>        |
| V    | Informacijos pateikimas Išorės akademiniam komitetui            | NT                      |
| VI   | Integruotos Plano įgyvendinimo stebėsenos ataskaitos parengimas | 4 sav. <sup>39</sup>    |
| VII  | Ataskaitos nagrinėjimas ir tvirtinimas                          | 4 sav.                  |
| VIII | Vidaus audito atlikimas <sup>40</sup>                           | 3 sav.                  |
| IX   | Išorės audito atlikimas <sup>41</sup>                           | 4 sav.                  |
| X    | Ataskaitos nagrinėjimas ir tvirtinimas Savivaldybės taryboje    | 3 sav.                  |
| XI   | Ataskaitos pateikimas viešajam vertinimui ir aptarimas          | 3 sav.                  |

Pažymėtina, kad etapų ir procedūrų atlikimui numatytas laikas, nurodytas aukščiau patektoje lentelėje, apima ir opcinis stebėsenos proceso elementus.

### Plano peržiūra ir korekcija

Plano ir jo priemonių įgyvendinimo bei rezultatų atitikties planuojamiems pasiekti tikslams stebėseną ir ekspertizę leis užtikrinti adekvačią ir savalaikę plano korekciją, iškilus būtinybei papildyti Planą naujais elementais ir eliminuoti neaktualius.

Plano peržiūra ir koregavimas – tai procesas, kurio metu Plano tikslai, uždaviniai, priemonės bei rodikliai ir jų reikšmės yra papildomi naujais elementais, keičiami arba išbraukiami.

Peržiūros ir korekcijos procesas užtikrins plano koncepcinį ir struktūrinį vientisumą, demonstruos aukšto lygio iniciatyvas, kūrybiškumą ir inovatyvų mąstymą bei padės siekti plano tikslų bei geriau įgyvendinti nustatytus turizmo ir poilsio rinkodaros prioritetus .

Peržiūros esminiai tikslai:

- Užtikrinti, kad įgyvendinamas rinkodaros planas atitiktų realaus laiko poreikius ir galimybes;
- Užtikrinti, kad rinkodaros planas apimtų visus reikalingus komponentus, o nereikalingi Plane nefigūruotų;
- Pateikti konstruktyvią poziciją dėl rinkodaros sistemos plėtros ir tikslų bei detalizuoti ir praplatinti rinkodaros plane išdėstytas nuostatas.

Teisę inicijuoti Plano korekciją turi:

- Darbo grupės;
- Turizmo informacijos centras;
- Administracijos padalinis;
- Administracijos direktorius.

<sup>37</sup> Skaičiuojant nuo ankstesnių kalendorinių metų lapkričio 1 d.

<sup>38</sup> Nuolatiniu ir tęstiniu pagrindu

<sup>39</sup> Skaičiuojant nuo sekančių nei ataskaitiniai metai vasario 1 d.

<sup>40</sup> Įeina į ataskaitos nagrinėjimo ir tvirtinimo laiką

<sup>41</sup> Įeina į ataskaitos nagrinėjimo ir tvirtinimo laiką

Šilalės rajono savivaldybės taryba, būdama Savivaldybės atstovaujamoji institucija, turinti vietos valdžios ir viešojo administravimo teises ir pareigas, savo ruožtu, gali rekomenduoti Administracijos direktoriui inicijuoti Rinkodaros plano peržiūrą ir korekciją, arba įpareigoti Administracijos direktorių atlikti Tarybos numatytas korekcijas.

Peržiūrint Planą gali būti koreguojami:

- Plano rodikliai;
- Plano priemonės;
- Plano uždaviniai;
- Plano tikslai.

**Lentelė 12. Šilalės rajono turizmo rinkodaros plano korekcijų inicijavimo teisės paskirstymas**

|                        |                              | Korekcijos tipas      |                               |                               |                  |
|------------------------|------------------------------|-----------------------|-------------------------------|-------------------------------|------------------|
|                        |                              | Rodiklių korekcija    | Priemonių korekcija           | Uždavinių korekcija           | Tikslų korekcija |
|                        |                              | Papildymas Pakeitimas | Eliminavimas Naujų įtraukimas | Eliminavimas Naujų įtraukimas | Naujų įtraukimas |
| Korekcijų iniciatoriai | Darbo grupės                 |                       |                               |                               |                  |
|                        | Turizmo informacijos centras |                       |                               |                               |                  |
|                        | Administracijos padalinys    |                       |                               |                               |                  |
|                        | Administracijos direktorius  |                       |                               |                               |                  |

Įvertinant laiko apribojimus ir platų klausimų, kuriuos apima rinkodaros planas, spektrą privalu išlaikyti lankstumą ir proceso paprastumą, siekiant peržiūros tikslų. Iš kitos pusės Plano korekcija negali tapti atsakomybės, kurią prisiima Šilalės rajono savivaldybės administracija patvirtinus šį Planą, atsisakymu ir atsiskaitomybės supaprastinimu.

Todėl privalu laikytis griežtų procedūrinių nuostatų, kurios neleis koreguoti Plano, kurį įgyvendinti įstaiga įsipareigoja, nesant objektyviam pagrindui:

- Plano tikslai negali būti eliminuojami, kadangi jie indikuoja pagrindinis tęstinės siekiamybės turizmo rinkodaros srityje, kurios negali keistis, be to, tikslų eliminavimas sąlygotų visos Plano loginės matricos pertvarka. Tačiau į Planą gali būti įtraukti nauji tikslai, tokiu atveju yra būtina pateikti ir visą naujo tikslo detalizavimą (uždavinius, priemones bei rodiklius su įgyvendinimo laikotarpiais ir atsakingais subjektais). Nauji tikslai į planą įtraukiami tik tuo atveju, jeigu jie prisidės prie Šilalės rajono turizmo ir poilsio sektoriaus vystymosi konkrečia prioritetine kryptimi ir jeigu pastarajam tikslui pasiekti numatyti uždaviniai ir priemonės negali būti inkorporuotos į jau esamus tikslus ir uždavinius;
- Plano uždaviniai gali būti eliminuojami tik tuo atveju, jeigu jų įgyvendinimas neprisideda prie Rinkodaros plane iškeltų tikslų siekimo. Nauji uždaviniai į Planą gali būti įtraukti tik tuo atveju, jeigu jie prisidės prie numatytų rinkodaros tikslų siekimo ir jeigu naujo uždavinio priemonės negali būti inkorporuotos į esamus Plano uždavinius. Pildant Planą nauju uždaviniu yra privaloma pateikti ir visą naujo uždavinio detalizavimą (priemones bei rodiklius su įgyvendinimo laikotarpiais ir atsakingais subjektais).

- Plano priemonės gali būti eliminuojamos, jeigu jų įgyvendinimas neprisideda prie plano uždaviniu ir, tuo pačiu, tikslų įgyvendinimo. Taip pat plano priemonės gali būti eliminuojamos, jeigu jų įgyvendinimas yra neįmanomas dėl priežasčių, visiškai nepriklausančių nuo Šilalės rajono savivaldybės arba kitų Šilalės rajono turizmo ir poilsio sektoriais subjektų, pvz., priemonė 3.3.3 nėra įgyvendintina, kadangi visos šalies ir užsienio žiniasklaidos priemonės atsisako bendradarbiauti su Šilalės rajono savivaldybe ir kitais rajono turizmo sektoriaus subjektais, nenurodydamos priežasčių, kurias eliminuoti Šilalės rajono savivaldybės administracija, turizmo produktų ir paslaugų teikėjai bei kt. suinteresuoti asmenys turi galių. Naujos priemonės į planą įtraukiamos tuo atveju, kai jos gali prisidėti prie uždavinio įgyvendinimo ir nesidubliuoja su esamomis priemonėmis bei negali būti traktuojamos kaip sudėtinė esamų priemonių dalis. Įtraukiant į Planą naują priemonę privalu pateikti priemonės rodiklius, įgyvendinimo laikotarpį ir atsakingus asmenis).
- Plano rodikliai negali būti eliminuojami, kadangi numatyti Plane turizmo ir poilsio sektoriaus rinkodarinės veiklos elementai privalo būti vertinami. Numatyti plano rodikliai gali būti tik papildomi naujais (išplečiami), arba pakeičiami naujais. Numatyti rodikliai keičiami naujais rodikliais tik tuo atveju, jeigu užfiksuoti rodikliai neparodo Plano įgyvendinimo rezultatų, tuo tarpu nauji rodikliai padeda įvertinti Plano įgyvendinimo rezultatus. Esami rodikliai papildomi (išplečiami) tuo atveju, kai tai užtikrina Plano įgyvendinimo vertinimo platesnes galimybes, įgyvendinimo ekspertizės visapusiškumą bei leidžia pilna apimtimi įvertinti Plano elemento poveikį.

Principinė strateginio valdymo metodologinė nuostata, kurios privalu laikytis koreguojant Planą – Plano loginės struktūros išsaugojimas, t.y. Plano tikslui pasiekti privalo būti numatyti bent 2 uždaviniai, plano uždaviniui įgyvendinti privalo būti numatytos bent 2 priemonės<sup>42</sup>.

Planas gali būti koreguojamas tik 1 kartą per metus 2021 – 2025 m.<sup>43</sup> laikotarpiu, baigiantis Plano įgyvendinimo stebėsenos metiniam ciklui. Nors plėtros plano koregavimo procesas įtraukia daug subjektų, sprendimas dėl Plano korekcijos yra priimamas Mero arba Administracijos direktoriaus.

Rinkodaros plano koregavimo procesas apima 3 žingsnius:

- Inicijavimas: Darbo grupės, Turizmo informacijos centras, Administracijos padalinys I ir III kalendorinių metų ketvirčių pabaigoje (nuo kovo 15 d. iki kovo 31 d. ir nuo rugsėjo 15 d. iki rugsėjo 31 d.) teikia (pagal poreikį) Administracijos direktoriaus derinimui Rinkodaros plano korekcijos argumentuotus siūlymus, kuriuose išdėstoma: korekcijos objektas, korekcijos pagrindimas ir korekcijos pasekmės (rezultatai). Administracijos direktorius, įvertinęs pateiktą informaciją ir siūlymų pagrįstumą, esant poreikiui, patikslina<sup>44</sup> siūlymų sąrašą, taip pat, savo nuožiūra siūlo Plano korekcijos argumentuotus variantus, kurie taip pat yra pateikiami formaliu raštu, nustatančiu korekcijos objektą, korekcijos pagrindimą ir korekcijos pasekmes (rezultatus);
- Sprendimo priėmimas: Administracijos direktorius IV ketvirčio pabaigoje, atsižvelgdamas į Rinkodaros plano įgyvendinimo stebėsenos rezultatus bei į Savivaldybės mero ir Savivaldybės

<sup>42</sup> Priešingu atveju, nesivadovaujant šia nuostata, neišlaikomas Plano loginės struktūros hierarchiškumas, atitinkamai prarandama galimybė vertinti akumuliuotus skirtingų veiksmų rezultatus bei atsiranda rizika sutapatinti konkretaus veiksmo fizinę išraišką su pasiektu rezultatu

<sup>43</sup> Paskutinių 2 Rinkodaros plano laikotarpio metų (2026 m. ir 2027 m.) eigoje Rinkodaros plano koregavimo galimybės nenumatomos, kadangi baigiantis plano įgyvendinimui koregavimo galimybė lemia didelę dirbtinio (išbraukiant normatyvinius darinius, kurių įgyvendinimo pažanga yra nereikšminga, mažinant nustatytas siektinas rodiklių reikšmes ir pan.) Plano nuostatų koregavimo (siekiant geresnio Plano įgyvendinimo vertinimo galutinių rezultatų) riziką

<sup>44</sup> Arba koreguodamas siūlymų turinį, arba grąžindamas siūlymus tikslinti (per pagrįstą laiko tarpą) teikėjui

tarybos rekomendacijas ir siūlymus priima sprendimą dėl Plano korekcijos. Jeigu Administracijos direktorius atmeta pateiktas rekomendacijas ir siūlymus dėl Plano korekcijos, sprendimas privalo būti motyvuotas ir išdėstytas oficialiu raštu;

- Tvirtinimas: Jeigu Administracijos direktorius pritaria siūlymams dėl Plano korekcijos, tai yra patvirtinama oficialiu raštu, Planas yra koreguojamas pagal pateiktus siūlymus, tvirtinamas Administracijos direktoriaus ir pateikiamas Tarybos tvirtinimui kartu su Plano įgyvendinimo stebėsenos ataskaita.

Pažymėtina, kad Rinkodaros plano koregavimas gali būti atliekamas ir neplaniniu būdu, esant sąlygoms ir veiksniams, kurie:

- Lemia netikslingą lėšų ir kitų išteklių naudojimą;
- Generuoja rezultatus, kurie gali turėti neigiamą poveikį Šilalės krašto turizmo ir poilsio sektoriui.

Visos korekcijos, tiek patvirtintos, tiek nepatvirtintos, privalo būti fiksuojamos siekiant užtikrinti Šilalės rajono turizmo rinkodaros veiklos skaidrumą ir atsakomybės vengimo eliminavimą. Dėl šios priežasties visi siūlymai dėl Plano korekcijos bei siūlymų atmetimo raštai ir pritarimo siūlymams raštai bus pridedami prie Rinkodaros plano (kaip priedai).

## PRIEDAS 1. RINKODAROS PRIEMONIŲ APRAŠYMAS (PAGRINDIMAS , DETALIZAVIMAS ir ĮGYVENDINIMO REKOMENDACIJOS)

| Nr. | Nr. | Nr. | Priemonė  | Aprašymas (pagrindimas, detalizavimas ir įgyvendinimo rekomendacijos)  |
|-----|-----|-----|---|--|
| 1   | 1   | 1   | Esamų turizmo ir poilsio sektoriaus įmonių ir įstaigų vystymosi palaikymas ir naujų kūrimosi skatinimas | Siekiant užtikrinti paklausą, būtina adekvati turizmo ir poilsio paslaugų bei produktų pasiūla, todėl įgyvendinant šią priemonę numatomas esamų turizmo ir poilsio produktų ir paslaugų teikėjų, pasižyminčiu patrauklumo potencialu, palaikymas ir plėtros rėmimas. Taip pat, dėsninga, siekiant paklausos augimo (minimaliai - nemažėjimo), būtinas naujų turizmo ir poilsio įmonių, įstaigų ir objektų kūrimo ir formavimosi skatinimas (pvz., pagalba įmonių steigimuisi). Investicijų į turizmo ir poilsio sektorių didinimas, paslaugų teikėjų skaičiaus augimas, gyventojų verslumo vystymas leis privačios ir viešosios iniciatyvos sąveikos dėka plėtoti naujus turizmo ir poilsio produktus, turinčius tvarų pagrindą (logiškai formuojamus vietiniu, pvz., bendruomeniniu, pagrindu) <sup>45</sup> bei orientuotas į atitinkamas nišas (specializavimasis). Siekiant padidinti vietinės iniciatyvos (iš apačios į viršų, angl. <i>bottom-up</i> , prieigos pagrindu) aktyvumą, siūloma organizuoti akciją, kurios metu Šilalės rajono gyventojai galėtų siūlyti įdomiausius objektus, erdves, renginius bei vietinius maršrutus ir kt. Priemonė leis sukurti optimaliai diversifikuotą ir maksimaliai aplinkai pritaikytą paslaugų ir produktų pasiūlą, pasižyminčią kompleksiskumu, atsinaujinimu, elementų suderinimu (skirtingų paslaugų paketais) ir pilnu pasiūlos spektru (lankytini objektai, maršrutai, ekskursijos, pramogos, apgyvendinimas, maitinimas, edukacija, aktyvus poilsis), jo elementu darna. Taip pat priemonė leis prioritetizuoti pasiūlos elementus (išskiriant svarbiausius reprezentacinius ir, atitinkamai, remtinius produktus) bei pagerinti subjektiškumą (pvz., Šilalės gidų asociacijos veiklą, apibrėžiant jų veiklos aprėptį). |
| 1   | 1   | 2   | Sezoniškumo mažinimo iniciatyvų skatinimas ir vystymas  | Sezoniškumui būnant didžiausiu rizikos veiksniu net ir turizmui itin palankiomis laikomose vietovėse, sezoniškumo mažinimas yra vienas esminių turizmo ir poilsio paslaugų ir produktų pasiūlos formavimo aspektų. Įgyvendinant priemonę numatomas sezoninių produktų ir paslaugų plėtojimas (mažinant sezoniškumo įtaką ir didinant renginių ir pramogų pasiūlą ne sezono metu). Planuojama (sąveikaujant su privačiu ir nevyriausybinio sektoriumi) kurti žiemos sezono produktus bei paketus, skirtus skirtingiems segmentams (suaugusiems, ieškantiems ramaus poilsio ir atokvėpio gamtoje bei pažintinių paslaugų santykinai mažose grupėse; šeimoms ir poroms, akcentuojant jaukų šeimynišką poilsį, ramias atostogas). Didelis dėmesys šioje priemonėje skirtinas renginiams, kadangi jie yra vienas iš efektyviausių būdų mažinti  |

<sup>45</sup> Šiuo atveju galima paminėti „Gyvenk kaip vietinis“ (angl. *live like a local*) koncepciją, kurio rėmuose vietinės bendruomenės ir individai padeda formuoti turizmo ir poilsio produktų ir paslaugų pasiūlą, besiremiančia jų specifinėmis žiniomis, patirtimi ir išmanymu, susijusiu su gyvenamąja vieta. Todėl ši pasiūla gali formuoti išskirtinius potyrius, kurie neįmanomi esant kitiems produktų ir paslaugų kūrimo pagrindams.

ŠILALĖS RAJONO TURIZMO RINKODAROS PLANAS

|   |   |   |  |   |
|---|---|---|--|---|
|   |   |   |  | sezoniškumą (pvz., žiemos sporto ar žvejybos renginiai sutraukia didelio masto tikslines auditorijas), todėl rekomenduojama parengti kalėdinio (naujametinio) renginio koncepciją (kalėdinis laikotarpis Šilalės rajono gražiausioje vietoje) ir praveisti bandomąjį renginį. Planuojama, kad tokio tipo veiksmai kurs efektą ne tik ne sezono metu, bet ir sezono metu, kadangi nesezoninių turizmo ir poilsio paslaugų produktų specifika lemia jų galimybę didinti turistų apsilankymo trukmę ir buvimo Šilalės rajone (apsistojimo) laiko ilginimą.   |
| 1 | 1 | 3 | Turizmo paslaugų ir produktų inventorizavimas ir institucionalizavimas         | Norint valdyti bei aktualizuoti turistams ir lankytojams siūlomų produktų ir paslaugų kiekybinius ir kokybinius parametrus, būtina sudaryti išsamų lankytinų objektų ir paslaugas teikiančių subjektų bei jų siūlomų produktų ir prekių sąvadą, kurio pagrindu būtų galima pagal skirtingus pjūvius analizuoti ir vystyti turizmo pasiūlą. Priemonė apima tokias veiklas, kaip ekskursijų ir edukacinių paslaugų sąrašo sudarymas; turistinių maršrutų (pėsčiųjų, dviračių, automobilių) revizija ir naujo sąrašo sudarymas (įskaitant bendrus maršrutus su kitais teritoriniais – administraciniais dariniais (savivaldybėmis)); Savivaldybėje vykstančių renginių (kultūrinių-meninių renginių bei sporto-aktyvaus laisvalaikio (pvz., baidarių, arba medžioklės, arba krepšinio ir pan.) renginių, į kuriuos galima pritraukti lankytojus) revizija ir naujo sąrašo bei tinklelio (plano) sudarymas; lankytinų vietų ir objektų bei amatų, kurių stebėjimą, paslaugas ir produktus, galima siūlyti turistams, aktualizavimas bei sąrašo sudarymas ir pan. taip pat numatoma parengti atskirų paslaugų (pramogų) (apgyvendinimo, maitinimo, prekybos, nuomos, amatininkų, kultūros, gidų (ekskursijų)) katalogus bei atskirų produktų ir objektų bei maršrutų aprašus ir suformuoti produktams bei jų kompleksams rekomendacinius – informacinius paketus (leidinių, lankstinukų, socialinių tinklų ir pan. priemonių derinį). Tokiu pagrindu būtų sukurta tiksni turizmo sektoriaus duomenų bazė, kurią būtų galima nuolatiniu pagrindu atnaujinti ir naudoti. |
| 1 | 2 | 1 | Turizmo sektoriaus žmogiškųjų išteklių kokybės gerinimo prielaidų suformavimas | Vienas svarbiausių turizmo potyrio elementų yra bendravimas, kurio pagrindas yra atitinkamos kokybės žmogiškieji išteklių, administruojantys turizmo produktus ir dalyvaujantys paslaugų teikime. Todėl priemonės pagalba numatoma sudaryti sąlygas gerinti turizmo ir poilsio paslaugų teikėjų kompetenciją ir kelti darbuotojų kvalifikaciją (remti žmogiškųjų išteklių tobulinimo ir pan. iniciatyvas). Tiek norint kokybiško paslaugų teikimo, tiek siekiant efektyvios rinkodaros būtina ne tik gerinti žmogiškųjų išteklių įgūdžius ir gebėjimus jų profesinėse srityse bei tokiomis temomis, kaip aptarnavimo kokybė, konfliktų valdymas ir pan., bet ir vystyti vidinę turizmo ir poilsio paslaugas teikiančių įmonių ir produktus siūlančių organizacijų rinkodarą, kurią sudaro tokie kompleksiniai elementai, kaip darbuotojų kvalifikacijos formavimas ir palaikymas, organizacijos ir sektoriaus klientų aptarnavimo filosofija, bendravimas organizacijos viduje ir t.t. Aukšta personalo kokybė derinyje su personalo vertybėmis, orientuotomis į auto lygio produktus ir paslaugas lems aukštą Šilalės krašto turizmo ir poilsio pasiūlos kokybę.   |
| 1 | 2 | 2 | Turizmo paslaugų ir produktų turinio tobulinimo skatinimas                     | Norint patenkinti, išlaikyti ir priversti sugrįžti turistą bei lankytoją privalu tobulinti turizmo paslaugų ir produktų turinį bei diversifikuotumą, interaktyvumą ir lankstumą. Įgyvendinant priemonę numatoma vystyti papildomas paslaugas turistiniuose objektuose ir paslaugų teikimo vietose (kooperacijos tarp skirtingų įmonių ir organizacijų pagalba, pvz., lankytiname objekte galima gauti maitinimo paslaugas, kurių teikimą organizuotų kitoje vietoje esanti maitinimo įstaiga ir pan.). Kryptingi veiksmai šioje srityje lems padidėjusi   |



ŠILALĖS RAJONO TURIZMO RINKODAROS PLANAS

|   |   |   |   |  |
|---|---|---|---|--|
|   |   |   |   | teikiamų paslaugų, rūšių, tipų skaičių, pvz., sudarant išplėstinius siūlomų produktų ir paslaugų pasiūlymus, t.y. siūlyti ne vieną arba dvi nakvynes 1 ar 2 vietų kambaryje, bet siūlyti skirtingus kambarių variantus, praturtinant juos skirtingos trukmės pasiūlymais ir papildomomis integruojamomis paslaugomis, pvz., maitinimo. Tai suteiks turistui ir lankytojui didesnes galimybes rinktis ir, atitinkamai, didesnes jo poreikių tenkinimo galimybes.  |
| 1 | 2 | 3 | Turizmo produktų ir paslaugų vartotojų įtraukties į produktų ir paslaugų vystymą sistemos sukūrimas | Norint didesnės turizmo ir poilsio produktų ir paslaugų atitikties turistų ir lankytojų poreikiams bei lūkesčiams numatoma suformuoti grįžtamojo ryšio būdu gaunamų pasiūlymų įgyvendinimo (produktų ir paslaugų tobulinimo) sistemą, t.y. sistemą, kurioje paslaugų ir produktų vystymo pagrindas yra vartotojų preferencijos. Užtikrinti grįžtamąjį ryšį ir suteikus paslaugą gauti grįžtamąjį atsaką iš paslaugos gavėjo iš svečių yra itin svarbu norint užtikrinti paslaugos ar produkto sėkmę. Todėl siekiama, kad kiekvienos paslaugos gavėjas ir kiekvieno produkto vartotojas turėtų galimybę palikti atsiliepimą su rekomendacine skiltimi, pvz., jeigu vartotojas iš TIC svetainės parsisiunčia maršrutą, rekomenduojama po kelių dienų prašyti jo įvertinti maršruto patrauklumą, objektų įdomumą, informacijos tikslumą ir pan., arba po kiekvienos ekskursijos svečiams nusiųsti trumpą kelių klausimų anketą, kurioje respondentas turėtų nurodyti, ar jam patiko/nepatiko ekskursija, įvertintų gido paslaugas, profesionalumą ir kitas ekskursijos sudedamąsias dalis. Taip bus suformuotas tvarus pagrindas turizmo ir poilsio paslaugų kokybės gerinimui ir turinio vystymui. |
| 1 | 2 | 4 | Prekių ir paslaugų standarto sukūrimas  | Siekiant turizmo ir poilsio produktų ir paslaugų atitikties aukštiesiems reikalavimams bei norint suformuoti Šilalės krašto kaip svetingo ir aukštos kokybės paslaugas teikiančios vietovės įvaizdį, būtina suformuoti turizmo standartą, kuris būtų taikomas žymint aukščiausio lygio kriterijus atitinkančias paslaugas ir produktus, už kurių vertę atsakomybę prisiimtu turizmo ir poilsio sektorių administruojančios viešosios Savivaldybės institucijos. Įgyvendinus priemonę aukščiausio lygio reprezentaciniai produktai ir paslaugos būtų žymimos atitinkame žyme (pvz., „Šilalė garantuoja“, „Svetinga Šilalė“, „Šilalei rūpi“), reiškiančia kad produktas ar paslauga buvo audituotos ir jai skirtas aukščiausias įvertinimas. Tai suteiktų turistams ir lankytojams patikimumo garantiją ir viešojo sektoriaus dalyvavimą turizmo ir poilsio paslaugos teikime ar produkto vartojime, lemiančiame varotojo teisių ginimo galimybę.  |
| 1 | 3 | 1 | Kultūrinės ir gamtinės aplinkos išsaugojimas ir tobulinimas   | Šilalės krašto turizmo ir poilsio pagrindas yra kultūrinė (istorinė) ir gamtinė aplinka, todėl būtent pastaroji (bent jau pradinėje pasiūlos vystymo stadijoje) yra kertinis elementas, kurio pagrindu galima pritraukti objektyviai produktus ir paslaugas vertinantį turistą ir lankytoją į Šilalės kraštą. Todėl priemonės rėmuose numatomas kultūros ir gamtos paveldo apsaugos bei biologinės įvairovės išsaugojimas, tuo pačiu užtikrinant jų turistinį patrauklumą ir galimybę išnaudoti turizmo ir poilsio reikmėms (pvz., derinant turizmo infrastruktūros objektų vystymąsi su gamtinės aplinkos ir kultūrinio paveldo apsaugos prioritetais). Priemonės įgyvendinimo dėka numatoma išlaikyti ir puoselėti paveldą išlaikant jo išnaudojimo turizmui galimybę (t.y. nekonservuojant objektų, minimizuojant veiklą šalia jų arba juose, iš vienos pusės, ir jų nenaikinant ir nepažeidžiant komerciniais tikslais, iš kitos).   |
| 1 | 3 | 2 | Urbanistinių –  | Turizmo paslaugos teikimo ir produkto vartojimo fizinis vaizdas taip pat yra labai svarbus potyrio elementas.  |



|   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|
|   |   |   | architektūrinių aplinkos savybių gerinimas  | Todėl numatoma įgyvendinti projektus, skirtus atitinkamų vietovių urbanistines, architektūrinės ir kraštovaizdinės aplinkos pagerinimu. Panaudojus skirtingų šaltinių (ES struktūrinių ir investicijų fondų, ES kaimynystės programų, EEE ir Norvegijos karalystės mechanizmo lėšas) numatoma pagerinti turizmo aplinkos urbanistinį-architektūrinį vaizdą, leisianti išlaikyti ir suformuoti Šilalės krašto turistams ir lankytojams patrauklią paslaugų gavimo ir produktų vartojimo estetinę aplinką, tuo pačiu sukurančią potyrio autentiškumo jausmą.  |
| 1 | 3 | 3 | Šalia turizmo objektų esančių infrastruktūrinių elementų būklės palaikymas ir tobulinimas | Bet kuris turizmo produktas ir paslauga vertinami kompleksiskai, todėl turizmo paslaugos ar produkto vartotojui labai svarbus yra turistinės infrastruktūros, esančios šalia jiems aktualių objektų, buvimas ir kokybė. Kadangi retas produktas ar paslauga vertinami tik savo rėmuose, jų pratęsimo ir sąsajos su kitomis turizmo ekosistemos dalimis galimybės yra kritiškai svarbios tiek pačiam objektui, tiek visam Šilalės krašto turizmo sektoriui. Todėl įgyvendinant šią priemonę numatomos įgyvendinti infrastruktūrinių elementų (susisiekimo elementų, pvz., takų grindinių, informacinių elementų, pvz., ženklinimo elementų), esančių šalia turizmo objektų, lankytinų vietų ir paslaugų teikimo vietų, gausinimas, būklės palaikymas ir gerinimas  |
| 2 | 1 | 1 | Vietos asmenims aktualių tapatybės savybių nustatymas                                     | Tvarus įvaizdis gali būti suformuotas tik esant objektyviam pagrindui, kuri palaiko visa aplinka ir kuris turi aiškų patirtinį ir savivokos fundamentą. Geriausias būdas nustatyti tokį pagrindą yra vietos bendruomenės suvokimo apie Šilalės kraštą, kaip lankytiną vietą, vertinimas. Įgyvendinant šią priemonę numatomas aktualių vietos gyventojams ir turizmo ekosistemos dalyviams Šilalės krašto savybių, vertybių išskyrimas, leisiantis tikslingai formuoti Šilalės krašto įvaizdį turint konsoliduotą pagrindą. Tam bus organizuotos įvaizdžio apibrėžimo akcijos, vaikų konkursai, įvaizdžio (pagrindo) kūrimo seminarai, kuriuose visi norintys ir galintys prisidėti prie Šilalės krašto, kaip turistinė vietovės svarbiausių bruožų apibūdinimo, galės dalyvauti ir pateikti savo siūlymus (atitinkamose rėmuose apibrėžtuose objektyvių Šilalės krašto charakteristikų, pvz., istorinio – pažintinio, darnaus ir ekologinio turizmo elemento preferencijų ar pan.). |
| 2 | 1 | 2 | Akademinės ir ekspertų bendruomenės įtraukimas į Šilalės krašto išskirtinumo apibrėžimą   | Tvariam įvaizdžiui yra būtinas ir specialistų, gerai išmanančių Šilalės krašto specifiką ir istoriją, įsitraukimas, kadangi jie disponuoja didele normatyvinės ir empirinės informacijos apimtimi, kuri paliudys išskirtinių Šilalės krašto, kaip turizmui ir lankymui palankios vietos, savybių pagrįstumą faktiniais duomenimis. Akademinės ir ekspertinės bendruomenės (geografų, istorikų, kultūrologų ir pan. sričių specialistų) pasitelkimas akcentuotinių tapatybės savybių išskyrimui, numatoma vyks užsakant atitinkamas nedidelės apimties studijas, kuriose bus nustatytos istoriškai ir kultūriškai pagrįstos charakteristikos, leisiančios integruoti į Šilalės krašto įvaizdį svarbius elementus, susiejant juos su objektyvia situacija, ir įtvirtinant jų nenuginčijamumą. Tai yra labai svarbu sukurti įvaizdžio tvarumui.  |
| 2 | 1 | 3 | Turizmo produktų ir paslaugų vartotojams aktualių savybių identifikavimas                 | Objektyvios ir savivokos pagrindu išskiriamos Šilalės krašto, kaip turizmui ir poilsiui lankais vietos, savybės turi koreliuoti su faktiniais turizmo ir poilsio paslaugų bei produktų vartotojų poreikiais, reikalavimais ir lūkesčiais. Esami ir potencialūs Šilalės krašto lankytoji ir turistai turi suvokti Šilalės kraštą kaip sau palankų darinį, tik tokiu atveju jie rinksis Šilalės kraštą kaip savo kelionės ar poilsio tikslą ir objektą. Todėl įgyvendinant priemonę numatoma nustatyti turistams ir lankytojams aktualių Šilalės krašto savybių paklausos   |



|   |   |   |  |   |
|---|---|---|--|---|
|   |   |   |  | ir pasiūlos situaciją. Tai turėtų būti atlikta atliekant atitinkamą tyrimą (apklausą, kurios metu bus nustatyta, kas turistams ir lankytojams Šilalės krašte, kaip lankomoje teritorijoje, svarbu ir aktualu, kokios savybės jiems gali patikti, kas galėtų pasižymėti geresnėmis charakteristikomis ir pan.). Būtent tokie akcentai užtikrins adekvatų suformuoto įvaizdžio atsaką iš subjektų, kuriuos norima įvaizdžiu pritraukti, pusės.  |
| 2 | 1 | 4 | Mitologinių tapatybės elementų formavimas                            | Šilalės krašto, kaip potencialios turistinės krypties, įvaizdis, kai ir pasiūla, formuojami orientuojantis į objektyvias savybes, įskaitant istorinę ir kultūrinę. Šilalės krašto aplinka, pasižyminti santykinai gausiu istoriniu paveldu, pvz., didžiausiu piliakalnių šalyje skaičiumi, rodo istorinio įprasminimo potencialą. Tačiau pasižymintis tokiu istoriniu palikimu Šilalės kraštas nekomunikuoja specifinės vietinės legendos ar mito (Rytų Lietuvos ir Pajūrio turistinės traukos centrai, turi savo legendas ir aktyviai jas komunikuoja), kurie skatintų svečių smalsumą ir kurstyti jų vaizduotę. Todėl įgyvendinant priemonę numatoma atrasti istorinio pobūdžio krašto legendą, apjungiančią krašto teritorijas ir galinčią tarnauti sklaidos pagrindu ir paslaugų bei produktų formavimo bei vystymo baze.   |
| 2 | 2 | 1 | Šilalės krašto turizmo prekės ženklo ir šūkio sukūrimas              | Įgyvendinant priemonę numatomas Šilalės krašto prekės ženklo ir šūkio (moto) sukūrimo paslaugų pirkimą, kuris leis sukurti Šilalės kraštą ir jo specifiką pristatantį prekės ženklą ir aiškią žinutę, kuri rinkodaros priemonėmis bus skleidiama esamiems ir potencialiems turistams bei lankytojams. Ekspertų pritraukimas leis sukurti patrauklų turizmo prekės ženklą ir šūkį (aiškią vaizdinę ir tekstinę žinutę), stilizuotai atspindintį aktualius Šilalės krašto įvaizdžio elementus (pvz., krašto vertybes, kultūrą, tradicijas, papročius, istoriją, gamtą), pabrėžti Šilalės krašto unikalumą ir atsakyti į klausimus „kas yra Šilalės kraštas?“, „Koks yra Šilalės kraštas?“ ir „Kodėl Šilalės kraštas toks yra?“. Ženklu ir šūkiu turi būti akcentuojamos išskirtinės Šilalės krašto savybės, apjungiant jas su aktualiais elementais (pvz., darnus ir atsakingas turizmas) ir jis turi būti lydimas atitinkamo koreliuojančio tekstinio elemento <sup>46</sup> . |
| 2 | 2 | 2 | Šilalės krašto turizmo prekės ženklo plėtinių koncepcijos parengimas | Sėkmingas Šilalės krašto turizmo prekės ženklo ir šūkio išnaudojimui, atsižvelgiant į skirtingas taikymo ir demonstravimo sritis, vietas ir aplinkas yra būtina įsigyti prekės ženklo plėtinių koncepcijos parengimą, t.y. paslaugas, kurių metu prekės ženklas modifikuojamas pritaikant atskiroms grupėms ir aplinkoms, pvz. baidarininkams (integruojant upės ar vandens elementą), arba skirtingoms geografinėms rinkoms. Plėtiniai yra labai svarbūs, kadangi jie turėtų tapti integralia įvaizdžio dalimi, lengvai atpažįstami kaip prekės ženklo išvestinės ir savyje nešti su konkrečiais turizmo produktais susijusią koncepciją ir žinutę.  |
| 2 | 2 | 3 | Šilalės krašto turizmo stiliaus sukūrimas                            | Vadovaujantis sukurta Šilalės krašto įvaizdžiu ir turizmo prekės ženklu, šūkiu ir plėtinių koncepcija, numatoma suvienodinti visų turizmo rinkodaros priemonių vizualinį identitetą. Tam yra reikalingas stiliaus knygos parengimas, leisiantis sukurti vienodą pagrindą informacijos apie Šilalės krašto turizmo ir poilsio sektorių vaizdiniam ir tekstiniam pateikimui. Esamiems ir naujai suformuotiems turizmo ir poilsio produktams bei paslaugoms reikėtų suteikti vieningą vizualinį identitetą, pasirinkti atitinkamą komunikacijos toną bei išraiškos formas. Firminio Šilalės krašto turizmo stiliaus sukūrimas (stilius būtų naudojamas visose  |

<sup>46</sup> Galimai naudojant žodžių žaismo ar kalambūro elementus su „Šil“, pvz., Šil-T-alė, Šil-UMA, Šil-KAS?, Šil-UOGĖ ar pan.

ŠILALĖS RAJONO TURIZMO RINKODAROS PLANAS

|   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|
|   |   |   |   | turizmo produktuose, visose rinkodaros priemonėse ir pagal galimybę visose kitose Šilalės rajono vietose ir srityse (pvz., kultūroje, sporte, t.t.)).   |
| 2 | 2 | 4 | Formalizuotų įvaizdžio elementų naudojimo taisyklių parengimas                                | Ženklo, šūkio ir stiliaus naudojimo taisyklių (tvarkos) ir ženklavimo sistemos sukūrimas, leisi suvienodinti turizmo paslaugų ir produktų vaizdinius ir identitetą (pagal galimybę integruojant su prekių ir paslaugų standartu (1.2.4.)) Numatoma parengti Šilalės krašto turizmo prekės ženklo ir šūkio naudojimo taisykles, apibrėžiant vizualinį pateikimą ir naudojimo apribojimus bei rėmus. Rekomenduojama taisyklėms suteikti normatyvinį statusą, tai leis griežtai laikytis naudojimo taisyklių siekiant išvengti neteisingų ženklo ir šūkio interpretavimo atvejų ir prižiūrėti prekės ženklo ir šūkio naudojimą viešojoje erdvėje (pagal atitinkamas taisykles).                      |
| 2 | 3 | 1 | Šilalės krašto turistinio įvaizdžio pristatymo renginių organizavimas                         | Turint aiškų įvaizdžio pagrindą bei sukurtą prekės ženklą ir šūkį su atitinkamomis išvestinėmis, yra reikalingas šių įvaizdžio bei susijusių elementų iškomunikavimas tikslinėms rinkoms ir suinteresuotiems šalims. Įgyvendinant priemonę numatomas įvaizdžio pristatymo ir reprezentavimo renginių organizavimas skirtingose Šilalės krašto, apskrities, šalies vietose organizuojant įvaizdį formuojančius renginius, pvz., organizuojant specialų komunikacinį seminarą pristatant Šilalės krašto turizmo įvaizdį šalies institucijoms, atsakingoms už turizmo plėtrą, ir srities asocijuotoms struktūroms.   |
| 2 | 3 | 2 | Tinklapiu, skirtu Šilalės krašto turistiniam įvaizdžiui pristatyti, sukūrimas                 | Būtina sukurti vieningą Šilalės krašto prekės ženklo pristatymą elektroninėje erdvėje. Maksimaliai ir nuolatinei Šilalės krašto kaip turizmui ir poilsiui tinkamos vietos sklaidai numatoma sukurti atskirą Šilalės krašto turizmo prekės ženklo ir šūkio tinklapį (skirtą tik Šilalės krašto turizmo prekės ženklui ir šūkiui bei įvaizdžiui pristatyti <sup>47</sup> ), atspindintį prekės ženklo ir šūkio komunuojamą žinutę apie kraštą, pvz., paaiškinti kodėl Šilalės krašto prekės ženklas yra atitinkamos spalvos, arba ką reiškia šūkis ir kokia yra jo prasmė, pristatyti Šilalės krašto legendą, parodyti kraštiečių mintis apie Šilalės kraštą, koreliuojančias su siūlomu įvaizdžiu. |
| 2 | 3 | 3 | Šilalės krašto turistinio įvaizdžio elementų sklaida nespacializuotose platformose ir erdvėse | Plačiam Šilalės krašto turizmo įvaizdžio iškomunikavimui ir sklaidai būtina maksimaliai išnaudoti visų viešųjų platformų galimybes. Įgyvendinant priemonę planuojama akcentuoti (talpinant nuorodas, arba skleidžiant kontekstines žinutes) Šilalės krašto turistinio įvaizdžio elementus pasiekiamose platformose (pvz., Wikipedia straipsniuose apie Šilalės rajoną, Žemaitiją, Lietuvą, turizmą Lietuvoje, piliakalnius, regioninį parką ir t.t.), skelbti vertybes, iškristalizuotas vertinant Šilalės krašto tapatybę (akcentuojant, kad tinkamos minėti vertybės yra integrali tapatybės dalis, pačiai tapatybei darant Šilalės rajoną išskirtiniu ir patraukliu lankymui).                 |
| 2 | 3 | 4 | Pasakojimo pagrindo Šilalės krašto turistinio įvaizdžio                                       | Vienas efektyviausių būdų pristatyti bet kurią turistinę kryptį, turizmo ir poilsio produktą arba paslaugą yra asmeninių įspūdžių, patirties ir atsiminimų panaudojimas. Įgyvendinant priemonę numatoma sukurti Šilalės krašto turizmo įvaizdį pagrindžiančias atskirų asmenų generuojamas žinutes, grindžiamas asmenine patirtimi, emocijomis ir suvokimu. Siūloma, kad tokio tipo žinutės būtų formuojamos 4 tipų subjektiškumo   |

<sup>47</sup> Jame nebus nuorodų į paslaugas ir produktus, kurių akumuliuotai informacijai pateikti bus naudojamas kitas tinklapis, į kurį aktualiame tinklapyje bus pateikiama peradresavimo

|   |   |   |   |  |
|---|---|---|---|--|
|   |   |   | komunikavimui panaudojimas  | pagrindu: žymių istorinių krašto žmonių (S. Girėno, S. Gaudėšiaus ir kt.) žinutės apie Šilalės kraštą (trumpos citatos arba pasakojimai); žymių dabartinių krašto žmonių žinutės apie kraštą (pvz., pasakojimai apie vaikystę), eilinių gyventojų žinutės apie kraštą (žymių krašto istorijų atpasakojimas), lankytojų žinutės apie Šilalės kraštą (pasakojimai apie kraštą, savo potyrį krašte). Naudojant šias žinutes skirtingose vietose bus tikslingai formuojamas Šilalės krašto žinomumas ir specifinės jo savybės, atspindėtos žinutėse, įsitvirtins auditorijos sąmonėje.   |
| 3 | 1 | 1 | Turistinės (suvenyrinės, atminimo ir pan.) produkcijos asortimento suformavimas ir platinimas | Atminimo ir pan. paskirties prekių (angl. <i>merchandise</i> ) gamyba ir platinimas (pardavimas ir dovanojimas (dalinimas)) yra neatsiejama turizmo ir poilsio sektoriaus rinkodaros dalis. Norint didinti žinomumą apie Šilalės kraštą bei jame teikiamas turizmo ir poilsio paslaugas bei siūlomus produktus numatoma aktyviai plėtoti Šilalės kraštą bei jo turizmo ir poilsio paslaugas bei produktus žyminčios produkcijos (atminimo prekių, simbolinių prekių, aksesuarų ir suvenyrų, tokių kaip kepuraitės, sąsiuviniai, tušinukai, figūrėlės, skulptūrėlės, kalendoriai, ženkliukai, magnetukai, pakabukai, atvirukai ir t.t.) maketavimą, gamybą ir platinimą visais prieinamais kanalais. Tokiu būdu Šilalės krašto simbolika bus matoma plačioje rinkoje ir įsišaknys, žymėdama Šilalės kraštą, kaip turizmo ir poilsio kryptį.   |
| 3 | 1 | 2 | Reprezentacinių vaizdo klipų ir audiogidų sukūrimas   | Pritraukiant potencialių turistų ir lankytojų dėmesį yra būtina išnaudoti vaizdo ir garso (video ir audio) rinkodaros galimybes. Įgyvendinant šią priemonę numatoma sukurti Šilalės kraštą ir jame siūlomas turizmo ir poilsio paslaugas bei produktus pristatančius vaizdo klipus ir audiogidus. Numatoma sukurti bendro pobūdžio Šilalės krašto reprezentacinį vaizdo klipą, kurio tikslas supažindinti su Šilalės krašto turizmo įvaizdžiu ir galimybėmis. Taip pat numatomas atskiras sritis pristatančių reklaminių klipų sukūrimą, krašto legendą pristatančio klipo sukūrimą bei virusinių klipukų, video turų kūrimą. Vaizdo klipai būtų talpinami Šilalės krašto turizmo svetainėse, Savivaldybės svetainėje, socialiniuose tinkluose, pala galimybes viešosiose erdvėse, įvairių renginių metu, bei pristatomas turizmo mugėse bei parodose ir t.t. Planuojama, kad reprezentaciniam vaizdo klipui (galimai ir klipams atskiroms sritims pristatyti) sukurti būtų perkamos atitinkamos srities specialistų paslaugos, tuo tarpu kitų vaizdo klipų kūrimui numatoma pasitelkti visus norinčius (bendruomenę, turistus ir t.t.), pvz., organizuojant konkursą socialiniuose tinkluose. Taip pat numatoma sukurti audiogidus, t.y. garso įrašus, skirtus pristatyti Šilalės rajono gamtos, istorinio ir kultūros paveldo objektus bei turistinius maršrutus, sukūrimas ir sklaida. Audiogidas būtų įgarsintas lietuvių ir anglų bei rusų kalbomis, jį būtų galima parsisiųsti iš interneto svetainės arba klausytis tiesiai iš jos. |
| 3 | 1 | 3 | Vaizdinės rinkodaros lauko priemonių naudojimo didinimas                                      | Stacionari vaizdinė reklama vis dar išlieka efektyviu žinomumo didinimo būdu. Todėl įgyvendinant šią priemonę numatoma didinti vaizdinės lauko rinkodaros priemonių naudojimą, organizuojant reklaminių stendų maketavimą ir įrengimą (medžiagos talpinimą) labiausiai matomose ir lankomose vietose (įskaitant kitų savivaldybių teritoriją), kurios pasižymi dideliais srautais, pvz., Šilalės rajoną kertančio magistralinio kelio Kaunas – Klaipėda kelkraštinėse teritorijose, aikštėse, didelėse judriose gatvėse, autobusų stotelėse ir kt.). Visos vaizdinės lauko rinkodaros priemonės (lauko reklama, informaciniai stendai, reklaminiai skydai, ekspoziciniai stendai, vaizdo ekranai, iškabos, informacinės rodyklės).   |

|   |   |   |  |  |
|---|---|---|--|--|
| 3 | 1 | 4 | Krašto reprezentacinės ekspozicijos sukūrimas                      | Norint tinkamai ir interaktyviai pristatyti Šilalės kraštą numatomas Šilalės krašto ekspozicijos sukūrimas. Ekspozicija būtų formuojama tautodailininkų, paslaugų tiekėjų, bendruomenių ir pan. subjektų indėlio pagrindu, į tokios ekspozicijos kūrimą galima įtraukti gyventojus siūlant jiems paskolinti (padovanoti) nuotraukas ar daiktus iš tam tikro Šilalės krašto laikotarpio arba srities. Ekspozicija būtų nuolat atnaujinama ir plėtojama, nuosekliai keičiant jos temą (reprezentuojant įvairius Šilalės rajono tarpsnius, pristatant vis kitokį aspektą, arba akcentuojant vis kitą sritį (pvz., didelis krašto maketas su istorijos bei kultūros objektu išdėstymu su demonstruojamomis kolekcijomis, rankdarbiais, amatininkų darbais galėtų būti pamažu keičiamas į atitinkamo aktyvaus poilsio maršruto reprezentacinę ekspoziciją)). Ekspozicija galės būti eksponuojama visose prieinamose ir tinkamose eksponavimui ir demonstracijai vietose, kuriose lankosi potencialūs turistai ir lankytojai. Taip pat numatoma ekspoziciją ir jos fragmentus skaitmeninti ir talpinti Šilalės turizmo tinklapyje bei Šilalės V. Statkevičiaus muziejaus tinklapyje, tokiu būdu tampant siūlomu turizmo produktu.  |
| 3 | 1 | 5 | Dalomosios spausdintinės informacinės medžiagos leidyba            | Kiekvienam potencialiam turistui ir lankytojui svarbu suteikti galimybę individualiai susipažinti su jam aktualia informacija apie Šilalės krašto turizmo ir poilsio galimybes. Todėl dalomoji spausdintinė medžiaga vis dar aktuali rinkodaros dalis. Įgyvendinant šią priemonę numatomas dalomosios spausdintinos informacinės (įskaitant kartografinę) medžiagos (lankstinukai, skrajutės, brošiūros, žemėlapiai (su maršrutais ir objektais), katalogai, specialūs informaciniai leidiniai parodoms, gidai) maketavimas, spausdinimas (apimant ir atskirų subjektų medžiagos rėmimą (ko-finansuojant, padedant maketuoti). Pirmiausia, numatoma kurti detalius turistinius žemėlapius, padedančius orientuotis Šilalės rajono teritorijoje, ir sužinoti, kokios turizmo paslaugos teikiamos, nurodant kultūros paveldo ir gamtos objektus. Taip pat numatomas bendro informacinio leidinio apie apgyvendinimo paslaugas, laisvalaikio pramogas, lankytinas vietas Šilalės rajone parengimas, vertimas, dizainas ir spausdinimas. Kitas šios priemonės elementas – atskiras turizmo ir poilsio rūšis pristatantys leidiniai – specialūs turizmo leidiniai, kuriuose išsamiai pateikiama informacija apie konkrečias turizmo galimybes Šilalės rajone, padedantis turistams apsispręsti kur vykti ir ką pamatyti, sužinoti. Galiausiai šios priemonės rėmuose numatoma leisti smulkią rinkodarinę medžiagą – lankstinukus, brošiūras, skrajutes, kurios galėtų būti dalinamos visose prieinamose vietose bei visomis galimomis progomis. |
| 3 | 2 | 1 | Dalyvavimas atvirose pristatomouose turizmo sektoriaus renginiuose | Konvencinė rinkodara yra vienas iš nedaugelio būdų tikslingai pristatyti Šilalės krašto turizmo ir poilsio sektorių suinteresuotai auditorijai. Priemonės dėka numatomas dalyvavimas specializuotose turizmo parodose, mugėse, kontaktų mugėse, konferencijose ir kt. specializuotose renginiuose (numatoma, kad renginiuose Lietuvoje ir užsienyje dalyvautų tiek ŠRSA, tiek TIC atstovai, tiek paslaugų tiekėjai, panaudodami tik atskiro atstovavimo, tiek bendro pristatymo (pvz., bendrame Lietuvos stende) galimybes). Tokie renginiai pritraukia daugybę lankytojų, kurie aktyviai domisi laisvalaikio ir poilsio, individualaus keliavimo galimybėmis. Dalyvaujant tokios renginiuose siektina užmegzti tiesioginius ryšius su užsienio kelionių organizatoriais, turizmo sektoriaus profesionalais, skatinti juos siūlyti produktus Šilalės rajone, skleisti  |

|   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|
|   |   |   |   | informaciją apie turizmo galimybes Šilalės rajone. Reikia pabrėžti, jog dalyvavimas turizmo parodose, konferencijose bei kontaktų mugėse turėtų būti siejamas su turistų srautų pokyčiais.  |
| 3 | 2 | 2 | Tikslinių Šilalės krašto turizmo produktų ir paslaugų pristatymų organizavimas                | Turizmo ir poilsio kaip ūkio sektoriaus plėtojimas reikalauja griežtos tikslinės orientacijos tiesioginės sąveikos plėtros. Todėl įgyvendinant šią priemonę planuojami Šilalės krašto turizmo ir poilsio produktų ir paslaugų individualūs ir grupiniai pristatymai (užsienio ir Lietuvos) kelionių organizatoriams, turizmo verslo atstovams, žiniasklaidos atstovams (įskaitant tinklaraštininkus, angl. <i>bloggers</i> ) ir sritį administruojantiems subjektams (asocijuotoms struktūroms, institucijoms ir įstaigoms), kviečiant juos ir jų atstovus apsilankyti krašte, tiesiogiai susipažinti su turizmo ir poilsio galimybėmis ir t.t. <sup>48</sup> Įgyvendinant priemonę numatoma organizuoti ir reguliariai (planuojama 1 kartą per 2 metus) praveisti didelį konvencinį (Šilalė kviečia (angl. <i>calling</i> ) tipo) renginį skirtingų sričių atstovams, kasmet organizuoti specializuotus konsultacinio pobūdžio renginius (konsultacijos, seminarai, atvirų durų dienos, vietos ir regiono žurnalistų apskrito stalo diskusijos ir pan.), organizuoti verslo misijas (siekiant skatinti verslo bendradarbiavimą, taip didinant lankytojų bei turistų srautus Šilalės rajone). Tikslinis bendradarbiavimas su žiniasklaida turėtų tapti viena iš prioritetinių Šilalės rajono savivaldybės turizmo plėtros sričių, kadangi įdirbis šioje srityje, tikėtina, padės sulaukti daugiau žurnalistų straipsnių, pristatančių Šilalės krašto turizmo ir poilsio galimybes bei naujienas. Dar vienas akcentuotinas aspektas šios priemonės rėmuose yra Šilalės krašto turizmo ir poilsio sektoriaus galimybių pristatymas diplomatinėms atstovybėms (Lietuvos atstovams užsienyje, užsienio diplomatinėms subjektams). |
| 3 | 2 | 3 | Šilalės krašto turizmo sektoriaus pristatymas su turizmo sektoriumi nesusijusiose renginiuose | Venas iš mažiausiai išteklių reikalaujančių rinkodaros kanalų yra renginiai, tiesiogiai neskirti turizmo ir poilsio sektoriui, bet kurių temos, sietinos su turizmo ir poilsio sritimi. Todėl įgyvendinant priemonę numatomas Šilalės krašto turizmo ir poilsio galimybių pristatymas su turizmo sektoriumi nesusijusiose renginiuose susisiekiama aplinkosaugos, verslo, kultūros ir pan. tematika, kuri gali būti susijusi su konkrečiomis Šilalės krašto turizmo ir poilsio specifinėmis charakteristikomis. Tam numatoma identifikuoti atitinkamas sritis (pvz., kultūra ir istorija), nustatyti, kokie renginiai pritraukia pakankamai didelį lankytojų ir suinteresuotų subjektų (galinčių tiesiogiai arba netiesiogiai paskleisti žinutę apie turizmą ir poilsį Šilalės krašte) skaičių, apibrėžti kokie Šilalės krašto aspektai galėtų būti pristatyti ir pasirinkti kaip jie turėtų būti efektyviai pristatyti. Tokiu būdu turizmo rinkodara bus vykdoma panaudojant persiliejinimo (angl. <i>spill-over</i> ) efektą, minimaliais kaštais ir derinyje su kitomis sritimis.  |
| 3 | 3 | 1 | Leidinių apie Šilalės kraštą leidybos rėmimas   | Šilalės kraštui būnant žymaus istorinio palikimo vieta, tuo pačiu turint ką pasiūlyti gamtinio turizmo mėgėjams, tikslinga panaudoti specifinę vaizdinę rinkodarą. Įgyvendinant šią priemonę numatoma santykinai brangių reprezentacinių vaizdinių leidinių apie Šilalės kraštą leidyba. Šie leidiniai (monografijos, nuotraukų albumai, straipsnių leidiniai) galėtų būti bendro pobūdžio ir atskirų rūšių (pvz., Šilalės krašto upės ir pan.), jose būtų skelbiama pažintinio turinio informacija. Taip pat numatoma sukurti ir platinti informacinį  |

<sup>48</sup> Įskaitant atskirų specifinių sričių (kulinarinio paveldo, tautinių mažumų istorijos ir pan.) pristatymą

ŠILALĖS RAJONO TURIZMO RINKODAROS PLANAS

|   |   |   |  |  |
|---|---|---|--|--|
|   |   |   |  | leidinį Šilalės krašto turizmo ir poilsio sektoriaus pristatymui (numatoma, kad leidinys bus pusmetinis, arba ketvirtinis), kuris bus platinamas visose prieinamose vietose bei pasiekiamas internetinėje erdvėje (Šilalės turizmo tinklapyje ir kt. prieinamose platformose).   |
| 3 | 3 | 2 | Šilalės krašto pristatymo spaudoje gerinimas   | Tradicinės spaudos priemonės, nepaisant pastariausi dešimtmečiais įvykusių pokyčių, išlieka efektyviu būdu pasiekti specifinę auditoriją bei paskleisti norimą žinią vadinamajai plačiajai visuomenei. Todėl įgyvendinant šią priemonę planuojama gerinti Šilalės krašto turizmo ir poilsio galimybių pristatymą šalies ir (pagal galimybes) užsienio spaudoje. Priemonės rėmuose numatoma rengti ir skelbti straipsnius masinės spaudos priemonėse (parengiant pranešimus spaudai (esant adekvačiam pagrindui), publikacijas regioninei ir nacionalinei spaudai), specializuotuose leidiniuose (pvz., aplinkosauginėje spaudoje akcentuotina darni plėtra, verslo – investicijos į sektorių, susisiekimo – plėtojimo prioritetų susiejimas su turistų srautų judėjimu, politinėje – turizmo politika (angl. <i>policy</i> ) ir t.t.), sudarančiuose galimybes didinti Šilalės rajono žinomumą bei formuoti patrauklios turistinės vietovės įvaizdį. |
| 3 | 3 | 3 | Šilalės krašto turizmo galimybių pristatymo televizijos ir radijo kanaluose plėtojimas | Radijas ir televizija šiandien neturi tokios tikslinės auditorijos, kaip anksčiau, tačiau šie kanalai vis dar yra naudojami foninei aplinkai palaikyti. Todėl norint plačios informacijos sklaidos numatoma sukurti ir transliuoti trumpus reklaminius pranešimus (žinutes) ir klipus televizijai bei radijui, parengti (padėti televizijos ir radijo profesionalams, jeigu jie būtų susidomėję, parengti) reportažus, transliuojamus atitinkamose kelionių kanaluose arba kelionių, poilsio ir turizmo laidose. Taip pat įgyvendinant priemonę numatoma organizuoti televizijos laidų ir radijo laidų siužetų, skirtų turizmui ir poilsiui Šilalės krašte parengimą ir transliavimą per nacionalinę ir vietinę televiziją bei radiją.   |
| 3 | 4 | 1 | Nuolaidų sistemos sukūrimas  | Siekiant sukurti didesnę Šilalės krašto turizmo ir poilsio paslaugų ir produktų vertę įgyvendinant šią priemonę numatoma suformuoti vieningą rekomendacinę nuolaidų sistemą, kurią galėtų naudotis Šilalės krašto turizmo paslaugų teikėjai ir kiti turizmo ekosistemos dalyviai. Numatoma sąveikaujant su turizmo ekosistemos dalyviais ir atsižvelgiant į patariamąjį suinteresuotų šalių (klientų ir tarpininkų) bei trečiųjų asmenų (rinkos ekspertų) patariamąją nuomonę sukurti aiškią opcinę nuolaidų taikymo sistemą, apibrėšiančią galimas taikyti nuolaidas, jų pagrindą, dydžius, vartotojus, kuriems nuolaidos gali būti taikomos ir kt. svarbius elementus, leisiančius pasiūlyti Šilalės krašto turizmo ir poilsio paslaugų ir produktų vartotojams produktus ir paslaugas už mažesnę kainą.   |
| 3 | 4 | 2 | Turizmo produktų ir paslaugų tarifų deversifikuotumo skatinimas                        | Vienas esminių kainodaros, kaip efektyvios rinkodaros priemonių, taikymo vertės elementų, orientuotų į vartotoją yra subjektinio išskirtinumo potyrio formavimas, lydymas galimybės naudoti masto efektą paslaugų ir produktų pardavime. Todėl būtinas turizmo ir poilsio paslaugų kainodaros veiksmas – išskirti grupes, formuosiančias tarifų diversifikavimo pagrindą, kurioms bus taikomos patikslintos kainos (klasės, šeimos, vaikai, senjorai, grupės, poros ir t.t.), kurių identifikavimas leidžia iš vienos pusės plėsti tikslinius segmentus, išskiriant juos kaip tikslinius paslaugų ir produktų vartotojus, kuriems taikomos išskirtinės sąlygos, iš kitos – padidinti jų skaičių, nurodant grupinį identitetą kaip mažesnių kaštų pagrindą.   |
| 3 | 4 | 3 | Kuponų sistemos  | Nuolaidų kuponai šiandien yra plačiai taikoma rinkodaros priemonė, leidžianti vartotojui gauti nuolaidą  |



|   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|
|   |   |   | sukūrimas   | paslaugai ar produktui nepriklausomai nuo objektyvių sąlygų arba subjektinių savybių. Ši priemonė padeda apsispręsti dėl produkto ar paslaugos pirkimo, todėl laikoma efektyviu neapsisprendusių turistų ir lankytojų pritraukimui. Šios priemonės dėka numatoma kolegialaus Šilalės krašto turizmo ir poilsio ekosistemos dalyvių sprendimų pagrindu, kartą arba du kartus per metus (prieš ir po sezono) leisti specialų nuolaidų kuponų tiražą, siūlantį Šilalės krašto turizmo produktus ir paslaugas bei jų kompleksus mažesne nei, nustatyta, kaina.  |
| 3 | 4 | 4 | Turisto paso sukūrimas  | Įvairios lojalumo programos pripažįstamos kaip vienintelis efektyvus būdas, lemiantis vartotojo kartotinį pritraukimą. Todėl įgyvendinant šią priemonę Šilalės krašto lankytojams ir turistams pritraukti, išlaikyti ir paskatinti grįžti numatomas specialios programos – Šilalės krašto lankytojo paso (Turisto paso) sukūrimas. Šios programos rėmuose numatoma pasitelkus Šilalės krašto turizmo produktų ir paslaugų teikėjus suformuoti specialų pasiūlymų lojaliems klientams kompleksą, didinsiantį kiekvieno produkto vartojimo arba paslaugos gavimo vertingumą arba mažinant kaštus.   |
| 4 | 1 | 1 | Elektroninės kartografinės informacijos vystymas                  | Individualioms kelionėms tampant vis populiareesnėms (ypač (bet ne tik) COVID-19 pandemijos sąlygotų paslaugų teikimo ir judėjimo apribojimų sąlygomis) paklausa interaktyviai kartografinėi informacijai apčiuopiamai išaugo. Todėl norint sudaryti Šilalės krašte besilankantiems asmenims sąlygas patiems judėti ir lankyti jiems aktualius objektus bei gauti norimas paslaugas numatomas interaktyvaus (su foto, audio, video, lokacijų ir maršrutų aprašymais, komentarais ir pan. elementais) dinaminio filtruojamo žemėlapio, kuriame informacija pateikiama lietuvių ir anglų kalbomis sukūrimas. Pažymėtina, kad žemėlapis taip pat pasitarnaus kuriant įvairius maršrutus ar rengiant kitą informacinę medžiagą. Žemėlapij planuojama talpinti Šilalės krašto turizmo interneto svetainėje. Taip pat šios priemonės rėmuose numatoma atnaujinti informaciją populiariausiose geolokacijos priemonėse (google maps, maps.lt), pažymint turistinius objektus, apgyvendinimo ir maitinimo įstaigas, sukeliant vaizdinę medžiagą, nurodant esamus pėsčiųjų, dviračių ir automobilių maršrutus. |
| 4 | 1 | 2 | Virtualios (skaitmeninės) vaizdinės informacijos produktų kūrimas | Skaitmeninė vaizdinė medžiaga, jeigu ji atitinka šiuolaikinius kokybės standartus ir tikslingai pateikiama potencialiems lankytojams ir turistams, turi didelį poveikį jo pasispresdimui apsilankyti ir gauti paslaugas bei varoti produktus, todėl visi e kanalai, siekdami maksimizuoti efektyvumą turi disponuoti (ir siūlyti) dideliu vaizdinės informacijos kiekiu. Įgyvendinant šią priemonę numatoma sukurti ir reguliariai pildyti Šilalės krašto gamtos ir kultūros paveldą bei kitus turizmo ir poilsio elementus pristatančių nuotraukų, vaizdo klipų ir kt. medžiagos duomenų bazę, kuris nemokamai galėtų naudotis registruoti turistai, žurnalistai, tinklaraštininkai, kelionių organizatoriai ir kt. suinteresuoti asmenys <sup>49</sup> . Taip pat įgyvendinant šią priemonę numatoma atnaujinti virtualaus turo po Šilalės krašto lankytinus objektus medžiagą, kurti virtualios realybės (3d) vaizdo filmukus apie lankytinus objektus ir teikiamas paslaugas bei organzuoti nuolatinę tiesioginę transliaciją   |

<sup>49</sup> Turėtų būti parengtos duomenų bazės naudojimosi taisyklės, medžiagos įkėlimo ir naudojimo taisyklės, įtraukiant autorinio naudojimo teises ir apribojimus. Atsakingi (preliminariai planuojama TIC) darbuotojai būtų atsakingi už nuolatinį bazės pildymą, duomenų tinkamumo naudoti užtikrinimą

|   |   |   |  |   |
|---|---|---|--|---|
|   |   |   |  | elektroninėje erdvėje (angl. <i>live stream</i> ) iš gražiausių Šilalės krašto vietų. Pažymėtina, kad į šios vaizdinės informacijos terpę patenka ir 3.1.4. priemonėje minimos ekspozicijos skaitmeninimo rezultatas.   |
| 4 | 1 | 3 | E-komercijos sistemos sukūrimas            | Šiandienos skaitmeniniame pasaulyje elektroninė komercija yra svarbi ir būtina net ir tų rinkų, kuriose vartojimas yra tiesioginis ir reikalauja fizinio dalyvavimo atitinkamoje geografinėje vietoje. Todėl norint sėkmingai siūlyti turizmo ir poilsio produktus ir paslaugas dabartinėje rinkoje privalomas Šilalė krašto turizmo ir poilsio sektoriaus E komercijos sistemos (rezervavimo, užsakymo, pasiteiravimo sistemos įvairiems produktams ir paslaugoms, pvz., gidų paslaugoms, baidarių nuomos paslaugoms, nekomerciniams produktams ir pan.) sukūrimas, įdiegimas ir valdymas.   |
| 4 | 1 | 4 | Specializuotų e leidinių sukūrimas         | E leidiniai yra efektyviausias būdas pasiekti šiuolaikinį vartotoją, pastarajam esant potencialiai suinteresuotam paslaugų gavimu ir produktų vartojimu. Todėl įgyvendinant šią priemonę numatomas el. naujienlaiškio ir elektroninių leidinių parengimas ir platinimas. Šilalės krašto turizmo naujienlaiškis, numatoma, bus skirtas visiems turizmo sistemos dalyviams (būtų platinamas el. paštu), leidžiamas ne rečiau nei 4 kartus per metus. Naujienlaiškyje turėtų būti keliamos aktualios problemos, pristatomi nauji viešojo sektoriaus turizmo produktai, privataus verslo iniciatyvos (ilgainiui naujienlaiškis galėtų būti rengiamas ir anglų kalba). Naujienlaiškis palengvins informacijos sklaidą, taip pat skatins tarpinstitucinę komunikaciją, bendradarbiavimą, naujų idėjų generavimą bei naujų produktų kūrimą. Be naujienlaiškio priemonės rėmuose numatomas elektroninių leidinių, pristatančių gamtos ir kultūros paveldo objektus, Šilalės krašte teikiamas turizmo paslaugas ir pan. informaciją parengimas ir sklaida internete (dalinai 3.1.5 priemonės rėmuose kuriamos medžiagos pagrindu).   |
| 4 | 2 | 1 | Šilalės krašto turizmo tinklapio sukūrimas | Neturint atskiro specializuoto tinklapio nėra galimybės skirti tinkamo dėmesio elektroninei komunikacijai, kadangi specializuotas tinklapis visada yra pastarosios pagrindas, į kurį nukreipiamas vartotojas norintis gauti visą detalią informaciją. Šilalės krašto turizmo ir poilsio sektoriui neturint atskiro tinklapio apsunkinamas 4.1.1. – 4.1.4. priemonių realizavimas, nėra pagrindo vieningos Šilalės krašto turizmo ir poilsio informacinės sistemos kūrimui. Todėl numatoma, sukurti bendrą interneto svetainę, pristatančią Šilalės rajono turizmo ir poilsio paslaugas bei produktus, kultūrinį paveldą ir patrauklią gamtinę aplinką bei kt. esamiems ir potencialiems lankytojams ir turistams aktualius aspektus. Tinklapis bus šiuolaikiškas, lengvai valdomas, orientuotas į mobilių vartotojų (su m. atšaka), įvardinti pagrindinius produktus ir tiksliai komunikuoti tai, ko tikisi lankytojas. Jo struktūra turės būti paprasta, logiška ir aiški, turinys turi būti išdėstytas pagal esmines traukos vietas, produktus ir paslaugas, neperkraunant esminių erdvių specifine informacija, kuri gali būti talpinama specializuotose skiltyse. Planuojama, kad svetainėje informacija bus pritaikyta konkrečioms lankytojų poreikiams, pavyzdžiui, pateikiant rekomenduojamų vietų „top“ sąrašus, papildant rubrikomis pagal įvardintus produktus, sudarant rekomendacijas pagal segmentus/lankymo situacijas ir kt. Informacija tinklapyje bus pateikiama ne mažiau nei 2 užsienio kalbomis. Taip pat tinklapį privalu susieiti su socialiniais tinklais (ne mažiau 4), nuoroda į kuriuos nuolat matoma tinklapyje, bei suteikti atitinkamus QR ir NFC kodus, kurie būtų talpinami vaizdinėje pristatomojoje Šilalės krašto turizmo ir poilsio sektoriaus medžiagoje, |



|   |   |   |  |   |
|---|---|---|--|---|
|   |   |   |  | nukreipiant šią medžiagą matančius asmenis į tinklapį. Be to, planuojama tinklapyje turėti interaktyvaus bendravimo (užklausų) langelį. Stebint svetainės lankomumą ir atliekant turinio auditą bus galima ją tobulinti pritaikant besikeičiantiems turistų ir lankytojų poreikiams. Kokybiškas tinklapis taps Šilalės krašto turizmo ir poilsio informacinės sistemos pagrindu, o pati sistema galėtų sudaryti prielaidas padidinti atvykstančių į Šilalės 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 Šilalės rajone esantį turizmo išteklių potencialą.  |
| 4 | 2 | 2 | Profilių socialiniuose tinkluose sukūrimas                       | Socialiniai tinklai šiandien vertinami kaip puiki viešinimo priemonė, todėl rekomenduojama sudaryti Šilalės krašto turizmo ir poilsio viešinimo socialiniuose tinkluose sistemą. Įgyvendinant priemonę numatoma išanalizuoti jau turimus socialinius tinklus (Facebook, Instagram) ir jų vartotojus, apibrėžti socialinius tinklus, kuriuose bus sukonzentruotos didžiausios pastangos (pernelyg didelis administruojamų socialinių tinklų skaičius sąlygos prastesnį aktyvumą, interaktyvumą, informacijos turinį ir kokybę, sąveiką su lankytojas ir sekėjais) išplečiant naudojamų tinklų sąrašą dar bent 2 tinklais (būtinai Youtube, kuris leidžia dalintis įdomia ir unikalia vaizdine, reklamine medžiaga). Ilgainiui privalu rinktis ir nišinius socialinius tinklus, pvz., airbnb.com, tripadvisor.com ir kt.  |
| 4 | 2 | 3 | Mobiliųjų aplikacijų kūrimas                                     | Būtinasis rinkodaros elementas yra specializuotos mobiliosios aplikacijos, skirtos keliaujančių, lankytojų ir turistų patogumui. Todėl įgyvendinant šią priemonę numatoma sukurti mobiliąją aplikaciją išmaniesiems įrenginiams, skatinančią lankytis Šilalės krašte (galimos ir kitos mobiliosios programėlės jeigu bus poreikis specializuotoms šakinėms turizmo ir poilsio paslaugoms perkelti į aplikacinę formą pvz., programėle išimtinai maršrutams sudaryti ar pan.) ir užtikrinti prieinamumą populiariausiose elektroninėse platinimo platformose (App Store ir Google play). Būtinasis mobiliosios aplikacijos elementas yra interaktyvus žemėlapis ir audiogidas. Mobiliosios aplikacijos būtų programuojamos Android ir IOS išverčiant bent į 2 užsienio kalbas. Numatoma, kad mobiliąją aplikaciją bus susieta su Šilalės krašto turizmo ir poilsio tinklapiu. Be unikalių Šilalės krašto turizmo ir poilsio mobiliosios aplikacijos numatoma jungtis prie jau sukurtų globalių mobiliųjų aplikacijų <sup>50</sup> (teikiant informaciją mobiliųjų programėlių administratoriams siekiant plėsti mobiliųjų programėlių turinį bei siūlant jomis naudotis į Šilalės rajoną atvykusiems turistams). |
| 4 | 2 | 4 | Atskirų produktų ir paslaugų kanalų sukūrimo (plėtojimo) rėmimas | Atsižvelgiant į tai, kad sėkmingai Šilalės krašto turizmo ir poilsio sektoriaus rinkodaros vystymui reikalingas ne tik centralizuotas visos srities, bet ir atskirų produktų ir paslaugų, pristatymas. Todėl įgyvendinant šią priemonę numatoma skatinti palaikyti ir remti Šilalės krašte teikiamų atskirų turizmo ir poilsio paslaugų ir siūlomų atskirų turizmo ir poilsio produktų ir kanalų kūrimą (pagalba kuriant svetaines, administruojant socialinių tinklų profilius, pritraukiant lankytojus ir vartotojus ir pan.).  |
| 4 | 2 | 5 | Bendro pobūdžio  | Norint užtikrinti maksimalų informacijos apie Šilalės krašto turizmo ir poilsio produktus ir paslaugas ir kt.   |

<sup>50</sup> Pocket Guide, Trip Advisor, Triplt, Lonely Planet, TripCase, WorldMate, Like a Local ir kt.

|   |   |   |  |  |
|---|---|---|--|--|
|   |   |   | kanalų praturtinimas Šilalės turizmo skiltimis ir nuorodomis | aktuales aspektus pasklidimą ir prieinamumą yra privalu sukurti atitinkamas nuorodas visose prieinamose bendro pobūdžio e kanaluose. Įgyvendinant šią priemonę planuojama sukurti skiltį „Turistams“ Šilalės rajono savivaldybės tinklapyje ir skiltis kitose aktualiose svetainėje bei puslapiuose (pvz., skirtuose kultūros sektoriui ir pan.). Ieškant informacijos apie konkrečią teritoriją interneto paieškos sistemoje, viena iš pirmų nuorodų pateikiama Wikipedia, todėl taip pat numatomas laisvosios enciklopedijos Wikipedia ir kitų panašaus tipo ir plačiai naudojamų tinklapių informaciją praturtinimas nuorodomis, skirtomis Šilalė krašto turizmo ir poilsio sektoriui (turizmas Šilalės rajone, apgyvendinimas Šilalės rajone, aktyvus poilsis Šilalės rajone). Nuorodų kategorijoje numatoma talpinti Šilalės krašto turizmo ir poilsio tinklapio arba konkrečių jo skilčių nuorodą.   |
| 4 | 3 | 1 | Kontekstinės reklamos plėtojimas                             | Vienas efektyviausių būdų užtikrinti auditorijos pasiekimą internetinėje erdvėje yra specializuotos kontekstinės reklamos vystymas. Kontekstinė reklama patraukli, kadangi ji demonstruojama specifinėje tikslinio varotojo erdvėje. Numatoma, kad ko nikstinė reklama bus plėtojama identifikuojant aktualius socialinius tinklus, tinklaraščius, puslapius ir pan. erdves, koncentruojantis prioritetingose rinkose ir segmentuose (pvz., baidarių) bei išnaudojant specializuotų didelių svetainių galimybes. Nemažai žmonių, besilankančių šiuose tinkluose ir platformose, nėra iki galo apsisprendę dėl savo prioritetingos krypties ir norimos gauti turizmo ir poilsio paslaugos ar produkto, todėl kontekstinė Šilalės krašto turizmo ir poilsio sektoriaus reklama kai kuriuos iš jų priverstų bent jau apsvarstyti apsilankymo Šilalės krašte galimybę. Plėtojant kontekstinę reklama numatoma nustatyti prioritetingas erdves ir kurti patrauklius virtualius reklaminius skydelius (angl. <i>banners</i> ), paspaudus ant kurio asmuo būtų nukreipiamas į Šilalės krašto turizmo ir poilsio tinklapį ar konkrečią skiltį (priklausomai nuo reklaminio skydelio paskirties) arba į konkrečios paslaugos arba produkto tinklapį. Reklaminiai skydeliai taip pat partnerystės pagrindu galėtų būti talpinami partnerių interneto svetainėse, tikslinių segmentų turizmo institucijų ir asocijuotų struktūrų interneto svetainėse ir kt., pvz., lithuania.travel. |
| 4 | 3 | 2 | Reklamos bendro pobūdžio e platformose sklaida               | Kadangi kontekstinė reklama skirta tiksliniam segmentui, potencialaus segmento rinkos dalis dažniausiai nepasiekama jos pagalba. Todėl vienintelis būdas e reklamos pagalba pasiekti šią auditoriją yra reklama bendro pobūdžio e erdvėse. Įgyvendinant šią priemonę numatomas tekstinių ir grafinių reklamos skydelių talpinimas bendro pobūdžio erdvėse (pvz., Delfi.lt), kurių pagalba bus pasiekti asmenys neplanuojantys ir neieškantis atitinkamų poilsio ir turizmo kryptių bei objektų, pateikiant jiems žinutę apie Šilalės krašto turizmo ir poilsio pasiūlą, siekiant įtvirtinti būtent Šilalės krašto kaip alternatyvios turizmo ir poilsio krypties pozicijas.  |
| 4 | 3 | 3 | Pasiekiamumo paieškos sistemose didinimas                    | Turistai, tiek besidomint potencialiomis kelionės kryptimis, tiek svarstantys dėl konkrečių produktų ir paslaugų pasirinkimo, tiek netikšingai ieškantis informacijos, praktiškai visada naudoja atitinkamas paieškos sistemas ir variklius. Todėl siekiant didinti žinomumą ir skatinti turistus ir lankytojus pasirinkti poilsį ar pramogas Šilalės krašte numatomas Šilalės krašto turizmo ir poilsio sektoriaus pasiūlos pasiekiamumo paieškos sistemose didinimas. Tam yra planuojama naudoti Google AdWords (reklaminiai skelbimai, rodomi Google paieškos rezultatų puslapio viršuje, apačioje arba dešinėje pusėje pagal nurodytus raktinius žodžius),   |

|   |   |   |  |  |
|---|---|---|--|--|
|   |   |   |  | <p>AdSence ir SEO (skirta optimizuoti interneto svetainę pagal išgrynintus ir pasirinktus raktinius žodžius, optimizavimas padidina svetainės pasiekiamumą vartotojams (sukuriamos nuorodos, paskelbiami straipsniai), todėl svetainė paieškos sistemose atsiduria aukštesnėje padėtyje ir yra greičiau surandama) sistemas, kurios padeda padidinti interneto svetainių lankomumo srautus. Šių įrankių pagalba identifikavus kertinius raktinius žodžius ir jų derinius bus didinamas Šilalės krašto turizmo ir poilsio internetinių šaltinių matomumas, didinant Šilalės krašto, kaip turizmo ir poilsio krypties žinomumą ir palengvinant paiešką internete didinami turistų srautai.</p>   |
| 4 | 3 | 4 | <p>Socialinių tinklų interaktyvumo didinimas</p> | <p>Socialiniams tinklams tampant pagrindine informacijos srautų generavimo ir paskirstymo priemone, dėka specifinių algoritmu, informacija modeliudama pagal konkrečius atskiro varotojo poreikius, efektyviausias būdas pritraukti daugiau lankytojų ir turistų į Šilalės rajoną bei užtikrint (ilgalaikeje) paklausą Šilalės krašto turizmo paslaugoms ir produktams yra skatinti juos socialinių tinklų pagalba. Būtent interaktyvus socialinių tinklų išnaudojimas gali pritraukti didžiausią dalį potencialių lankytojų ir turistų ir suteikti plačiausiam ratui asmenų informaciją apie tai, kad Šilalės kraštas yra galima turizmo ir poilsio lokacija. Įgyvendinant šią priemonę planuojama skatinti interaktyvų socialinių tinklų (įskaitant forumus) naudojimą (skatinti rašyti nuomonę, atsiliepimus, komentarus), pvz., konkursų ir akcijų socialiniuose tinkluose organizavimas (kvietimas komentuoti, spausti „patinka“, dalintis, talpinti savo paskyroje ir t.t.). Socialiniai tinklai – puiki vieta bendrauti su potencialiais lankytojais ir turistais neoficialiai, pavyzdžiui, organizuoti konkursą ir pakviesti vartotojus pasikeisti savo profilio nuotrauką į nuotrauką su Šilalės rajono vaizdu. Turistams, poilsiaujantiems svarbi ne tiek oficialiai pateikiama informacija, kiek asmeniniai įspūdžiai, todėl privalu tiek skatinti dalinti nuomone ir įspūdžiais, kiek skleisti įspūdžius ir komentarus, taip pat vaizdinę medžiagą, bei platinti apie juos informaciją kituose socialiniuose tinkluose. Tokiu būdu būtų didinimas apsilankiusiųjų skaičius (tikėtina, jog padidėtų lankytojų iš tikslinių rinkų skaičius). Numatoma nuosekliai orientuotis į konkrečius turistinius produktus konkrečiu laiko tarpisiu. Pavyzdžiui, prieš vasaros sezoną – numatyti pranešimus ir interaktyvias akcijas, skirtas vandens turizmui, pažintiniam (kultūriniam) turizmui ir pan. Taip pat svarbus numatyti išteklius, leisiančius atsakyti į komentarus ar klausimus. Be profilių socialiniuose tinkluose įgyvendinant šią priemonę numatoma kurti (skatinti kūrimąsi) grupes, kuriose žmonės galėtų dalintis savo įspūdžiais iš kelionių Šilalės krašte. Vystant tokio tipo rinkodarą svarbu išnaudoti grotelinių saitazodžių (angl. <i>hashtag</i>) galimybes, saitazodžių principu kurti aktyvias nuorodas (formuoti kategorijas) naudojant žodžius, susijusius su Šilalės krašto turizmo ir poilsio sektoriumi (pvz., šūkiu) arba konkrečiais turizmo produktais. Aktyviai plėtojamas aukščiau minėtų veiksmų derinys leis pasiekti didenius lankytojų skaičius ir tai, savo ruožtu, didins Šilalės krašto, kaip turizmo ir poilsio krypties populiarumą ir, tuo pačiu, lengvesnę paiešką interneto paieškos sistemose.</p> |

## PRIEDAS 2. RINKODAROS PRIEMONIŲ SEGMENTINIS PASKIRSTYMAS

| Nr. | Nr. | Nr. | Pavadinimas   | Tikslinė rinka | Tikslinis segmentas <sup>51</sup>                                      | Žingsnis <sup>52</sup>           |
|-----|-----|-----|---|----------------|--|----------------------------------|
| 1   | 1   | 1   | Esamų turizmo ir poilsio sektoriaus įmonių ir įstaigų vystymosi palaikymas ir naujų kūrimosi skatinimas | Visos          | Visi   | Patyrimas                        |
| 1   | 1   | 2   | Sezoniškumo mažinimo iniciatyvų skatinimas ir vystymas  | Lietuva        | J <sub>ar</sub> , S <sub>ar</sub> , ŠP <sub>tr</sub> , AP <sub>t</sub> | Patyrimas                        |
| 1   | 1   | 3   | Turizmo paslaugų ir produktų inventorizavimas ir institucionalizavimas                                  | Visos          | Visi   | Paieška, Pirkimas                |
| 1   | 2   | 1   | Turizmo sektoriaus žmogiškųjų išteklių kokybės gerinimo prielaidų suformavimas                          | Visos          | Visi   | Patyrimas                        |
| 1   | 2   | 2   | Turizmo paslaugų ir produktų turinio tobulinimo skatinimas  | Visos          | Visi   | Pirkimas, Patyrimas              |
| 1   | 2   | 3   | Turizmo produktų ir paslaugų vartotojų įtraukties į produktų ir paslaugų vystymą sistemos sukūrimas     | Visos          | Visi   | Pirkimas, Patyrimas, Dalinimasis |
| 1   | 2   | 4   | Prekių ir paslaugų standarto sukūrimas  | Visos          | Visi   | Pirkimas, Dalinimasis            |
| 1   | 3   | 1   | Kultūrinės ir gamtinės aplinkos išsaugojimas ir tobulinimas   | Visos          | V <sub>ar</sub> , S <sub>ar</sub> , ŠP <sub>tr</sub> , P <sub>t</sub>  | Patyrimas                        |
| 1   | 3   | 2   | Urbanistinių – architektūrinių aplinkos savybių gerinimas   | Visos          | V <sub>ar</sub> , S <sub>ar</sub> , ŠP <sub>tr</sub> , P <sub>t</sub>  | Patyrimas                        |
| 1   | 3   | 3   | Šalia turizmo objektų esančių infrastruktūrinių elementų būklės palaikymas ir tobulinimas               | Visos          | Visi   | Patyrimas                        |
| 2   | 1   | 1   | Vietos asmenims aktualių tapatybės savybių nustatymas   | Visos          | Visi   | Įkvėpimas, Patyrimas             |
| 2   | 1   | 2   | Akademinės ir ekspertų bendruomenės įtraukimas į Šilalės krašto išskirtinumo apibrėžimą                 | Visos          | V <sub>ar</sub> , S <sub>ar</sub> , ŠP <sub>tr</sub> , P <sub>t</sub>  | Įkvėpimas, Patyrimas             |
| 2   | 1   | 3   | Turizmo produktų ir paslaugų vartotojams aktualių savybių identifikavimas                               | Visos          | Visi   | Paieška, Patyrimas, Dalinimasis  |
| 2   | 1   | 4   | Mitologinių tapatybės elementų formavimas   | Visos          | V <sub>ar</sub> , S <sub>ar</sub> , ŠP <sub>tr</sub> , P <sub>t</sub>  | Įkvėpimas, Patyrimas             |
| 2   | 2   | 1   | Šilalės krašto turizmo prekės ženklo ir šūkio sukūrimas   | Visos          | Visi   | Įkvėpimas                        |
| 2   | 2   | 2   | Šilalės krašto turizmo prekės ženklo plėtinių koncepcijos parengimas                                    | Visos          | Visi   | Įkvėpimas                        |
| 2   | 2   | 3   | Šilalės krašto turizmo stiliaus sukūrimas   | Visos          | Visi   | Įkvėpimas                        |
| 2   | 2   | 4   | Formalizuotų įvaizdžio elementų naudojimo taisyklių parengimas  | Visos          | Visi   | Įkvėpimas                        |
| 2   | 3   | 1   | Šilalės krašto turistinio įvaizdžio pristatymo renginių organizavimas                                   | Visos          | S <sub>ar</sub> , AP <sub>tr</sub> , P <sub>tr</sub> , TP              | Įkvėpimas, Paieška               |
| 2   | 3   | 2   | Tinklapiu, skirtu Šilalės krašto turistiniam įvaizdžiui pristatyti, sukūrimas                           | Visos          | Visi   | Įkvėpimas, Paieška,              |

<sup>51</sup> a – amžiaus grupė (V – vaikai, J – jaunimas, S – suaugę ir senjorai), t – tikslo grupė (ŠP – šeimos poilsis, AP – aktyvus poilsis, P – pažinimas), TP – turizmo srities profesionalai (agentai, žurnalistai, administratoriai)

<sup>52</sup> Nepaisant to, kad dalis priemonių yra aktuali praktiškai visiems kelionės žingsniams, šioje skiltyje apsiribojama maksimaliu trijų žingsnių skaičiumi

ŠILALĖS RAJONO TURIZMO RINKODAROS PLANAS

|   |   |   |   |         |  |                                   |
|---|---|---|---|---------|--|-----------------------------------|
|   |   |   |   |         |  | Dalinimasis                       |
| 2 | 3 | 3 | Šilalės krašto turistinio įvaizdžio elementų sklaida nespecializuotose platformose ir erdvėse | Visos   | Visi   | Įkvėpimas, Paieška                |
| 2 | 3 | 4 | Pasakojimo pagrindo Šilalės krašto turistinio įvaizdžio komunikavimui panaudojimas            | Visos   | V <sub>ar</sub> , S <sub>ar</sub> , AP <sub>t</sub>  | Įkvėpimas                         |
| 3 | 1 | 1 | Turistinės (suvenyrinės, atminimo ir pan.) produkcijos asortimento suformavimas ir platinimas | Visos   | Visi   | Įkvėpimas, Patyrimas, Dalinimasis |
| 3 | 1 | 2 | Reprezentacinių vaizdo klipų ir audiogidų sukūrimas   | Visos   | Visi   | Įkvėpimas, Paieška                |
| 3 | 1 | 3 | Vaizdinės rinkodaros lauko priemonių naudojimo didinimas                                      | Lietuva | J <sub>ar</sub> , S <sub>ar</sub> , ŠP <sub>tr</sub> , P <sub>tr</sub> , AP <sub>t</sub>       | Įkvėpimas, Paieška                |
| 3 | 1 | 4 | Krašto reprezentacinės ekspozicijos sukūrimas   | Visos   | V <sub>ar</sub> , J <sub>ar</sub> , S <sub>ar</sub> , P <sub>tr</sub> , AP <sub>tr</sub> , TP  | Įkvėpimas, Patyrimas              |
| 3 | 1 | 5 | Dalomosios spausdintinės informacinės medžiagos leidyba                                       | Visos   | Visi   | Įkvėpimas, Paieška, Patyrimas     |
| 3 | 2 | 1 | Dalyvavimas atvirose pristatomuosiuose turizmo sektoriaus renginiuose                         | Visos   | Visi   | Paieška                           |
| 3 | 2 | 2 | Tikslinių Šilalės krašto turizmo produktų ir paslaugų pristatymų organizavimas                | Visos   | TP   | Paieška, Pirkimas, Patyrimas      |
| 3 | 2 | 3 | Šilalės krašto turizmo sektoriaus pristatymas su turizmo sektoriumi nesusijusiose renginiuose | Visos   | Visi   | Paieška                           |
| 3 | 3 | 1 | Leidinių apie Šilalės kraštą leidybos rėmimas   | Visos   | S <sub>ar</sub> , P <sub>tr</sub> , AP <sub>tr</sub> , TP                                      | Įkvėpimas, Paieška, Patyrimas     |
| 3 | 3 | 2 | Šilalės krašto pristatymo spaudoje gerinimas  | Visos   | S <sub>ar</sub> , P <sub>tr</sub> , TP   | Įkvėpimas, Paieška                |
| 3 | 3 | 3 | Šilalės krašto turizmo galimybių pristatymo televizijos ir radijo kanaluose plėtojimas        | Lietuva | S <sub>ar</sub> , ŠP <sub>tr</sub> , P <sub>t</sub>  | Įkvėpimas                         |
| 3 | 4 | 1 | Nuolaidų sistemos sukūrimas   | Visos   | Visi   | Pirkimas, Sugrįžimas              |
| 3 | 4 | 2 | Turizmo produktų ir paslaugų tarifų deversifikuotumo skatinimas                               | Visos   | Visi   | Pirkimas, Sugrįžimas              |
| 3 | 4 | 3 | Kuponų sistemos sukūrimas   | Lietuva | J <sub>ar</sub> , S <sub>ar</sub> , ŠP <sub>tr</sub> , P <sub>tr</sub> , AP <sub>tr</sub> , TP | Pirkimas, Sugrįžimas              |
| 3 | 4 | 4 | Turisto paso sukūrimas  | Visos   | Visi   | Pirkimas, Dalinimasis, Sugrįžimas |
| 4 | 1 | 1 | Elektroninės kartografinės informacijos vystymas  | Visos   | J <sub>ar</sub> , S <sub>ar</sub> , P <sub>tr</sub> , AP <sub>t</sub>                          | Paieška, Patyrimas, Dalinimasis   |
| 4 | 1 | 2 | Virtualios (skaitmeninės) vaizdinės informacijos produktų kūrimas                             | Visos   | Visi   | Įkvėpimas, Paieška,               |

ŠILALĖS RAJONO TURIZMO RINKODAROS PLANAS

|   |   |   |  |         |   | Patyrimas                       |
|---|---|---|--|---------|---|---------------------------------|
| 4 | 1 | 3 | E-komercijos sistemos sukūrimas  | Visos   | Visi  | Pirkimas, Patyrimas             |
| 4 | 1 | 4 | Specializuotų e leidinių sukūrimas   | Lietuva | J <sub>a</sub> , S <sub>a</sub> , ŠP <sub>t</sub> , P <sub>t</sub> , AP <sub>t</sub> , TP             | Įkvėpimas, Paieška, Sugrįžimas  |
| 4 | 2 | 1 | Šilalės krašto turizmo tinklapių sukūrimas                                   | Visos   | Visi  | Paieška, Dalinimasis            |
| 4 | 2 | 2 | Profilių socialiniuose tinkluose sukūrimas                                   | Visos   | Visi  | Paieška, Dalinimasis            |
| 4 | 2 | 3 | Mobiliųjų aplikacijų kūrimas   | Visos   | J <sub>a</sub> , P <sub>t</sub> , AP <sub>t</sub> , TP  | Pirkimas, Patyrimas, Sugrįžimas |
| 4 | 2 | 4 | Atskirų produktų ir paslaugų kanalų sukūrimo (plėtojimo) rėmimas             | Visos   | Visi  | Paieška, Pirkimas, Dalinimasis  |
| 4 | 2 | 5 | Bendro pobūdžio kanalų praturtinimas Šilalės turizmo skiltimis ir nuorodomis | Visos   | Visi  | Paieška                         |
| 4 | 3 | 1 | Kontekstinės reklamos plėtojimas   | Visos   | J <sub>a</sub> , P <sub>t</sub> , AP <sub>t</sub>   | Įkvėpimas                       |
| 4 | 3 | 2 | Reklamos bendro pobūdžio e platformose sklaida                               | Visos   | J <sub>a</sub> , S <sub>a</sub> , ŠP <sub>t</sub> , P <sub>t</sub>                                    | Įkvėpimas, Paieška              |
| 4 | 3 | 3 | Pasiekiamumo paieškos sistemose didinimas                                    | Visos   | Visi  | Paieška                         |
| 4 | 3 | 4 | Socialinių tinklų interaktyvumo didinimas                                    | Visos   | V <sub>a</sub> , J <sub>a</sub> , S <sub>a</sub> , ŠP <sub>t</sub> , P <sub>t</sub> , AP <sub>t</sub> | Paieška, Patyrimas, Dalinimasis |







|   |   |   |   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|---|---|---|---|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
|   |   |   | nespecializuotose platformose ir erdvėse  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2 | 3 | 4 | Pasakojimo pagrindo Šilalės krašto turistinio įvaizdžio komunikavimui panaudojimas            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 3 | 1 | 1 | Turistinės (suvenyrinės, atminimo ir pan.) produkcijos asortimento suformavimas ir platinimas |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 3 | 1 | 2 | Reprezentacinių vaizdo klipų ir audiogidų sukūrimas   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 3 | 1 | 3 | Vaizdinės rinkodaros lauko priemonių naudojimo didinimas                                      |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 3 | 1 | 4 | Krašto reprezentacinės ekspozicijos sukūrimas   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 3 | 1 | 5 | Dalomosios spausdintinės informacinės medžiagos leidyba                                       |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 3 | 2 | 1 | Dalyvavimas atvirose pristatomuosiuose turizmo sektoriaus renginiuose                         |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 3 | 2 | 2 | Tikslinių Šilalės krašto turizmo produktų ir paslaugų pristatymų organizavimas                |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 3 | 2 | 3 | Šilalės krašto turizmo sektoriaus pristatymas su turizmo sektoriumi nesusijusiose renginiuose |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 3 | 3 | 1 | Leidinių apie Šilalės kraštą  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |



