

|  |
| --- |
| Lazdijų rajono savivaldybės turizmo rinkodaros 2015 – 2020 m. plėtros programa |
|  |
|  |

2015 m.

Sutrumpinimai

|  |  |
| --- | --- |
| Dokumentas | Lazdijų rajono savivaldybės turizmo rinkodaros 2015 – 2020 m. plėtros programa |
| Lazdijų r. sav., Savivaldybė | Lazdijų rajono savivaldybė |
| RP | Regioninis parkas |
| TIC | VšĮ „Lazdijų turizmo informacinis centras” |
|  |  |
|  |  |

# Turinys

[Sutrumpinimai 2](#_Toc432001262)

[Turinys 3](#_Toc432001263)

[Įvadas 4](#_Toc432001264)

[1. Lazdijų rajono savivaldybės turizmo misija ir turizmo rinkodaros plėtros tikslai 6](#_Toc432001265)

[2. Turizmo tendencijų Lietuvoje ir Lazdijų rajono savivaldybėje analizė 7](#_Toc432001266)

[3. Turizmo rinkos Lazdijų rajono savivaldybėje aplinkos analizė 9](#_Toc432001267)

[3.1. PEST analizė 9](#_Toc432001268)

[4. Konkurencinės Lazdijų rajono savivaldybės aplinkos analizė 11](#_Toc432001269)

[4.1. Konkurencijos intensyvumas 11](#_Toc432001270)

[4.2. Konkurencijos lyginamoji analizė 12](#_Toc432001271)

[5. Turizmo išteklių ir paslaugų auditas 14](#_Toc432001272)

[6. Lazdijų rajono savivaldybės prekės ženklo auditas 16](#_Toc432001273)

[7. Lazdijų rajono savivaldybės SSGG analizė 18](#_Toc432001274)

[8. Turizmo segmentų Lazdijų rajono savivaldybėje analizė 23](#_Toc432001275)

[8.1. Lietuvos turizmo rinkos segmentų analizė 24](#_Toc432001276)

[8.2. Lazdijų rajono savivaldybės turizmo rinkos segmentų analizė 25](#_Toc432001277)

[8.2.1. Vietinio turizmo tiksliniai segmentai 27](#_Toc432001288)

[8.2.2. Atvykstamojo turizmo tiksliniai segmentai 35](#_Toc432001298)

[8.2.3. Lazdijų r. sav. stiprybių ir silpnybių įtaka turizmo tikslinėms grupėms 47](#_Toc432001301)

[9. Lazdijų rajono savivaldybės 2015 – 2020 m. turizmo rinkodaros plėtros programos veiksmų planas 49](#_Toc432001302)

[10. Lazdijų rajono savivaldybės 2015 – 2020 m. turizmo rinkodaros plėtros programos stebėsenos sistema 58](#_Toc432001303)

# Įvadas

Šioje Lazdijų rajono savivaldybės (toliau – Lazdijų r. sav., Savivaldybė) turizmo rinkodaros 2015 – 2020 m. plėtros programoje (toliau – Dokumentas), pateikiama rajono turizmo vizija, rinkodaros strateginės kryptys ir tikslai bei rezultatų stebėsenos planas, parengti atlikus turizmo esamos situacijos ir aktualių dokumentų analizes, Savivaldybės turizmo potencialo vertinimą bei identifikavus tikslines turistų grupes ir jiems taikytinas rinkodaros priemones. Dokumentas papildytas Lazdijų r. sav. naujai sukurto prekinio ženklo stiliaus vadovu.

**Aktualumas.** Turizmas yra viena iš ekonominių veiklų, darančių reikšmingą poveikį ekonomikai, eksportui ir gyventojų užimtumui. LR Ūkio ministerija ir Valstybinis turizmo departamentas, siekdami sėkmingos turizmo rinkos dabarties ir optimaliai išnaudotų plėtros galimybių, numato Lietuvos turizmo plėtros politiką, orientuotą į[[1]](#footnote-1):

* turizmo infrastruktūros plėtrą ir paslaugų kokybės gerinimą;
* Lietuvos kaip turistinės šalies žinomumo didinimą ir įvaizdžio gerinimą;
* paslaugų sezoniškumo mažinimą.

Vienas iš Lietuvos turizmo plėtros 2014 – 2020 m. numatomų tikslų ir uždavinių yra efektyvių rinkodaros ir komunikacijos priemonių diegimas, siekiant veiksmingesnio šalies išteklių pristatymo vidaus ir užsienio turistų rinkoms, galimai prisidėsiančio prie šalies turizmo sektoriaus konkurencingumo didinimo.

Atsižvelgiant į Lietuvos turizmo plėtros 2014 – 2020 m. programą ir Lazdijų r. sav. 2015 – 2017 m. strateginio veiklos plano prioritetus, laukiami rezultatai yra turizmo rinkodaros plėtros programa, orientuota į kryptingą ir efektyvų Lazdijų r. sav. turizmo resursų konkurencingumo kūrimą ir pristatymą tiek nacionaliniu, tiek tarptautiniu lygiu, siekiant rajono vardo žinomumo didinimo ir sistemingo vietinio ir atvykstamojo turizmo skatinimo.

Tikimasi, kad Lazdijų r. sav. turizmo rinkodaros plėtros programa tiesiogiai prisidės prie rajono gyventojų pajamų augimo, naujų verslo nišų sukūrimo pritraukiant daugiau investicijų dėl padidėjusio Lazdijų r. sav. žinomumo, padės spręsti regiono socialinės ir ekonominės raidos klausimus, racionaliai išnaudojant turimų gamtos ir kultūros išteklių potencialą.

**Problema.** Lazdijų r. sav. yra viena iš silpniausiai ekonomiškai išsivysčiusių savivaldybių Alytaus regione, jos sukuriamas BVP yra sąlyginai mažas, o valstybės dotacijų dalis savivaldybės biudžete nuolat didėja dėl mažėjančių surenkamų mokesčių. Tiesioginės užsienio investicijos Lazdijų r. sav. taip pat mažiausios regione bei vienos iš mažiausių visos Lietuvos kontekste. Pagal pramonės įmonių investicijų (materialinių investicijų) apimtis Lazdijų r. sav. yra taip pat tarp labiausiai atsiliekančių šalyje, kas nurodo sąlyginai mažą rajono verslumą ir motyvaciją investuoti. Vis dėlto, pastaruoju metu yra pastebimas ekonominis ir investicinis suaktyvėjimas, savivaldybėje aktyviai investuojama į žemės ūkio sektorių, steigiamos naujos gamybos įmonės.

Prie esamų ekonominių iššūkių sprendimo prisidėti galėtų ir regiono konkurencingumo padidinimas, nulemtas turizmo sektoriaus Lazdijų r. sav. plėtros. Tinkamai identifikuoti strateginiai tikslai ir kryptinga informacijos sklaida tarp atvykstamojo bei vietinio turizmo atstovų gali būti svarus veiksnys, lemiantis regiono konkurencinio pranašumo formavimą[[2]](#footnote-2) ir verslios aplinkos kūrimą.

**Dokumento tikslas** – parengti Lazdijų r. sav. turizmo potencialą apjungiančią 2015 – 2020 m. turizmo rinkodaros plėtros programą ir numatytų priemonių įgyvendinimo bei efektyvumo stebėsenos planus.

**Dokumento uždaviniai:**

1. Atlikti Lazdijų r. sav. turizmo esamos situacijos analizę ir potencialo vertinimą – apžvelgti turimą turizmo infrastruktūrą ir naudojamas rinkodaros priemones bei potencialias plėtros galimybes.
2. Nustatyti tikslinius Lazdijų r. sav. turizmo segmentus, jų poreikius ir tinkamiausius rinkodaros kanalus informacijos sklaidai apie regiono turizmo potencialą.
3. Suformuoti Lazdijų r. sav. turizmo viziją ir turizmo rinkodaros plėtros prioritetus 2015 – 2020 m.
4. Parengti Lazdijų r. sav. turizmo rinkodaros plėtros programos įgyvendinimo stebėsenos sistemą.

**Dokumento struktūrinės dalys:**

* Lazdijų rajono savivaldybės turizmo misija ir turizmo rinkodaros plėtros tikslai;
* Turizmo tendencijų Lietuvoje ir Lazdijų rajono savivaldybėje analizė;
* Turizmo rinkos Lazdijų rajono savivaldybėje aplinkos analizė;
* Konkurencinės Lazdijų rajono savivaldybės aplinkos analizė;
* Turizmo išteklių ir paslaugų auditas;
* Lazdijų rajono savivaldybės prekės ženklo auditas;
* Turizmo segmentų Lazdijų rajono savivaldybėje analizė;
* Prioritetinių Lazdijų rajono savivaldybės turizmo segmentų ir jų poreikių analizė;
* Lazdijų rajono savivaldybės 2015 – 2020 m. turizmo rinkodaros plėtros programos veiksmų planas;
* Lazdijų rajono savivaldybės 2015 – 2020 m. turizmo rinkodaros plėtros programos stebėsenos sistema.

Į šias pagrindines struktūrines dalis taip pat bus integruota Lazdijų r. sav. turizmo išteklių ir naudojamų rinkodaros priemonių stiprybių, silpnybių, galimybių ir grėsmių (SSGG) analizė; Lazdijų r. sav. tikslinių segmentų poreikių ir tinkamiausių jiems pasiekti rinkodaros priemonių analizė; Lazdijų r. sav. turizmo rinkodaros 2015 – 2020 m. strateginių krypčių ir būdų identifikuotiems tiksliniams segmentams pritraukti aprašymas; Lazdijų r. sav. turizmo rinkodaros 2015 – 2020 m. plėtros programos stebėsenos sistemos aprašymas. Taip pat papildoma statistinė ir kita informacija bus pateikiama dokumento prieduose: Priedas nr. 1 „Esamos situacijos analizė“; Priedas nr. 2 „Strateginių dokumentų analizė“, Priedas nr. 3 „Bendradarbiavimo turizmo rinkodaros srityje analizė“, Priedas nr. 4 „Rinkodaros priemonių sąrašas“, „Priedas nr. 5 „Lazdijų r. sav. turizmo prekės ženklo firminio stiliaus vadovas“.

**Dokumento paskirtis ir praktinis panaudojimas.** Dokumente pateikiamos sistemingos, tikslingai nukreiptos ir efektyviai prie Lazdijų r. sav. darnaus ir konkurencingo turizmo rinkos kūrimo prisidedančios rinkodaros strateginės kryptys. Remiantis apibendrintais analizių rezultatais sudarytas Lazdijų r. sav. turizmo rinkodaros 2015 – 2020 m. plėtros programos planas bus naudojamas formuojant priemonių kompleksą tikslinėms turistų grupėms pasiekti.

# Lazdijų rajono savivaldybės turizmo misija ir turizmo rinkodaros plėtros tikslai

Lazdijų r. sav. siekis yra racionaliai išvystyti turizmo infrastruktūrą, puoselėti kraštovaizdį, kultūrinį paveldą bei tradicijas taip sukuriant svetingą Lietuvos pasienio kraštą. Misijos įgyvendinimui pasitelkiami trys strateginiai tikslai:

* Lazdijų r. sav. žinomumo didinimas ir įvaizdžio formavimas;
* Informuotumo apie Savivaldybės turizmo produktus ir paslaugas gerinimas;
* Rinkodaros veiksmų efektyvumo didinimas.

Pateikti tikslai padės didinti visų turizmo sričių žinomumą, skatinti tiek nacionalinį, tiek tarptautinį bendradarbiavimą bei efektyviai vystyti Lazdijų r. sav. turizmo rinkodarą.

Misija ir tikslai buvo išskirti remiantis toliau strategijoje pateikta išsamia Lazdijų r. sav. turizmo tikslinių grupių poreikių analize bei nustačius regiono stiprybes, silpnybes bei potencialias galimybes ir grėsmes. Apibendrinus analizių duomenis gauti rezultatai, reikalingi didžiausiam efektyvumui pasiekti.

# Turizmo tendencijų Lietuvoje ir Lazdijų rajono savivaldybėje analizė

Atlikta turistų srautų analizė Lietuvoje ir Lazdijų r. sav. (žr. Priedas nr. 1, 1 skyrius) išskiriant dvi pagrindines turistų grupes - vietinius ir atvykstančiuosius turistus. Šios dvi grupės skaidomos į:

* vietinius vienadienius turistus;
* vietinius turistus, apsistojančius vienai ir daugiau nakvynių;
* atvykstančius vienadienius turistus;
* atvykstančius turistus, apsistojančius vienai ir daugiau nakvynių.

Pagal šį turistų skirstymą, toliau pateikiama abiejų turistų grupių srautų Lietuvoje analizė bei vertinimas.

Vietinių turistų skaičius Lietuvoje per pastaruosius metus kito neženkliai lyginant 2015 m. I ketv. su 2014 m. I ketv. (vienadienių turistų skaičius padidėjo 3,1 proc., apsistojančių su nakvyne – sumažėjo 2,3 proc.), tuo tarpu atvykstamojo turizmo srautuose pastebimas ryškus didėjimas (vienadienių turistų skaičius išaugo 4,0 proc., o apsistojančių nakvynei – 8,3 proc.). Nepaisant to, staigus skaičiaus augimas esminių pokyčių turizmo rinkoje Lietuvoje neturėjo. Išskiriant kelionės įpročius neesminiai pokyčiai pastebimi vietinio turizmo sektoriuje – nežymiai padidėjo kelionės trukmė (+3,8 proc.), išaugo ir kelionei skiriamos išlaidos (+9,0 proc.). Atvykstamojo turizmo sektoriuje stiprių pokyčių nepastebima – jų viešnagės trukmė išliko tokia pati, o išlaidos padidėjo labai nežymiai. Pastaraisiais metais Lietuvoje populiarėja verslo turizmas, kurortinėse savivaldybėse taip pat pastebimas aktyvaus laisvalaikio poreikių padidėjimas. Vietiniai turistai dažniausiai keliauja lankyti giminių, poilsiauti ir atostogauti. Užsienio turistai prioritetiniais kelionės tikslais dažniau renkasi kultūrinį ar sveikatinimo turizmą. Tai gali lemti didėjančią poilsinių, sveikatinimo paslaugų paklausą.

Analizės metu nustatyta, kad turistų skaičius Lazdijų r. sav. augo sparčiau nei visos Lietuvos ar Alytaus regiono – 59,7 proc.. Lyginant 2013 m. su 2014 m., pastaraisiais vietinių turistų, apsistojančių vienai ir daugiau nakvynių, skaičius Lazdijų r. sav. išaugo 64,0 proc.. Užsienio turistų srautuose staigaus didėjimo nėra, todėl vietiniai turistai vis dar išlieka pagrindinė turistų rinka šiame krašte. Tiek vietinių, tiek atvykstančių turistų viešnagės trukmė beveik nesiskiria (2,2 ir 2,3 paros), tačiau lyginant su 2013 m. vietinių turistų kelionės įpročiai gerokai kito ir apsistojimo trukmė sumažėjo 16 proc. Pagal VšĮ „Lazdijų turizmo informacinis centras“ duomenis, tiek vietinius, tiek atvykstančius turistus domina pažintinės ekskursijos, aktyvaus laisvalaikio paslaugos. Lyginant su kitomis savivaldybėmis pastebima kultūrinio turizmo stagnacija bei nežymus aktyvaus laisvalaikio mėgėjų skaičiaus augimas. Nustatyta, kad į Lazdijų r. sav. dažniausiai atvyksta vietiniai turistai iš gretimų savivaldybių – Kalvarijos sav., Marijampolės sav., Alytaus r. sav., Druskininkų sav. Užsienio turistai į Lazdijų r. sav. turizmo centrus dažniausiai atvyksta taip pat iš kaimyninių valstybių – Lenkijos, Rusijos, Baltarusijos, Latvijos.

Išanalizavus pagrindinius turistų srautus ir jų kelionės įpročius buvo galima nustatyti tikslines turizmo rinkas bei įvertinti turizmo tendencijas. Jas apžvelgus nustatyta, jog Lazdijų r. sav. nėra pakankamai konkurencinga verslo, sveikatinimo turizmo sektoriuose lyginant su kitomis Lietuvos savivaldybėmis. Taip pat nors matomas atvykstančiųjų turistų skaičiaus augimas, tačiau jie pabrėžia, kad Savivaldybės turizmo sektorius labiau orientuotas į vietinius turistus. Tendencijų įvertinimas rodo galimą Lazdijų r. sav. plėtrą verslo, sveikatinimo, kultūrinio turizmo srityse bei pritraukiant didesnius užsienio turistų srautus.

Vertinant turizmo tendencijas Lazdijų rajono savivaldybėje kokybiniu aspektu, remiamasi kliento kelionės etapų ciklu (žr. 1 Paveikslas). Vieni svarbiausių turizmo rinkodaros etapų, siekiant padidinti turistų skaičių bei pritraukti naujų turistų, apima ketinimo ir svajojimo etapus. Šių etapų metu siekiama tiksliniais rinkodaros kanalais pasiekti turistus, juos sudominti kokybiškais rinkodaros produktais (pristatomieji filmai, mobiliosios aplikacijos, interaktyvūs žemėlapiai ir kt.) ir priversti svarstyti atvykimo galimybes. Lazdijų rajono savivaldybėje šiuo metu nėra efektyvios informacijos sklaidos strategijos, kurią bus siekiama apibrėžti šiame dokumente.

Planavimo ir užsakymo etapai iš esmės susiję su komercine veikla. Turistų tikslas – patogiai gauti visą reikalingą informaciją apie paslaugų užsakymą, matyti turimas alternatyvas bei paprastai užsisakyti norimas paslaugas. Lazdijų rajono savivaldybėje kryptingai dirbama šia linkme – TIC besikreipiantiems turistams siūlo suorganizuoti poreikius atitinkantį pažintinį ar aktyvaus poilsio maršrutą, internetiniuose puslapiuose pateikiama informacija apie apgyvendinimo įstaigas ir kt., tačiau būtų tikslinga šias paslaugas vystyti toliau, ypač išnaudojant inovatyvias elektronines priemones bei pritaikyti jas tiek Lietuvos, tiek užsienio turistams.

1 Paveikslas. Kliento kelionės etapai.



*Šaltinis: Reikalavimai turizmo rinkodaros strategijai.*

Šiuo metu turistai, rinkdamiesi turistinius maršrutus, daug dėmesio skiria ne tik modernioms bei kokybiškoms rinkodaros priemonėms. Turistai labiausiai pasitiki kitų turistų nuomone bei atsiliepimais apie konkrečius turizmo maršrutus, objektus ar suteiktas paslaugas. Patirties, įvertinimo, dalijimosi bei grįžimo etapai aktualūs būtent dėl šių priežasčių. Lazdijų rajono savivaldybėje, kaip ir visoje Lietuvoje, nėra efektyvios ir vieningos ir patrauklios sistemos, kurioje turistams būtų galima dalintis patirtimi apie visus regiono ar savivaldybės turizmo objektus bei suteiktas paslaugas. Turistų komentarų sulaukia tik didžiausi Lietuvos turizmo objektai, kurie yra įtraukti į didžiausius tarptautinius turizmo portalus (tripadvisor.com ir kt.). Todėl yra būtina tobulinti turimą sistemą ir sudaryti sąlygas aktyviam turistų dalyvavimui vertinant turizmo objektus. Tai gali būti padaryta siekiant didesnio Lazdijų rajono savivaldybės turizmo rinkodaros priemonių integravimo būtent su populiariausiais užsienio turizmo portalais. Šie žingsniai taip pat suteiks galimybę nuolat tobulinti teikiamas turizmo paslaugas savivaldybėje.

# Turizmo rinkos Lazdijų rajono savivaldybėje aplinkos analizė

Vertinant rinkos aplinką, aktualu pateikti makro lygmens veiksnių, kurie gali turėti įtakos turistų srautams iš prioritetinių rinkų. Dėl šios priežasties programoje analizuojami politinės, ekonominės, socialinės ir technologinės aplinkos veiksniai (PEST metodas).

## PEST analizė

 lentelė. Turizmo sektoriaus PEST analizė.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Veiksnys** | **Poveikis** |
| **Atvykstamasis turizmas** | **Vietinis turizmas** |
| **Politinė aplinka** | * Didėjantys globalizacijos mastai
 | Laisvas žmonių judėjimas Europos regione lemia didesnius turistų srautus. Artimiausiu metu keliavimo mastai mažėti neturėtų, tad atvykstamojo turizmo rinka ir toliau augs.  | Laisvo judėjimo principas gali lemti sumažėjusius vietinio turizmo srautus. Tai gali turėti ilgalaikį poveikį turizmui Lietuvoje.  |
| * Europos Sąjungos - Rusijos ir Lietuvos - Rusijos politinių santykių raida
 | Mažėjantys turistų srautai iš vienos prioritetinių rinkų – Rusijos. | Poveikio vietiniam turizmui nepatiriama. |
| **Ekonominė aplinka** | * Ekonomikos augimas šalies viduje
 | Palankios kainos turizmo sektoriuje atvykstantiesiems turistams lyginant su kitais regionais. Tai lemia didėjantį turistų iš Lenkijos, Latvijos skaičių. | Vietiniai turistai linkę išleisti daugiau pinigų, palaipsniui didėja jų kelionių skaičius. Ekonomikai augant itin sparčiai atsiranda neigiamo poveikio tikimybė – žmonės labiau ims rinktis išvykstamąjį turizmą. |
| **Socialinė aplinka** | * Didelis nusikalstamumo lygis Lietuvoje
 | Neigiamas šalies, regiono įvaizdis tarptautinėje aplinkoje sumažina potencialių turistų skaičių, sumažėja atvykstamojo turizmo srautai. | Vietinių turistų šis veiksnys stipriai nepaveikia. |
| * Mažas gyventojų verslumas
 | Kalbos barjeras ypač paveikia Lenkijos turistų rinką, mažėja jų srautas. Svarbu skatinti pažintinio turizmo gidų profesinius įgūdžius, kalbų kursus.  | Nepakankamas mažų, vidutinių verslo įmonių kiekis lemia nekonkurencingą aplinką, turistai neturi pakankamų paslaugų pasirinkimo galimybių. |
| **Technologinė aplinka** | * Inovatyvių priemonių diegimas
 | Šiuo metu nėra plačiai naudojamos inovatyvios rinkodaros priemonės atvykstamajam turizmui skatinti. E-rinkodaros priemonės, kita technologinė plėtra leidžia lengviau vykdyti tikslinę rinkodarą ir pritraukti didesnius turistų srautus. Tobulėjant technologijoms numatoma ilgalaikė rinkodaros plėtra pritraukianti vis daugiau užsienio turistų. | Tam tikriems vietinio turizmo turistų segmentams (aktyvus laisvalaikis, vandens pramogos, kt.) yra svarbi rinkodara inovatyviomis e-rinkodaros priemonėmis. Technologinės galimybės leidžia pasiekti didesnį vietinių turistų skaičių internetinėje erdvėje, interaktyviomis reklamomis.  |

*Šaltinis: parengta autorių.*

Atlikus analizę nustatyta, kad politiniai, ekonominiai, socialiniai ir technologiniai veiksniai skirtingai veikia atvykstamojo ir vietinio turizmo rinkas. Didelę įtaką atvykstantiems turistams turi nepalanki geopolitinė situacija dėl Europos Sąjungos - Rusijos ir Lietuvos - Rusijos santykių. Atsižvelgiant į tai rekomenduojama orientuotis į kitas turistų rinkas Vakarų Europoje siekiant pritraukti naujus turistų srautus ir išlaikyti turizmo sektoriaus augimą. Taip pat svarbu prisidėti prie tarptautinio šalies įvaizdžio gerinimo, norint pritraukti užsienio turistus. Svarbiausias veiksnys analizėje yra inovatyvios priemonės ir jų diegimas, padėsiantis pasiekti platesnę žmonių auditoriją, atliepiantis technologijų raidos paskatintą turistų įpročių kaitą. Tokių priemonių diegimas leis vystyti tikslinę rinkodarą didinant regiono patrauklumą.

Palyginus atvykstamojo ir vietinio turizmo rinkas nustatyta, kad tikslinga abiejų rinkų atžvilgiu plėtoti inovatyvią rinkodarą, kadangi tai lengviausias būdas pasiekti didžiausią rinkos dalį. Įvertinus esamą ekonominę ir politinę situaciją, svarbu orientuotis į aplinkinius regionus 200-250 km spinduliu bei į Vakarų turistų rinkas.

# Konkurencinės Lazdijų rajono savivaldybės aplinkos analizė

Efektyviai rinkodaros plėtros programai sudaryti reikalingas tikslus savivaldybės konkurencingumo su aplinkinėmis savivaldybėmis suvokimas. Šiame skyriuje analizuojamas konkurencijos intensyvumas bei atliekama lyginamoji analizė su pagrindiniais savivaldybės konkurentais.

## Konkurencijos intensyvumas

Lazdijų r. sav. pasižymi itin gausiu pažintinių, dviračių, vandens maršrutų skaičiumi. Taip pat savivaldybės ribose yra net du regioniniai parkai, gausu piliakalnių, ežerų. Vertinant visus turimus Lazdijų r. sav. išteklius pastebima stipri konkurencinė rinka tiek Lietuvos, tiek gretimoje užsienio rinkoje.

 lentelė. Lazdijų r. sav. konkurencinės aplinkos analizė.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Išteklius** | **Konkurencinė rinka** | **Intensyvumas** | **Lazdijų r. sav.** |
| **Stiprybės** | **Silpnybės** |
| 1. **Gamtinis (ežerai, piliakalniai, parkai)**
 | Aukštaitijos regionas;Punskas (Lenkija) | Didžiausią konkurenciją kelia ežerų regione gausa, siūlomi įvairaus tipo vandens maršrutai. Lenkijoje – ilgesnis maršruto ilgis, geresnės apgyvendinimo sąlygos. Tai labiausiai pritraukia aktyvaus laisvalaikio mėgėjus, aktyvų jaunimą, šeimas su vaikais.  | * Geros sąlygos plėtoti turizmą prie gamtinių išteklių;
* Atnaujinti lankytojų centrai regioninių parkų teritorijose;
* Kultūrinių išteklių gausa maršrutų kelyje.
 | * Mažas kelionių maršrutų ežerais skaičius;
* Nepakankamai aktyvus lankytojų pritraukimas.
 |
| 1. **Apgyvendinimas**
 | Druskininkų sav.;Birštono sav. | Didžiausią konkurenciją lemia itin didelė apgyvendinimo įstaigų pasiūla gretimose ar kurortinėse savivaldybėse, efektyvesnė jų rinkodara. Tai turi tiesioginės neigiamos įtakos turistų skaičiui.  | * Lanksti apgyvendinimo įstaigų struktūra, galinti prisitaikyti prie sezoniškumo įtakos.
 | * Maža apgyvendinimo įstaigų pasiūla;
* Kompleksiškų apgyvendinimo paketų su kitomis įstaigomis trūkumas;
* Mažas vietų ir numerių užimtumas.
 |
| 1. **Maitinimas**
 | Druskininkų sav. | Didžiausią konkurenciją kelia itin išvystytas maitinimo sektorius gretimose kurortinėse savivaldybėse.  | * Lengvesnės sąlygos į rinką įsilieti naujiems dalyviams.
 | * Neišvystyta maitinimo infrastruktūra;
* Itin žemas vienam gyventojui tenkančių maitinimo vienetų rodiklis.
 |
| 1. **Aktyvus laisvalaikis**
 | Varėnos sav.;Molėtai | * Nemaža dalis populiariausių baidarių maršrutų eina per Varėnos sav. esančias upes – Merkį, Ūlą, Varėnę.
* Molėtai garsėja kaip žuvininkystės sostinė, tad kyla didelė konkurencija su Lazdijų r. sav.
 | * Išvystytas vandens turizmas;
* Informatyvus aktyvaus turizmo pristatymas internetinėje erdvėje.
 | * Naujų maršrutų stygius;
* Tarptautinių maršrutų trūkumas;
* Nepakankamas informacijos kiekis apie ekstremalias vandens pramogas;
* Nepakankamas žuvininkystės kaip turistų traukos objekto išnaudojimas.
 |
| 1. **Kultūrinis turizmas**
 | Punskas (Lenkija) | Konkurencija juntama piligriminių, pažintinių maršrutų srityje, taip pat regione daugiau aktyviai veikiančių muziejų. | * Gausus kultūrinis paveldas;
* Daug kultūrinių renginių, meninių kolektyvų užsiėmimų.
 | * Lankytojams nepatrauklios veiklos muziejuose;
* Ne visų išteklių infrastruktūra pritaikyta turizmui;
* Informacijos trūkumas.
 |

*Šaltinis: parengta autorių.*

Atlikus konkurencinę analizę pagal svarbiausius Lazdijų r. sav. turizmo išteklius, nustatyta, kad didžiausia konkurencija Lazdijų r. sav. jaučiama iš Aukštaitijos regiono, Varėnos sav., kur itin išvystytas aktyvus vandens maršrutų turizmas tiek ežerais, tiek upėmis. Dėl šios priežasties Lazdijų r. sav. svarbu naujinti ir plėtoti maršrutus, jų infrastruktūrą bei prieinamumą turistams. Tikslines rinkos grupes geriausia pasiekti vykdant efektyvią rinkodarą internetinėje erdvėje, išryškinant esamus Lazdijų r. sav. privalumus.

## Konkurencijos lyginamoji analizė

Atlikus konkurencijos intensyvumo vertinimą nustatyta, kad didžiausi Savivaldybės konkurentai – gretimas pasienio miestas Punskas, Druskininkų sav. bei Aukštaitijos regionas Lietuvoje.

Apgyvendinimo sektoriuje ryškiausia konkurencija Druskininkų sav. – nors per pastaruosius trejus metus apgyvendintų turistų skaičius Lazdijų r. sav. augo ganėtinai sparčiai, tačiau vis vien gerokai atsilieka nuo gretimos Druskininkų sav. – tiek kambarių, tiek apgyvendinimo vietų užimtumu.

Maitinimo sektoriuje konkurencija taip pat stipriausia Druskininkų sav. – maitinimo vietų skaičius šioje savivaldybėje beveik penkiskart (2900) didesnis nei Lazdijų r. sav. (600), o maitinimo įstaigų kiekis beveik dvigubai didesnis – 36 – Druskininkų sav. ir 10 Lazdijų r. sav. Iš visų nagrinėtų savivaldybių (žr. Priedas nr. 1 (3 skyrius)) Lazdijų r. sav. maitinimo įstaigų apyvarta taip pat mažiausia (18,3 tūkst. Eur) lyginant su Druskininkų sav., kurioje apyvarta didžiausia – 294,6 tūkst. Eur.

Vis dėlto, nėra tikslinga tiesiogiai konkuruoti su Druskininkų savivaldybe maitinimo ir apgyvendinimo srityse. Būtina ieškoti apgyvendinimo segmentų, į kuriuos nesiorientuoja Druskininkų savivaldybė, t. y. užtikrinti aukštos kokybės kaimo turizmo paslaugas. Itin aukštas turistų srautas Druskininkų savivaldybėje turi būti vertinamas kaip Lazdijų r. sav. potencialas, o šiems atvykstantiems turistams turėtų būti siekiama pasiūlyti papildomas paslaugas, kurios nėra siūlomos Druskininkų savivaldybėje. Tokia galima sinergija būtų naudinga abiems savivaldybėms.

# Turizmo išteklių ir paslaugų auditas

Lazdijų r. sav. išteklių ir paslaugų analizei atlikti buvo pasirinktos 6 išteklių grupės, įvertintos jų tendencijos, stiprybės ir silpnybės.

**Gamtiniai ištekliai.** Lyginant su gretimomis savivaldybėmis Alytaus regione Lazdijų r. sav. gamtiniai ištekliai nėra pakankamai efektyviai pritaikyti turizmui – stiprus sezoniškumas, neišvystyta rekreacinė, informacinė infrastruktūra. Nors apie Veisiejų ir Metelių regioninius parkus pateikiama išsami informacija, tačiau kitų gamtinių išteklių rinkodara yra išvystyta nepakankamai. Tai yra viena iš priežasčių, lemiančių nepakankamą gamtinio turizmo sektoriaus potencialo išnaudojimą. Siekiant jį padidinti reikalinga efektyviai plėtoti ne tik infrastruktūrą, bet ir rinkodaros priemones. Pastarosios turi apimti tradicinę ir e-rinkodarą, taip pat apjungti bendradarbiavimą su gretimomis savivaldybėmis ar miestais-partneriais užsienyje.

**Kultūriniai ištekliai.** Lazdijų r. sav. gali pasigirti nemažu skaičiumi kultūrinių išteklių, tačiau muziejų lankomumas Savivaldybėje išlieka nekintantis trejus metus. Taip galimai atsitinka dėl nepakankamai išvystytos rinkodaros bei infrastruktūros, ne itin aktyvaus tarpsavivaldybinio ar tarptautinio bendradarbiavimo. Siekiant didinti Lazdijų r. sav. konkurencingumą kultūrinio turizmo srityje svarbu diegti inovatyvias priemones, reikalingas patrauklumo didinimui ir turistų pritraukimui. Prie šios srities turizmo rinkos plėtros prisidėtų infrastruktūros, išteklių prieinamumo lankytojams gerinimas. Svarbu gerinti informacijos pateikimą ir prieinamumą Lazdijų r. sav. VŠį „Lazdijų turizmo informacinis centras“, Lazdijų r. sav. ir kitose internetinėse svetainėse.

**Socialinės, ūkio bei valdymo paskirties ištekliai.** Lazdijų r. sav. yra itin platus socialinių, ūkio bei valdymo išteklių tinklas. Didelis dėmesys skiriamas kultūriniams, socialiniams renginiams, tačiau dažniausiai jie nėra orientuoti į tikslinę Savivaldybės turistų rinką. Tai gali lemti ir mažėjantį susidomėjimą socialine veikla Lazdijų r. sav. Siekiant pritraukti didesnį lankytojų skaičių, būtina plėtoti rinkodarą, orientuojant ją į tikslines vietinių ir užsienio turistų rinkas. E-rinkodaros priemonės (socialiniai tinklai, atskirų turizmo sričių turizmo ir diskusijų portalai, paieškos sistemos ir kt.) būtų tinkamiausios efektyviai informuoti potencialų turistą.

**Apgyvendinimo ištekliai.** Lazdijų r. sav. pasižymi menka apgyvendinimo įstaigų pasiūla, o tai lemia neilgą turistų apsistojimo trukmę. Lyginant su kitomis savivaldybėmis Lazdijų r. sav. itin mažas kambarių ir apgyvendinimo vietų užimtumas, galimai atsirandantis dėl nepakankamo informacijos kiekio turistams. Taip pat savivaldybėje nėra aukštus tarptautinius standartus atitinkančių (dvi ir daugiau žvaigždučių) apgyvendinimo įstaigų, dėl to mažėja patrauklumas bei nuvertėja savivaldybės įvaizdis. Siekiant didinti Lazdijų r. sav. apgyvendinimo įstaigų konkurencingumą Lietuvos savivaldybių mastu, svarbu išvystyti tinkamą apgyvendinimo sektoriaus infrastruktūrą, vykdyti tikslinę rinkodaros plėtrą pateikiant išsamią ir turistui lengvai prieinamą informaciją. Didelis dėmesys turėtų būti skiriamas bendradarbiavimui su gretimomis savivaldybėmis, taip pat kompleksinių paketų su kitais turizmo sektoriais kūrimui. Vis dėlto būtina suprasti, kad apgyvendinimo sektorius yra tiesiogiai priklausomas nuo kitų turizmo sektorių savivaldybėje bei jų siūlomų paslaugų. Turistai bus linkę apsistoti ilgesniam laikui tik tuo atveju, jei bus pakankama turizmo veiklų pasiūla.

**Maitinimo ištekliai.** Lyginant su analizuotomis šešiomis savivaldybėmis, Lazdijų r. sav. maitinimo įstaigų skaičiumi nusileidžia tik Birštono sav., kitose tokių įstaigų skaičius gerokai didesnis. Nors tai suteikia galimybę į rinką įsilieti naujiems dalyviams, tačiau dėl nepakankamai intensyvaus turistų srauto, santykinai neaukšto vietos gyventojų vartojimo ir žemo vietos gyventojų verslumo, maitinimo paslaugų sektorius nėra aktyviai plėtojamas. Savivaldybėje siūloma maisto užsakymo renginiams paslauga, tačiau tokios paslaugos teikėjų skaičius yra labai mažas. Siekiant plėtoti maitinimo sektorių Lazdijų r. sav. svarbu vykdyti efektyvią rinkodarą ir didinti turistų srautus, efektyviau išnaudoti savivaldybės teritorija keliaujančius žmones. Siekdamos didinti savo konkurencingumą maitinimo įstaigos savo ruožtu turėtų didinti savo žinomumą turizmo rinkodaros priemonėse, išnaudoti inovacijas turizmo rinkodaros srityje.

**Turizmo (kultūrinio, aktyvaus, vandens) ištekliai.** Lazdijų r. sav. gausus aktyvaus, vandens bei kultūrinio turizmo išteklių pasirinkimas. Taip pat pakankamai plačiai informacija pateikiama Savivaldybės, turizmo centrų svetainėse, aktyviai reklamuojami įvairūs sporto renginiai. Susidomėjimas aktyvia veikla Lazdijų r. sav. yra ganėtinai pastovus ir lenkiantis daugumą gretimų savivaldybių. Siekiant dar efektyvesnio turistų susidomėjimo vandens, aktyvaus poilsio ar kultūrine veikla, reikalinga išsamiai reklamuoti Lazdijų r. sav. teikiamas paslaugas. Taip pat prie išteklių plėtros prisidėtų tarptautinis bendradarbiavimas kuriant jungtinius maršrutus, taip pritraukiant didesnį lankytojų iš užsienio srautą. Vykdoma rinkodara turi būti nukreipta į tikslines turistų grupes, todėl ji turėtų būti vykdoma socialiniuose tinkluose, interaktyviomis ir kt. priemonėmis.

Detali analizė turizmo išteklių ir paslaugų analizė pateikiama pirmajame dokumento priede. (žr. Priedas nr. 1 (3 skyrius)).

# Lazdijų rajono savivaldybės prekės ženklo auditas

Lazdijų rajono savivaldybės prekės ženklas sukurtas 2013 m. ir yra plačiai naudojamas (žr. 2 Paveikslas). Lazdijų rajono savivaldybės logotipas papildomas šūkio „Lazdijai. Atrask!“ Šūkiu kviečiama domėtis Lazdijų rajono savivaldybe, kiekvienam atrasti jį dominančią sritį. Prekės ženklo motyvai sudaryti siekiant reprezentuoti savivaldybės gamtos, geografinės padėties unikalumą bei savivaldybės progresyvumą ir potencialą.

 paveikslas. Lazdijų rajono savivaldybės prekės ženklas.



Vertinant prekinį ženklą iš turizmo rinkodaros perspektyvos, galima teigti, kad ženklas pilnai atitinka savivaldybės turizmo rinkodarai keliamus uždavinius ir yra tinkamas reprezentuoti pagrindines identifikuotas turizmo sritis: kultūros ir gamtos paveldą, aktyvų poilsį, kaimo turizmą ir kt.

Atlikus prekės ženklo auditą nustatyta, kad prekės ženklas yra aktyviai naudojamas įvairiuose informacijos kanaluose Lazdijų rajono savivaldybėje, taip pat pastebimas ir Lietuvos mastu. Prekės ženklas yra vertinamas kaip patrauklus: pozityvus vertinimas tiek savivaldybės administracijos, tiek vietos gyventojų. Vis dėlto prekės ženklas nėra tikslingai pristatomas aktualiems turizmo segmentams. Siekiant padidinti prekės ženklo reprezentatyvumą vykdant tikslinę turizmo rinkodarą, Lazdijų rajono savivaldybėje buvo išreikštas noras prekinio ženklo firminio stiliaus vadovą papildyti grafiniais elementais, leisiančiais reprezentuoti pagrindines turizmo sritis Lazdijų rajono savivaldybėje: gamtinį potencialą; kaimo turizmą bei aktyvų poilsį (vandens pramogas). Prekės ženklo firminio stiliaus vadovas buvo papildytas šiais elementais, taip pat šių elementų šūkiai yra pateikti 4 užsienio kalbomis. Vis dėlto, nėra rekomenduojama plačiai naudoti šių elementų kartu su prekės ženklu, nes, profesionalų vertinimu, tai mažins pagrindinio prekės ženklo reikšmingumą. Rekomenduojama plačiai naudoti pagrindinį savivaldybės prekės ženklą, kiekvienu tiksliniu atveju pritaikant aktualų šūkį.

Taip pat prekės ženklas yra mažai matomas ir naudojamas užsienyje. Tai iš esmės lemia santykinai žemi turizmo rinkodaros mastai užsienio šalyse. Prekės ženklo matomumas užsienyje padidėtų vykdant aktyvesnę rinkodarą į užsienio rinkas.

Būtina pažymėti, kad prekės ženklas savivaldybėje yra naudojamas santykinai trumpai. Įvertinus prekės ženklo naudojimo trukmę bei pasiektus teigiamus rezultatus, rekomenduojama prekės ženklą toliau aktyviai naudoti ir vykdyti tikslinę turizmo bei kitų ūkio šakų rinkodarą tiek Lietuvoje, tiek užsienyje.

Nustatyta, kad prekinis ženklas plačiai naudojamas turizmo ir kultūros paveldo produktams (medui ir kt.) žymėti. Siūloma prekinio ženklo firminio stiliaus vadovą papildyti logotipo variantu, skirtu būtent unikalių krašto produktų ženklinimui (žr. 4 paveikslas).

 paveikslas. Lazdijų krašto produktų ženklinimo logotipas.



# Lazdijų rajono savivaldybės SSGG analizė

Siekiant įvertinti Lazdijų r. sav. turizmo sektoriaus stipriąsias, silpnąsias puses ir potencialą bei galimas grėsmes, turėsiančias reikšmingos įtakos Savivaldybės turistų srautams ir bendram konkurencingumui tiek nacionaliniu, tiek tarptautiniu mastu, buvo suformuota SSGG (stiprybių, silpnybių, galimybių, grėsmių) matrica (žr. 3 lentelė)

 lentelė. Lazdijų r. sav. SSGG analizė.

|  |
| --- |
| **Stiprybės** |
|  | Palanki Lazdijų r. sav. geografinė padėtis | * Savivaldybė ribojasi su Lenkija ir Baltarusija;
* Šeštokuose yra tarptautinės svarbos geležinkelio stotis;
* Savivaldybė turi tranzitinio regiono patirtį.
 |
|  | Istoriniai ir kultūriniai ryšiai tarp Lazdijų r. sav. ir užsienio šalių  | * Lazdijų r. sav. ir savivaldybėje veikiančios organizacijos aktyviai bendradarbiauja su partneriais Lenkijoje ir Baltarusijoje;
* Daugiausia užsienio turistų, apsilankančių Lazdijų r. sav. turizmo centruose, atvyksta iš Lenkijos ir Baltarusijos.
 |
|  | Gera ekologinė situacija | * Savivaldybėje nėra didelių, aplinkai kenksmingų pramonės įmonių;
* Trečdalį teritorijos užima miškai;
* Savivaldybėje vystomas ekologinis ūkininkavimas;
* Gamtos, kraštovaizdžio, augmenijos ir gyvūnijos apsauga rūpinasi Veisiejų ir Metelių regioniniai parkai, Žuvinto rezervatas.
 |
|  | Sąlyginai gausūs turizmo ištekliai | * Kultūrinio turizmo ištekliai:
* Lazdijų r. sav. gausu reikšmingų kultūros paveldo vertybių – urbanistinių kompleksų, piliakalnių ir alkakalnių, bei gamtinių resursų – savitos augalijos ir gyvūnijos, svarbių vandens paukščių perėjimo ir poilsio migracijos metu vietų;
* Kaimo vietovių kraštovaizdis yra mažai urbanizuotas;
* Europos kontekste užsienio turistams patraukli etnokultūra ir tradicijos.
* Edukaciniai ir pažintiniai maršrutai įvairaus amžiaus grupių ir poreikių turistams;
* Etnografiniai užsiėmimai ir renginiai, kultūrinės šventės ir parodos.
* Aktyvaus turizmo ištekliai:
* Maršrutai žirgais, automobiliais, pėsčiomis, dviračiais, baidarėmis ar valtimis (vidaus vandens (ypač baidarių) turizmas yra itin išplėtotas), žiemos sezonu – maršrutai slidėmis;
* Pramogos Lazdijų hipodrome (viename iš trijų modernizuotų hipodromų Lietuvoje);
* Ekstremaliam vandens sportui tinkamas Dusios ežeras.
 |
|  | Atnaujinti/naujai įrengti lankomiausi Lazdijų r. sav. turizmo objektai ir jų žymėjimas | * Atnaujinti lankytojų centrai Veisiejų ir Metelių regioniniuose parkuose;
* Įrengtas Veisiejų apžvalgos bokštas;
* Įrengtas Metelių apžvalgos bokštas;
* Atnaujintos esamos ir sukurtos naujos lauko informacinės sistemos (informaciniai stendai, nukreipiančiosios rodyklės prie Dusios ir Metelio, Veisiejų RP turistinių maršrutų) ir sukurta minimali infrastruktūra lankytojams;
* Lankymui pritaikyti kultūros paveldo objektai Savivaldybėje;
* Lietuvos – Lenkijos pasienyje įkurtas Turistų informacijos centras.
 |
|  | Informatyvi VŠį „Lazdijų turizmo informacinis centras“ svetainė | * Lazdijų turizmo informacinio centro internetinė svetainė yra patogi į regioną atvykstantiems lankytojams – pateikiamas platus spektras informacijos – nuo Lazdijų savivaldybės turimų turizmo išteklių iki siūlomų paslaugų ir organizuojamų renginių pristatymo. Svetainėje lengva naršyti ir telefonu;
* Informacija pateikiama 4 užsienio kalbomis, orientuotomis į atvykstančiųjų turistų srautus;
* Pristatomi artėjantys renginiai ir jų programa, archyvuojama informacija ir užfiksuotos akimirkos iš jau praėjusių susibūrimų;
* Pateikiamos naudingos nuorodos (sąsaja su socialiniais tinklais, oficialiais Lazdijų rajono savivaldybės ir partnerių tinklapiais, turizmo duomenų baze).
 |
| **Silpnybės** |
|  | Mažas Lazdijų r. sav. žinomumas | * Lazdijų r. sav. turizmo koncepcija nėra aiškiai formuluojama ir pristatoma;
* Viešojoje erdvėje nėra aiškiai suformuotos Lazdijų r. sav. turizmo sričiai skirtos žinutės, nėra rinkodaros priemonių nukreipimo į tikslines turistų grupes;
* Lazdijų r. sav. turizmo potencialas nėra tinkamai pristatomas užsienio šalyse, ką pagrindžia itin maža ir toliau mažėjanti atvykstamojo turizmo dalis (2012 – 2014 m. užsienio turistų dalis nuo visų Lazdijų r. sav. turistų skaičiaus sumažėjo 70,3 proc. ir 2014 m. atvykstamasis turizmas tesudarė 7,1 proc.).
 |
|  | Neišvystyta turizmo infrastruktūra  | * Bendroji turizmo infrastruktūra (susisiekimas, informacinis žymėjimas ir kt.):
* Vietomis bloga kelių infrastruktūra ir susisiekimas su lankytinais objektais;
* Ne visur žymėjimas ir nukreipiančiosios rodyklės iki lankytinų objektų yra aiškios ir informatyvios.
* Apgyvendinimo paslaugų infrastruktūra:
* Nėra dviem ir daugiau žvaigždučių įvertintų apgyvendinimo įstaigų, kas neretai lemia nevisapusiškai išpildytus turistų lūkesčius;
* Stovyklavietėse svečiams iš užsienio apsigyventi sudėtinga dėl nepakankamos rinkodaros užsienio rinkodaros kanaluose.
 |
|  | Santykinai mažas turistų skaičius savivaldybėje | * Lazdijų r. sav. apsistojusių turistų skaičius sudaro mažiau nei 1 proc. visų Lietuvos ir 2 proc. Alytaus regiono turistų bei yra beveik 55 kartus mažesnis nei Druskininkų savivaldybėje;
 |
|  | Turizmo paslaugų sezoniškumas | * Itin didelė siūlomų kultūrinių ir aktyvaus laisvalaikio turizmo paslaugų nėra pritaikytos visiems sezonams;
* Didžioji dalis apgyvendinimo paslaugas siūlančių įstaigų dirba tik šiltuoju metų laiku.
 |
|  | Mažas gyventojų verslumas  | * Maitinimo įstaigų apyvarta, tenkanti 1000 gyventojų, yra pati mažiausia, lyginant su aplinkinėmis savivaldybėmis (Alytaus r. sav., Alytaus m. sav., Varėnos sav., Druskininkų sav.);
* Daugelyje turizmo traukos objektų neišplėtota prekyba teminiais suvenyrais, neteikiamos paslaugos turistams;
* Nedidelė dalis profesionalių gidų veda ekskursijas anglų kalba.
 |
|  | Tikslinėms turistų grupėms nepritaikyta rinkodara | * Net būdama itin informatyvi pagrindinė VŠį „Lazdijų turizmo informacinis centras“ internetinė svetainė nėra tinkamai organizuojama:
* Informacija struktūruojama ir pateikiama šabloniškai, nepatraukliai akiai (turint omenyje tikslines turistų grupes, informacijos pateikimas turėtų būti ryškesnis, dinamiškesnis, unikalesnis, akcentuojant turimų gamtinių išteklių savybes, istorinį unikalumą, savivaldybės tinkamumą įvairių tikslų vizitams);
* Nuotraukos fotogalerijoje – akimirkos iš renginių ir kt., yra nereprezentatyvios (viešai skelbiami kadrai iš savivaldybės gyvenimo turėtų sudominti, intriguoti ir skatinti apsilankyti, o ne vien suteikti informacinio pobūdžio informaciją).
* Kitos informacijos sklaidos priemonės nėra tinkamai organizuojamos:
* Neretai trūksta galimybės naršyti lenkų kalba, net turint omenyje didelį skaičių lankytojų iš Lenkijos;
* Internetinėje erdvėje nėra patalpinti turimi lankytinų objektų lankstinukai ir brošiūros;
* Kituose informacijos sklaidos kanaluose pateikiamai informacijai trūksta vaizdinės medžiagos ir nukreipiamųjų nuorodų;
* Informacija apie turizmo maršrutus Lazdijų savivaldybėje pateikiama neorientuotai į paslaugos vartotojų grupes:
	+ Informacija apie pažintines keliones Lazdijų r. sav. įtraukta VšĮ „Lazdijų turizmo informacinis centras“ internetinėje svetainėje, šiuos maršrutus pasyviai pristatant bendriniuose turizmui skirtuose tinklapiuose (pvz. savaitgalis.lt, topturas.lt, ditma.lt, kiveda.lt ir kt.);
	+ Aktyvaus laisvalaikio maršrutai, kaip ir pažintiniai, nėra plačiai pristatomi ir reklamuojami bendrinėse turizmo svetainėse, taip pat apie juos neteikiama informacija socialiniuose tinkluose, kurių pagrindiniai vartotojai ir yra šių maršrutų tikslinė grupė (detaliau rinkodaros kanalai pristatomi Dokumento Priede nr.4);
	+ Informacija apie poilsines viešnages taip pat nepasiekia tikslinės grupės – nėra įrašų nei šeimų forumuose, nei socialiniuose tinkluose;
	+ Suinteresuotoms užsienio turistų grupėms gauti informaciją apie organizuojamus maršrutus sudėtinga – vienintelė VšĮ „Lazdijų turizmo informacinis centras“ svetainė yra pritaikyta kitakalbiams (kitose įstaigose informacija teikiama tik žodžiu).
* Pagrindiniame užsienio turistams skirtame puslapyje (tripadvisor.com) informacijos apie lankytinus objektus ir maitinimo įstaigas Lazdijų savivaldybėje nėra, todėl tiek užsienio, tiek Lietuvos turistams VšĮ „Lazdijų turizmo informacinis centras“ svetainė bei keletas kitų puslapių lieka vieninteliai šaltiniai informacijai gauti. Tai ydingas informacijos pateikimo principas turint omenyje tai, kad turistai pirmenybę teikia ne pačiai informacijai apie lankytinus objektus, bet kitų turistų paliktiems atsiliepimams bei rekomendacijoms.
 |
| **Galimybės** |
|  | Europos Sąjungos struktūrinių fondų ir finansinių instrumentų turizmo sektoriui parama | * Smulkaus ir vidutinio verslo skatinimui 2014 – 2020 metais numatomas struktūrinių ES fondų finansavimas bei rengiamos atskiros programos, nuo kurių priklauso smulkaus ir vidutinio verslo finansavimo apimtys regionuose. Pagal COSME programą planuojama 2014 – 2020 m. SVV skatinimui skirti apie 2,3 mlrd. Eur. Pasinaudojus išoriniu finansavimu Lazdijų r. sav. gali padidinti apgyvendinimo, maitinimo ir paslaugas teikiančių verslų konkurencingumą, atsiliepsiantį turizmo apimtims.
 |
|  | Nauji turizmo segmentai | * Daugėja atvykstančių senjorų grupių;
* Populiarėja moksleivių grupių apsilankymai;
* Daugėja konferencinio turizmo tikslais atvykstančių turistų.
 |
|  | Augantis turistų skaičius Alytaus regione | * Augantis turistų skaičius Alytaus regione kuria galimybę pritraukti turistus vienadieniams maršrutams į Lazdijų r. sav.;
* Momentinių paslaugų (maitinimo paslaugas teikiančių ir suvenyrais prekiaujančių įstaigų) paklausos didėjimas.
 |
|  | Nišinio turizmo plėtra  | * Hipodromo veiklos infrastruktūros plėtra, aktyviau organizuojant renginius ir investuojant į turistų srautų pritraukimą į juos;
* Ekstremalaus vandens sporto Dusios ežere infrastruktūros plėtra, susijusių renginių organizavimas ir kompleksinių susijusių paslaugų teikimas.
 |
|  | Maitinimo ir apgyvendinimo paslaugų sektorių plėtra | * Lazdijų r. sav. apsigyvenusių turistų skaičius auga – 2013 – 2014 m. vietinių turistų nakvynių skaičius išaugo 64 proc., o užsieniečių nakvynių padaugėjo beveik penktadaliu;
* Turistai, apsistojantys nakvynei, yra linkę kelionėje išleisti daugiau (vidutinės pajamos nuo keliautojo ir vidutinės dienos išlaidos didėja);
* Galimas maitinimo įstaigų ir kitų momentinių paslaugų paklausos padidėjimas Lazdijų r. sav. – vienadienių keliautojų yra 2,5 karto daugiau nei apsistojančių su nakvyne ir jų skaičius, nors ir neženkliai, tačiau auga.
 |
|  | Teminiai maršrutai ir tarptautiniai maršrutai bendradarbiaujant su gretimomis savivaldybėmis ir kaimyninėmis šalimis | * Bendri projektai turizmo srityje su gretimomis savivaldybėmis, kuriose turistų srautai didesni nei Lazdijų r. sav., prisidėtų prie turizmo sektoriaus plėtros;
* Palanki geografinė padėtis bei istoriniai ir kultūriniai ryšiai tarp Lazdijų r. sav. ir užsienio šalių gali būti išnaudoti kuriant tarptautinius maršrutus ir taip didinant atvykstamojo turizmo srautus.
 |
| **Grėsmės** |
|  | Auganti kaimyninių savivaldybių ir užsienio valstybių konkurencija turizmo sektoriuje | * Gretimų savivaldybių siūlomų turizmo paslaugų plėtra smarkiai sumažintų turistų srautus Lazdijų r. sav. Būtina atkreipti dėmesį į atskirų, Lazdijų r. sav. aktualių turizmo segmentų plėtrą aplinkinėse savivaldybėse;
* Kaimyninių užsienio valstybių konkurencingumo padidėjimas gali turėti neigiamos įtakos ir taip sąlyginai mažam atvykstamojo turizmo segmentui Lazdijų r. sav. Potencialiai didžiausią grėsmę savivaldybės turizmo sektoriui kelia Lenkija, taip pat turinti itin palankią geografinę padėtį ir gausius panašaus pobūdžio turizmo išteklius.
 |
|  | Teisinis reglamentavimas, apribojantis gamtinių – kultūrinių išteklių panaudojimo rekreacijai ir turizmo plėtrai galimybes | * Teisinio reglamentavimo pokyčiai galėtų reikšmingai prisidėti prie Lazdijų r. sav. turizmo patrauklumo sumažėjimo, sąlygoto konkurencinės pozicijos pablogėjimo dėl apribotos turizmo sektoriaus veiklos naudojant gamtinius ir kultūrinius išteklius.
 |
|  | Spartus gyventojų skaičiaus mažėjimas regione ir mažėjantys kvalifikuotos darbo jėgos ištekliai | * Neigiami demografiniai ir socialiniai pokyčiai Lazdijų r. sav. tik dar labiau sustiprintų vienos iš savivaldybės silpnybių poveikį – liktų dar mažiau motyvuotų ir verslių, turizmo paslaugų kokybę gerinančių ir prie viso sektoriaus plėtros prisidedančių žmonių.
 |
|  | Vietinių turistų srautų sumažėjimas dėl išaugusių galimybių keliauti į užsienio šalis | * Kintantys Lietuvos turistų įpročiai gali lemti reikšmingą vietinio turizmo apimčių sumažėjimą.
 |

# Turizmo segmentų Lazdijų rajono savivaldybėje analizė

Tinkamas turizmo rinkos segmentavimas vienas pagrindinių turizmo rinkodaros programos tikslingumą ir efektyvumą lemiančių veiksnių. Paprastai segmentavimas atliekamas siekiant sugrupuoti rinkos dalyvius pagal panašius poreikius, norus ir kitas charakteristikas, siekiant kryptingai nukreipti rinkodaros sprendimus išskirtų grupių aptarnavimui. Taigi segmentavimo tikslu galima įvardinti norą kiek įmanoma tikslingiau vykdyti numatomas priemones, atsižvelgiant į išskirtų segmentų realias ir potencialias galimybes nešti visapusišką grąžą. Tam privalu nustatyti kaip įmanoma siauresnius panašų imlumą teikiamoms turizmo paslaugoms turinčius turistų segmentus ir parengti kryptingą rinkodaros priemonių bei kitų sprendimų turizmo srityje vykdymą, optimizuojant resursų panaudojimą ir įvertinant momentinę bei potencialiai ateityje pasireiškiančią naudą.

Paprastai turizmo rinkos segmentavimas atliekamas remiantis šiais kriterijais:

* **Pagal srautą**: vietinio turizmo atstovai, atvykstamojo turizmo atstovai;
* **Pagal kelionės trukmę**: ilgalaikio poilsio mėgėjai (atvykstantieji praleisti dalį vasaros atostogų), ilgų savaitgalių, švenčių mėgėjai (praleidžiantys 3 dienas ar šventinius savaitgalius), savaitgalių lankytojai, trumpalaikio poilsio lankytojai;
* **Pagal amžiaus grupes**: moksleiviai, pašėlęs jaunimas (priklausantys amžiaus grupei nuo 16 iki 25 metų), aktyvūs jaunuoliai (nuo 26 iki 35 metų), patyrusi visuomenė (nuo 36 iki 50 metų), vidutinio amžiaus lankytojai (nuo 51 iki 60 metų), vyresnio amžiaus lankytojai (virš 60 metų);
* **Pagal poreikius**: be specialių poreikių, su specialiais poreikiais (neįgalūs, su kūdikiais ar mažais vaikais, ligoti ir pan.);
* **Pagal grupės sudėtį**: grupėmis (iki 5 žmonių), pavieniai, su šeima, grupėmis (nuo 5 iki 15 žmonių), grupėmis su autobusu (nuo 16 iki 40 ir daugiau žmonių);
* **Pagal gaunamas pajamas**: pajamų negaunantys, tėvų (ar valstybės) išlaikomi, uždirbantieji minimumą (iki 1200 litų per mėn. vienam dirbančiajam asmeniui), vidurinės klasės atstovai (nuo 1500 iki 2500 litų per mėn. vienam dirbančiajam asmeniui), aukštesnes pajamas gaunantieji (nuo 2600 iki 3500 litų per mėn. vienam dirbančiajam asmeniui), pasiturintieji (virš 3600 litų per mėn. vienam dirbančiajam asmeniu);
* **Pagal atvykimo priežastį**: ramiai pailsėti, pramogauti, atšvęsti, sužinoti, pamatyti ir pažinti, patirti ir pajausti.

Siekiant tikslingai iškirti turizmo segmentus pagal įvardintus kriterijus neretai susiduriama su informacijos stoka – duomenys pagal detalizuotą kelionės trukmę, specialiuosius poreikius, keliaujančiųjų grupės dydį ir gaunamas pajamas paprastai nėra kaupiami. Todėl analizuojant turizmo rinką ir jos segmentus pasirinkta nagrinėjimą atlikti remiantis srauto kriterijumi, esant galimybei papildomai pažvelgiant į geografinį, elgesio (bihevioristinį) ir kitus aspektus.

## Lietuvos turizmo rinkos segmentų analizė

Vadovaujantis išskirtais turizmo rinkos segmentavimo aspektais visų pirma atliktas Lietuvos turizmo rinkos nagrinėjimas. Manoma, kad rengiamas Lazdijų r. sav. turizmo rinkodaros planas bus efektyvus tik tuo atveju, jei bus formuojamas ir įgyvendinamas kryptingai ir integraliai Lietuvos tikslinių turizmo segmentų atžvilgiu (žr. 4 lentelė).

4 lentelė. Prioritetinės turizmo rinkos Lietuvoje.

|  |
| --- |
| **Tikslinės turizmo rinkos Lietuvoje** |
| **Vietinis turizmas** |
| **15 - 24 metų amžiaus turistai** | * Pagrindiniai kelionės tikslai – giminių ar draugų lankymas, laisvalaikio pramogos ar poilsis;
* Aktyviausiai keliaujama trečiąjį metų ketvirtį – ryškus sezoniškumas;
* Vidutinė kelionės trukmė – 3 paros;
* Didžiausi turistų srautai iš Vilniaus ir Kauno regionų.
 |
| **25 - 34 metų amžiaus turistai** | * Pagrindiniai kelionių tikslai – verslo, profesiniai interesai, giminių lankymas, laisvalaikis;
* Aktyviausiai keliaujama pirmąjį metų ketvirtį – ryškus sezoniškumas;
* Vidutinė kelionės trukmė – 1,5 paros;
* Didžiausi turistų srautai iš Vilniaus regiono.
 |
| **45 - 54 metų amžiaus turistai** | * Pagrindiniai kelionių tikslai – giminių ar draugų lankymas, verslo kelionės, apsipirkimas;
* Ryškaus sezoniškumo nėra – verslo kelionių daugiausia pirmąjį metų ketvirtį, tuo tarpu apsipirkimo tikslais pirmąjį ketvirtį keliaujama mažiausiai;
* Vidutinė kelionės trukmė – 3 paros;
* Didžiausi turistų srautai iš Vilniaus bei Kauno regionų.
 |
| **65+ amžiaus turistai** | * Pagrindiniai kelionių tikslai – apsipirkimas, laisvalaikis, giminių lankymas, sveikatinimo paslaugos;
* Ryškus sezoniškumas apsipirkimo tikslais keliaujančiųjų atveju (pirmąjį metų ketvirtį kelionių itin mažai), tuo tarpu kitais tikslais keliaujančių atveju sezoniškumas beveik nejuntamas;
* Vidutinė kelionės trukmė beveik 3 paros;
* Didžiausi turistų srautai iš Vilniaus bei Kauno regionų.
 |
| **Atvykstamasis turizmas** |
| **Turistai iš Rusijos**  | * Pagrindiniai kelionių tikslai – sveikatinimo paslaugos, apsipirkimas, verslo turizmas;
* Dažniausiai rusų turistų lankomi regionai – Vilniaus, Druskininkų savivaldybė.
* Didžiąją kelionių dalį sudaro 4 ir daugiau nakvynių kelionės.
* Dažniausiai lankomas regionai – Vilniaus ir Druskininkų savivaldybė.
 |
| **Turistai iš Skandinavijos** | * Pagrindiniai skandinavų kelionių tikslai – verslas, profesiniai interesai, kultūrinis turizmas;
* Daugiausia keliaujama iš Švedijos ir Suomijos;
* Vidutinė švedų kelionės trukmė – 1 - 4 nakvynės, suomių – iki 3 nakvynių;
* Dažniausiai lankomas regionas – Kauno.
 |
| **Turistai iš Vokietijos** | * Pagrindiniai kelionių tikslai skiriasi pagal amžiaus grupes: 25 – 35 metų amžiaus turistus labiau traukia sporto turizmas, vyresnius – kultūrinis, medicininis turizmas.
* Vidutinė kelionės trukmė – daugiau nei 4 nakvynės;
* Dažniausiai vokiečių turistų lankomas regionas – Klaipėdos.
 |
| **Turistai iš kitų kaimyninių šalių**  | * Kitos kaimyninės šalys – Latvijos, Lenkijos, Baltarusijos turistai;
* Pagrindiniai kelionių tikslai – apsipirkimas, poilsis;
* Vidutinė kelionės trukmė – apie 3 paras (išimtis Lenkijos turistai, kurie paprastai renkasi vienadienes keliones);
* Dažniausiai kitų kaimyninių šalių turistų lankomas regionas – Vilniaus.
 |

*Šaltinis: Lietuvos statistikos departamentas.*

**Vietinio turizmo segmentas Lietuvoje**

Vienas iš Lietuvos turizmo rinkos segmentų, išskirtų remiantis srauto kiterijumi, yra vietinis turizmas. Remiantis oficialia statistika ir atlikus analitinį grupavimą pagal papildomai įtrauktą amžiaus kriterijų buvo iškirtos keturios turistų grupės – 15 - 24 metų, 25 - 34 metų, 45 - 54 metų, 65 ir vyresnio amžiaus keliautojai. Kiekvienoje iš grupių identifikuoti kiti, formuojant Lazdijų r. sav. turizmo rinkodaros programą galimai reikšmingos įtakos turėsiantys, veiksniai – kelionės tikslai, keliavimo ir viešnagės įpročiai, pagrindinės geografinės vietos, iš kurių atvykstama. Nustatyta, kad visose amžiaus grupėse vienas iš dažniausiai pasitaikančių keliavimo tikslų yra giminių ar draugų lankymas, kitais tikslais keliaujantieji paprastai reikšmingai skiriasi amžiaus grupėmis – verslo ir profesiniais tikslais daugiausia keliauja 25 – 54 metų vietiniai turistai, pramogos ar poilsis paprastai aktualiausias 15 – 24 metų asmenims, o sveikatinimo paslaugų poreikį dažniausiai ištreiškia 65 ir vyresnio amžiaus senjorai. Visų šių grupių įpročiai, analizuojant kelionių sezoniškumą, pasirodė esantys skirtingi – didžiausias sezoniškumas egzistuoja jaunesniojo amžiaus (15 – 34 metų) turistų tarpe, o vyresnio amžiaus turistų segmentų kelionėms paprastai didelės įtakos metų sezonas neturi. Nepaisant šių keliavimo įpročių skirtumų, identifikuoti labai panašūs viešnagės įpročiai tarp daugumos keliautojų – trys iš keturių išskirtų tikslinių turizmo rinkos segmentų yra linkę vidutiniškai apsistoti 3 paroms. Panaši tendencija egzistuoja ir vertinant geografinį aspektą – didžioji dalis turistų Lietuvoje keliauja iš didžiųjų miestų – Vilniaus ir Kauno.

**Atvykstamojo turizmo segmentas Lietuvoje**

Kitas tikslinis turizmo rinkos Lietuvoje segmentas, išskirtas remiantis srauto kriterijumi, yra atvykstamasis turizmas. Remiantis oficialia statistika ir analitinėmis įžvalgomis buvo išskirti keturi pagrindiniai Lietuvos turizmo rinkos segmentai atsižvelgiant į geografinį aspektą. Segmentavimas atliktas įvertinant bendrą turistų skaičių iš šių šalių ir numatomas pokyčių tendencijas. Nagrinėjant buvo papildomai identifikuoti keliavimo tikslai, vidutinė viešnagės trukmė ir dažniausiai lankomos Lietuvos savivaldybės. Taigi apibendrinant apžvelgtus atvykstamojo turizmo segmentus galima teigti, kad verslo turizmo paslaugų poreikis jaučiamas turistų iš Rusijos ir Skandinavijos šalių atveju, apsipirkimo tikslais į Lietuvą dažniausiai atvyksta rusai ir turistai iš kitų kaimyninių valstybių, tuo tarpu kultūriniu ar aktyviu poilsiu bei sveikatinimo paslaugomis yra suinteresuoti visi išskirti Lietuvos tiksliniai turizmo segmentai. Nors viešnagės įpročiai tarp segmentų reikšmingai skiriasi – apsistojama nuo 1 iki 4 ir daugiau nakvynių, pagrindiniai užsienio turistų traukos regionai išlieka panašūs – didieji Lietuvos miestai ir išskirtinai Druskininkų savivaldybė.

Remiantis atlikta Lietuvos turizmo segmentavimo analize galima įvertinti Lazdijų r. sav. potencialą pritraukti Lietuvoje keliaujančius turistus, numatyti kryptis optimaliam turimų turizmo resursų panaudojimui ir įvertinti bendrines turizmo tendencijas, esančias itin svarbias išskiriant Savivaldybės tikslinius segmentus bei vėliau numatant jiems skirtos rinkodaros sprendimus.

## Lazdijų rajono savivaldybės turizmo rinkos segmentų analizė

Siekiant vientisumo ir integralumo Lazdijų r. sav. turizmo rinkos segmentavimas atliktas laikantis to paties keliautojų segmentavimo principo kaip ir visos Lietuvos turizmo rinkos atveju – grupuota į vietinio ir atvykstamojo turizmo segmentus.

Atlikus TIC, Metelių RP, Veisiejų RP ir Lazdijų krašto muziejaus teikiamų statistinių duomenų analizes nustatyta, kad Lazdijų r. savivaldybės pagrindiniai svečiai – vietiniai turistai iš gretimų savivaldybių ir užsienio turistai iš kaimyninių valstybių. Dideliu detalumu informacija apie šiuos segmentus nėra kaupiama, tačiau galima išskirti pagrindinius turistų grupės socialinius demografinius ir keliavimo aspektus:

* Vietinis turizmas. Į Lazdijų r. sav. daugiausia turistų atvyksta iš Alytaus r. ir Alytaus m. savivaldybių, Marijampolės, Kalvarijos ir Druskininkų savivaldybių. Paprastai dominuoja moksleiviai ir 25 – 44 metų lankytojai, atvykę giminių lankymo, laisvalaikio, poilsio ir atostogų tikslais. Šio segmento grupes dominančios turizmo paslaugos yra edukacinės ekskursijos, pažintiniai maršrutai ir aktyvaus laisvalaikio paslaugos. Paprastai vietiniai turistai nėra linkę apsistoti Savivaldybėje, tačiau statistiškai vidutinė viešnagė trunka apie 2,2 paros, o nakvynei dažniausiai renkasi privataus apgyvendinimo (kaimo turizmo) sektorių.
* Atvykstamasis turizmas. Į Lazdijų r. sav. daugiausia turistų atvyksta iš Lenkijos (2014 m. lenkai sudarė 29,3 proc.), Rusijos, Baltarusijos, Latvijos ir Estijos. Paprastai d dominuoja pakeliui į kitas savivaldybes važiuojantieji bei 35 – 50 metų lankytojai, atvykę laisvalaikio, poilsio ir atostogų tikslais. Šio segmento grupes dominančios turizmo paslaugos yra pažintiniai maršrutai ir poilsinio laisvalaikio paslaugos bei pramogos. Nors didelė dalis užsienio turistų Savivaldybėje neapsistoja, apsistojančiųjų vidutinė viešnagės trukmė yra 2,3 paros privataus apgyvendinimo sektoriuje.

Taigi atsižvelgiant į VšĮ „Lazdijų turizmo informacinis centras”, Veisiejų ir Metelių regionionių parkų bei Lazdijų krašto muziejaus lankytojų monitoringo metu surinktą informaciją (žr. Priedas 1) ir jos apimtį, buvo išskirti panašius keliavimo įpročius ir poreikius turintys tiksliniai vietinio ir atvykstamojo turizmo segmentai (žr. 5 paveikslas). Toliau Dokumente pateikiama (1) kiekvieno jų apžvalga, išskiriant būdingas charakteristikas, (2) tolimesniam Dokumento formavimui ir resursų paskirstymui būtina „8P“ analizė bei (3) SSGG analizės metu identifikuotų stiprybių ir silpnybių įtaka jų keliavimo apimtims ir įpročiams.

5 paveikslas. Lazdijų r. sav. tiksliniai turizmo segmentai.


*Šaltinis: parengta autorių.*

1.
2.
3.
4.
5.
6.
7.
8. 1.
	2.

### Vietinio turizmo tiksliniai segmentai

1.
2.
3.
4.
5.
6.
7.
8. 1.

**Moksleiviai**

Viena iš tikslinių vietinių turistų grupių Lazdijų r. sav. yra moksleiviai. Šie krašto lankytojai paprastai atvyksta edukacinių užsiėmimų tikslu, grupėmis nuo 10 – 30 žmonių iš Alytaus ir gretimų apskričių, apsistoti nakvynei nėra linkę. Pastaruoju metu šis turistų segmentas yra dominuojantis Lazdijų r. sav. muziejuose ir pastebima auganti jo tendencija regioniniuose parkuose pavasario ir rudens metu.

Moksleivių tikslinės grupės pagrindiniai poreikiai ir būtinos sąlygos vizitams yra edukaciniai užsiėmimai – teminės pamokos, integruotos pamokos – ekskursijos. Siekiant didinti Lazdijų r. sav. siūlomų turizmo paslaugų konkurencingumą atsiranda būtinybė organizuoti kūrybinio pobūdžio ir kitokias praktines užduotis, interaktyvius užsiėmimus. Į tai kryptingai orientuojasi Metelių ir Veisiejų regioniniai parkai – organizuojamos ne tik edukacinės programos, tačiau dėmesys skiriamas ir meniniams užsiėmimas, o lavinimui skirta ekspozicija yra žaisminga, dinamiška ir pritaikyta tikslinės grupės poreikiams.

Lazdijų r. sav. turimų turizmo išteklių potencialas šiame segmente optimaliai išnaudotas būtų orientuojantis į istorinį, gamtos pažinimo ir etnokultūrinį lavinimą. Tam reikiami resursai:

* muziejai;
* dvarai;
* bažnyčios;
* archeologiniai ir istoriniai paminklai;
* edukaciniai maršrutai.

Šiuo metu Lazdijų r. sav. moksleivių tikslinei grupei siūlomos turizmo paslaugos apima:

* gamtinius (ornitologinius ir botaninius) turus;
* edukacinius užsiėmimus Veisiejų ir Metelių regioniniuose parkuose, Lazdijų krašto muziejuje ir jo padaliniuose;
* 5 moksleiviams pritaikytus kultūrinio pažinimo maršrutus.

Atsižvelgiant į nustatytą Lazdijų r. sav. tikslinės turistų grupės profilį – įpročius, poreikius ir kt. charakteristikas, strateginė rinkodaros kryptis šiame segmente turėtų būti orientuota į informacijos apie edukacinių užsiėmimų – teminių pamokų, integruotų pamokų – ekskursijų sklaidą. Šiuo metu taikomos rinkodaros priemonės, jų privalumai ir trūkumai pateikiami 5 lentelėje.

 lentelė. Rinkodaros priemonių, taikomų moksleivių tikslinei grupei pasiekti, analizė.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **VšĮ „Lazdijų turizmo informacinis centras“** | https://cdn3.iconfinder.com/data/icons/UltimateGnome/256x256/stock/gnome-app-install.png | Internetinėje svetainėje išskirta sekcija su maršrutais siūlomais išskirtinai moksleiviams, jie detaliai aprašyti. |
| https://cdn0.iconfinder.com/data/icons/ie_Bright/512/minus_remove_green.png | Nėra vaizdinės medžiagos, o informacija pateikta perdėtai formaliai, neatsižvelgiant į tikslinės auditorijos amžių. Aprašymuose daugiau dėmesio skiriama istorinei lankytino objekto vertei, o ne emocijoms ir potyriams lankantis. Informacija pateikiama niūriai, jaunosios kartos akiai nepatraukliomis spalvomis, statiškai ir be jokių interaktyvių medžiagos pateikimo detalių. |
| **Veisiejų regioninis parkas** | https://cdn3.iconfinder.com/data/icons/UltimateGnome/256x256/stock/gnome-app-install.png | Internetinėje svetainėje pateikiamas platus rengiamų teminių mokomųjų programų sąrašas su kiekvienos jų trukme ir įkainiais. |
| https://cdn0.iconfinder.com/data/icons/ie_Bright/512/minus_remove_green.png | Internetinėje svetainėje sekcija su užsiėmimais siūlomais išskirtinai moksleiviams nėra išskirta, organizuojamos veiklos nėra aprašytos. Taip pat nėra pateikta vaizdinės medžiagos, o užsiėmimo pavadinimai itin lakoniški, nekeliantys tikslinės auditorijos susidomėjimo. Visas informacijos apipavidalinimas netinkamas jaunosios kartos susidomėjimo skatinimui, trūksta dinamikos. |
| **Metelių regioninis parkas** | https://cdn3.iconfinder.com/data/icons/UltimateGnome/256x256/stock/gnome-app-install.png | Internetinėje svetainėje išskirta sekcija su pasiūlymais išskirtinai moksleiviams, bendriniais bruožais pateikiama jų tematika ir veiklos kryptys. |
| https://cdn0.iconfinder.com/data/icons/ie_Bright/512/minus_remove_green.png | Nėra pateikiama vaizdinės medžiagos, o informacija pateikta perdėtai formaliai, neatsižvelgiant į tikslinės auditorijos amžių. Aprašymuose daugiau dėmesio skiriama veiklos pristatymui, o ne emocijoms ir potyriams lankantis. Informacija pristatoma niūriomis spalvomis, vietomis pernelyg dalykiškai. |
| **Lazdijų krašto muziejus ir jo padaliniai** | https://cdn3.iconfinder.com/data/icons/UltimateGnome/256x256/stock/gnome-app-install.png | Internetinėje svetainėje išskirta sekcija su pasiūlymais išskirtinai moksleiviams, jiems duoti vaizdingi pavadinimai, yra detalūs mažai dalykiški aprašymai. |
| https://cdn0.iconfinder.com/data/icons/ie_Bright/512/minus_remove_green.png | Nėra pateikiama vaizdinės medžiagos, o pačios informacijos apipavidalinimas niūrus ir neorientuotas į tikslinę grupę. |

**25 – 35 metų aktyvus jaunimas**

Kita tikslinė vietinių turistų grupė Lazdijų r. sav. yra aktyvus jaunimas. Šie krašto lankytojai paprastai atvyksta aktyvaus laisvalaikio pramogų tikslu, grupėmis nuo 4 – 10 žmonių iš Alytaus ir gretimų apskričių, nakvynei apsistoja stovyklavietėse 2 – 3 dienoms. Pastaruoju metu šis turistų segmentas yra dominuojantis aktyvaus laisvalaikio pramogas siūlančiuose Lazdijų r. sav. taškuose.

Jaunimo tikslinės grupės pagrindiniai poreikiai ir būtinos sąlygos vizitams yra dinamiškos, keliančios iššūkius ir naujus potyrius paslaugos. Pastarosios turėtų apimti dvi galimybes – tai keliavimą sausuma ir adrenalino antplūdį vandenyje.

Lazdijų r. sav. turimų turizmo išteklių potencialas šiame segmente būtų išnaudotas orientuojantis į optimalų turisto užimtumo organizavimą įdarbinant turimus gamtinius išteklius. Tam būtini resursai:

* maršrutai pėsčiomis, slidėmis, dviračiais, automobiliais;
* vandens pramogos;
* autoturizmas;
* atvirojo tipo sportinė infrastruktūra.

Šiuo metu Lazdijų r. sav. aktyvaus jaunimo tikslinei grupei siūlomos turizmo paslaugos apima:

* turistinius maršrutus žirgais, automobiliais, pėsčiomis, dviračiais, baidarėmis ar valtimis Veisiejų ir Metelių regioninių parkų teritorijose;
* plaukiojimą laivu Dusios ežere Metelių regioniniame parke;
* ekstremaliam vandens sportui pritaikytą Dusios ežerą (ežeras laikomas tinkamu buriuoti ir plaukioti su jėgos aitvarais[[3]](#footnote-3), čia rengiamos buriavimo varžybos, pvz. ,,Vėjas galvoje“ pavasario turo II etapas);
* renginius hipodrome, automobilių sporto renginius.

Atsižvelgiant į nustatytą Lazdijų r. sav. tikslinės turistų grupės profilį – įpročius, poreikius ir kt. charakteristikas, strateginė rinkodaros kryptis šiame segmente turėtų būti orientuota į informacijos apie aktyvaus turizmo galimybes sklaidą. Šiuo metu taikomos rinkodaros priemonės, jų privalumai ir trūkumai pateikiami 6 lentelėje.

 lentelė. Rinkodaros priemonių, taikomų aktyvaus jaunimo tikslinei grupei pasiekti, analizė.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **VšĮ „Lazdijų turizmo informacinis centras“** | https://cdn3.iconfinder.com/data/icons/UltimateGnome/256x256/stock/gnome-app-install.png | Internetinėje svetainėje išskirta sekcija su aktyvaus turizmo maršrutais, pateikiama esminė informacija apie siūlomas veiklas, pristatomi aktyvaus laisvalaikio paketai ir kitos paslaugos. |
| https://cdn0.iconfinder.com/data/icons/ie_Bright/512/minus_remove_green.png | Pateikiami maršrutų žemėlapiai yra painūs, nėra platesnio siūlomos paslaugos aprašo – kainų, sąlygų, veiklos detalių. Informacija apipavidalinta itin lakoniškai, neskiriant dėmesio emocijoms ir potyriams turizmo maršrutų metu. Trūksta vaizdinės medžiagos ir interaktyvumo, dinamiškumo, atspindinčio siūlomų paslaugų paketo tinkamumą aktyvaus laisvalaikio poreikius turintiesiems. |
| **Veisiejų regioninis parkas** | https://cdn3.iconfinder.com/data/icons/UltimateGnome/256x256/stock/gnome-app-install.png | Internetinėje svetainėje išskirta sekcija su aktyvaus turizmo maršrutais, pateikiama esminė informacija apie siūlomas veiklas, detalūs ir aiškūs maršrutų žemėlapiai. |
| https://cdn0.iconfinder.com/data/icons/ie_Bright/512/minus_remove_green.png | Maršrutų sekcijoje nėra išskirtos siūlomos turizmo paslaugos pėsčiomis, dviračiai ar kt., pateikimas dalykiškas, nėra vaizdinės medžiagos, informacijos apipavidalinimui trūksta dinamikos ir emocinių patyrimų akcentavimo. Siūlomų turizmo paslaugų pristatymas neatitinka tikslinės grupės tipažo ir nekelia smalsumo, susidomėjimo. |
| **Metelių regioninis parkas** | https://cdn3.iconfinder.com/data/icons/UltimateGnome/256x256/stock/gnome-app-install.png | Internetinėje svetainėje išskirta sekcija su aktyvaus turizmo maršrutais, pateikiamos nuorodos į išsamius informacinius lankstinukus, nurodomi aiškūs trasos žemėlapiai. Papildomai nukreipiama į kitų parkų siūlomus maršrutus. |
| https://cdn0.iconfinder.com/data/icons/ie_Bright/512/minus_remove_green.png | Nėra vaizdinės medžiagos, o informacija pateikiama niūriame, statiškame formate, neatspindinčiame siūlomų turizmo paslaugų tinkamumo aktyvų laisvalaikį propaguojantiems lankytojams. Informacija nėra atnaujinta apie maršrutą laiveliu Dusios ežere, taip pat neužsimenama apie vietovės tinkamumą ekstremaliam vandens sportui – jėgos aitvarų, buriavimui. |

**Šeimos su mažamečiais vaikais**

Dar viena tikslinė vietinių turistų grupė Lazdijų r. sav. yra šeimos su mažamečiais vaikais. Šie krašto lankytojai paprastai atvyksta į poilsinę viešnagę orientuotais tikslais, dviejų – trijų šeimų grupėmis iš Alytaus ir gretimų apskričių, nakvynei apsistoja kaimo turizmo sodybose ar stovyklavietėse 2 – 3 dienoms. Pastaruoju metu šis turistų segmentas yra dominuojantis Metelių ir Veisiejų regioninių parkų poilsiavietėse, ypatingai Dusios ežero pakrantėse.

Šeimų su vaikais pagrindiniai poreikiai ir būtinos sąlygos vizitams yra ramybės prieglobsčio kompleksas – civilizacijos nepaliesta gamta ir turizmo paslaugos, leidžiančios tai pajusti poilsinės viešnagės metu.

Lazdijų r. sav. turimų turizmo išteklių potencialas šiame segmente išnaudotas būtų orientuojantis į optimalų poilsį suteikiančių turizmo paslaugų teikimą įdarbinant turimus gamtinius išteklius. Tam būtini resursai:

* gamtiniai rezervatai;
* gamtiniai ir urbanistiniai draustiniai;
* parkai.

Šiuo metu Lazdijų r. sav. šeimų su vaikais tikslinei grupei siūlomos turizmo paslaugos apima:

* poilsiavietes prie didžiųjų Lietuvos ežerų Metelių ir Veisiejų regioniniuose parkuose;
* poilsinius/pažintinius maršrutus gamtiniuose ir urbanistiniuose draustiniuose bei parkuose Metelių ir Veisiejų RP.

Atsižvelgiant į nustatytą Lazdijų r. sav. tikslinės turistų grupės profilį – įpročius, poreikius ir kt. charakteristikas, strateginė rinkodaros kryptis šiame segmente turėtų būti orientuota į informacijos apie poilsinio turizmo galimybes sklaidą. Šiuo metu taikomos rinkodaros priemonės, jų privalumai ir trūkumai pateikiami 7 lentelėje.

 lentelė. Rinkodaros priemonių, taikomų šeimų su mažamečiais vaikais tikslinei grupei pasiekti, analizė.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **VšĮ „Lazdijų turizmo informacinis centras“** | https://cdn3.iconfinder.com/data/icons/UltimateGnome/256x256/stock/gnome-app-install.png | Internetinėje svetainėje išskirta sekcija su apgyvendinimo siūlymais poilsinio apsilankymo tikslais atvykusiems lankytojams. Pateikiama įvairaus tipo apgyvendinimo įstaigų kontaktinė informacija ir vaizdinė medžiaga. Glaustai pristatomi pažintiniai – kultūriniai maršrutai. |
| https://cdn0.iconfinder.com/data/icons/ie_Bright/512/minus_remove_green.png | Pažintiniai – kultūriniai maršrutai, tinkami šeimoms su vaikais, atskirai išskirti nėra. Pateikta informacija lakoniška, trūksta vaizdinės lankytinų objektų medžiagos ir nukreipiančiųjų nuorodų į platesnius aprašymus. Trūksta išsamesnės informacijos apie stovyklavimui tinkamas pakrantes. |
| **Veisiejų regioninis parkas** | https://cdn3.iconfinder.com/data/icons/UltimateGnome/256x256/stock/gnome-app-install.png | Internetinėje svetainėje išskirta apgyvendinimo sekcija poilsinio apsilankymo tikslais atvykusiems lankytojams. Pateikiama įvairaus tipo apgyvendinimo įstaigų kontaktinė informacija. Plačiai pristatomi pažintiniai – kultūriniai maršrutai. |
| https://cdn0.iconfinder.com/data/icons/ie_Bright/512/minus_remove_green.png | Pažintiniai – kultūriniai maršrutai, tinkami šeimoms su vaikais, atskirai išskirti nėra. Pateikta informacija statiška, su mažai vaizdinės medžiagos, jos peržiūrėjimui neretai būtinas dokumento atsisiuntimas, kas sunkina naršymą telefonu. Nepristatoma apgyvendinimo įstaigų rekreacinė infrastruktūra. |
| **Metelių regioninis parkas** | https://cdn3.iconfinder.com/data/icons/UltimateGnome/256x256/stock/gnome-app-install.png | Internetinėje svetainėje išskirta sekcija su apgyvendinimo siūlymais poilsinio apsilankymo tikslais atvykusiems lankytojams. Pateikiama kaimo turizmo sodybų ir stovyklaviečių kontaktinė informacija ir vaizdinė medžiaga. Glaustai pristatomi pažintiniai – kultūriniai maršrutai. |
| https://cdn0.iconfinder.com/data/icons/ie_Bright/512/minus_remove_green.png | Nėra pateikiama informacijos apie kitas apgyvendinimo įstaigas, nepristatomas išskirtinai šeimoms su vaikais tinkami pažintiniai – kultūriniai maršrutai, informacijos pateikimui trūksta vaizdinės medžiagos. Stinga išsamesnės informacijos apie stovyklavimui tinkamas pakrantes.  |

**65 metų ir vyresnio amžiaus senjorai**

Paskutinioji tikslinė vietinių turistų grupė Lazdijų r. sav. yra 65 ir vyresnio amžiaus senjorai. Šie krašto lankytojai paprastai atvyksta pažintinių maršrutų tikslais, 3 – 7 asmenų grupėmis iš Alytaus ir gretimų regionų, apsistoti nakvynei nėra linkę. Pastaruoju metu šis turistų segmentas yra dominuojantis Lazdijų r. sav. muziejuose.

65 ir vyresnio amžiaus senjorų pagrindiniai poreikiai ir būtinos sąlygos vizitams yra kompleksiniai, kultūrinį regiono paveldą atspindintys ir optimaliai galimus vyresniosios kartos keliautojo poreikius apjungiantys pažintiniai maršrutai.

Lazdijų r. sav. turimų turizmo išteklių potencialas šiame segmente optimaliai išnaudotas būtų orientuojantis į kompleksiškus pažintinius turizmo maršrutus, pritaikytus vyresnio amžiaus asmenų fiziniam pajėgumui.

Šiuo metu Lazdijų r. sav. 65 ir vyresnio amžiaus senjorų tikslinei grupei siūlomos turizmo paslaugos apima:

* pažintiniai istoriniai, etnokultūriniai ir gamtiniai maršrutai Lazdijų krašte;
* dailės, liaudies meno, kraštotyros darbų parodos, organizuojamos Lazdijų krašto muziejaus, Veisiejų regioninio parko, VšĮ „Lazdijų kultūros centro“.

Atsižvelgiant į nustatytą Lazdijų r. sav. tikslinės turistų grupės profilį – įpročius, poreikius ir kt. charakteristikas, strateginė rinkodaros kryptis šiame segmente turėtų būti orientuota į informacijos apie pažintinio turizmo galimybes sklaidą. Šiuo metu taikomos rinkodaros priemonės, jų privalumai ir trūkumai pateikiami 8 lentelėje.

 lentelė. Rinkodaros priemonių, taikomų 65 ir vyresnio amžiaus senjorų tikslinei grupei pasiekti, analizė.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **VšĮ „Lazdijų turizmo informacinis centras“** | https://cdn3.iconfinder.com/data/icons/UltimateGnome/256x256/stock/gnome-app-install.png | Internetinėje svetainėje išskirta sekcija, glaustai pristatomi pažintiniai – kultūriniai maršrutai, pateikiama glausta informacija apie artėjančius kultūrinius renginius. |
| https://cdn0.iconfinder.com/data/icons/ie_Bright/512/minus_remove_green.png | Neišskirtas pažintinių – kultūrinių maršrutų tinkamumas vyresnio amžiaus, su specialiais poreikiais turistams. Nepristatoma turizmo infrastruktūra kiekvieno maršruto atveju. Renginių kalendorius nukreipia į renginių informacinius lankstinukus, tad gali kilti problemų juos atidarant, taip pat stinga informacijos apie veiklas renginių metu, jų tikslinę auditoriją ir kt. Vaizdinė medžiaga iš praėjusių renginių neretai yra nereprezentatyvi. |
| **Veisiejų regioninis parkas** | https://cdn3.iconfinder.com/data/icons/UltimateGnome/256x256/stock/gnome-app-install.png | Internetinėje svetainėje išskirta sekcija, kurioje glaustai pristatomi pažintiniai – kultūriniai maršrutai, pateikiama išsami informacija apie artėjančius kultūrinius renginius. |
| https://cdn0.iconfinder.com/data/icons/ie_Bright/512/minus_remove_green.png | Neišskirtas pažintinių – kultūrinių maršrutų tinkamumas vyresnio amžiaus, su specialiais poreikiais turistams, sunku orientuotis apie maršruto sudėtingumą ir fizinį aktyvumą, turizmo infrastruktūrą keliaujant.  |
| **Metelių regioninis parkas** | https://cdn3.iconfinder.com/data/icons/UltimateGnome/256x256/stock/gnome-app-install.png | Internetinėje svetainėje išskirta sekcija su parkui būdingų renginių minėjimo datomis, pateikiamos nuorodos į išorinius tinklapius su informacija apie artėjančius renginius. |
| https://cdn0.iconfinder.com/data/icons/ie_Bright/512/minus_remove_green.png | Artėjančių renginių informacija neatskirta nuo bendrinių parko naujienų, todėl tampa sunku orientuotis pateikiamame informacijos kiekyje. Pažintiniai – kultūriniai maršrutai tinkami vyresnio amžiaus, galimai specialius poreikius turintiems turistams nėra išskirti. Pateikiama itin glausta informacija, nepristatanti turizmo paslaugos tinkamumo senjorų segmentui. |

 lentelė. Lazdijų r. sav. vietininio turizmo tikslinių segmentų ir poreikių bei jų išpildymo apibendrinimas.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Moksleiviai** | **Aktyvus jaunimas** | **Šeimos su mažamečiais vaikais**  | **Senjorai** |
| **Socialiniai demografiniai aspektai** |
| **Amžius** | 6 – 16  | 25 – 35 | 36 – 50  | >60 |
| **Regionas/savivaldybė/miestas, iš kurių atvykstama** | Alytaus ir gretimų regionų  | Alytaus ir gretimų regionų  | Alytaus ir gretimų regionų  | Alytaus ir gretimų regionų  |
| **Poreikiai** | Edukaciniai užsiėmimai | Aktyvaus laisvalaikio pramogos | Į poilsinę viešnagę orientuotos paslaugos | Pažintiniai maršrutai |
| **Būtinos sąlygos tikslinės grupės pritraukimui** | Edukaciniai užsiėmimai – teminės pamokos, integruotos pamokos – ekskursijos, siekiant sudominti – kūrybinio pobūdžio ir praktinės užduotys, interaktyvūs užsiėmimai.  | Dinamiškos, keliančios iššūkius ir naujus potyrius paslaugos. Pastarosios turėtų apimti tris galimybes – tai keliavimas sausuma, adrenalino antplūdis vandenyje ir neatrasti pojūčiai ore. | Būtinas ramybės prieglobsčio kompleksas – civilizacijos nepaliesta gamta ir turizmo paslaugos, leidžiančios tai pajusti poilsinės viešnagės metu. | Būtini kompleksiniai kultūrinį regiono paveldą atspindintys ir optimaliai galimus vyresniosios kartos keliautojo poreikius apjungiantys pažintiniai maršrutai. |
| **Reikiami resursai** | * + Muziejai
	+ Dvarai
	+ Bažnyčios
	+ Archeologiniai ir istoriniai paminklai
	+ Edukaciniai maršrutai
 | * + Maršrutai pėsčiomis, slidėmis, dviračiais, automobiliais
	+ Vandens pramogos
 | * + Gamtiniai rezervatai
	+ Gamtiniai ir urbanistiniai draustiniai
	+ Parkai
 | * + Pažintiniai maršrutai
 |
| **Siūlomos turizmo paslaugos** | * + Gamtiniai (ornitologiniai ir botaniniai) turai;
	+ Edukaciniai užsiėmimai Veisiejų ir Metelių regioniniuose parkuose, Lazdijų krašto muziejuje ir jo padaliniuose;
	+ 5 moksleiviams pritaikyti kultūrinio pažinimo maršrutai.
 | * + Turistiniai maršrutai žirgais, automobiliais, pėsčiomis, dviračiais, baidarėmis ar valtimis Veisiejų ir Metelių regioninių parkų teritorijose;
	+ Plaukiojimas laivu Dusios ežere Metelių regioniniame parke;
	+ Renginiai hipodrome, automobilių sporto renginiai.
 | * + Poilsiavietės prie didžiųjų Lietuvos ežerų Metelių ir Veisiejų regioniniuose parkuose;
	+ Poilsiniai/pažintiniai maršrutai gamtiniuose ir urbanistiniuose draustiniuose bei parkuose Metelių ir Veisiejų RP.
 | * + Pažintiniai istoriniai, etnokultūriniai ir gamtiniai maršrutai Lazdijų krašte;
	+ Dailės, liaudies meno, kraštotyros darbų parodos, organizuojamos Lazdijų krašto muziejaus, Veisiejų regioninio parko, VšĮ „Lazdijų kultūros centro“.
 |
| **Srautų vertinimas ir tendencija** | Dominuojantis segmentas Lazdijų r. sav. muziejuose ir pastebima auganti jo tendencija regioniniuose parkuose pavasario ir rudens metu. | Dominuojantis aktyvaus laisvalaikio pramogas siūlančiuose Lazdijų r. sav. taškuose, tačiau dėl augančios konkurencijos net didėjant turistų skaičiui šio segmento pokytis nėra ženklus.  | Dominuojantis segmentas Metelių bei Veisiejų regioninių parkų poilsiavietėse (ypatingai Dusios ežero pakrantėse) ir didėjant turistų skaičiui Savivaldybėje toliau reikšmingai auga. | Vienas iš dominuojančių ir sparčiausiai augančių segmentų Lazdijų krašto muziejuje ir jo padaliniuose. |
| **Kelionės įpročiai** |
| **Keliavimo įpročiai** | Grupėmis nuo 10 – 30 žmonių | Grupėmis nuo 4 – 10 žmonių | Dviejų – trijų šeimų grupėmis | Grupėmis nuo 3 – 7 žmonių |
| **Viešnagės įpročiai** | Nakvynei neapsistoja | Nakvynei apsistoja 2 – 3 dienoms | Nakvynei apsistoja 2 – 3 dienoms | Nakvynei neapsistoja |
| **Apgyvendinimo sektorius** | - | Stovyklavietės | Kaimo turizmo sodybos ir stovyklavietės | - |
| **Rinkodara** |
| **Pagrindiniai rinkodaros kanalai (informacijos sklaidos priemonių detalesnis pristatymas Priede nr. 4)** | * + Informaciniai pranešimai į vaikų tikslinę grupę orientuotoje spaudoje, televizijos ir radijo laidose;
	+ Renginiai ir šventės skirtos vaikams bei parodos švietimo tema;
	+ Reklama bendrinėse turizmo svetainėse, išskiriančiose maršrutus moksleiviams;
	+ Interaktyvaus turinio rinkodara;
	+ Visi inovatyvūs vizualinės rinkodaros sprendimai (vaizdo ir podcast reklamos, elektroniniai informaciniai stendai).
 | * + Sporto renginiai, konkursai ir kito pobūdžio susibūrimai skirti jaunimui;
	+ Socialiniai tinklai;
	+ Remarketingo ir rinkodaros automatizavimo sprendimai;
	+ Visi inovatyvūs vizualinės rinkodaros sprendimai (vaizdo ir podcast reklamos, elektroniniai informaciniai stendai);
	+ Reklama grotelinių žymių formatu;
	+ Mobilioji reklama (mobiliosios aplikacijos, QR kodai ir kt.).
 | * + Informaciniai pranešimai į brandžios visuomenės (ypatingai su vaikais) tikslinę grupę orientuotoje spaudoje, televizijos ir radijo laidose;
	+ Šeimų susibūrimo renginiai ir iškylos, švenčių minėjimai;
	+ Remarketingo ir rinkodaros automatizavimo sprendimai.
 | * + Informaciniai pranešimai į senjorų visuomenės dalį orientuotoje spaudoje, televizijos ir radijo laidose;
	+ Kultūriniai renginiai ir kito pobūdžio susibūrimai skirti pagyvenusio amžiaus žmonėms.
 |
| **Rinkodaros priemonių, vykdomų TIC, Metelių RP, Veisiejų RP ir Lazdijų krašto muziejaus, vertinimas** | Bendrai svetainėse išskirti visi maršrutai ir kitos susijusios turizmo paslaugos, siūlomos išskirtinai moksleiviams, tačiau esminis informacijos pateikimo trūkumas – vizualinis (jis neskirtas jaunajai kartai, nes yra statiškas ir nepatrauklus akiai) ir aprašomasis (informacija pateikiama dalykiška, mažai sudominančia kalba) pateikimas. | Bendrai svetainėse pateikiama itin išsami informacija apie aktyvaus turizmo maršrutus ir kitas susijusias turizmo paslaugas, tačiau trūksta informacijos pateikimo kryptingo orientavimo į šio segmento poreikius – trūksta vaizdinės medžiagos, dinamiško ir smalsumą keliančio pateikimo.  | Bendrai svetainėse pateikiama sąlyginai išsami informacija apie apgyvendinimo galimybes poilsinio apsilankymo tikslais atvykusiems lankytojams, tačiau nėra išskiriami ir pristatomi gamtiniai maršrutai, tinkami šeimoms su vaikais. Taip pat pateikiama vaizdinė medžiaga yra mažai dinamiška ir patraukli, todėl tinkamai neatspindi gamtinių išteklių Lazdijų r. sav. | Bendrai svetainėse pateikiama sąlyginai išsami informacija apie pažintinius ir kultūrinus maršrutus bei renginius, tačiau vykdoma rinkodara nėra tikslingai nukreipta – nėra išskirtų senjorams tinkamų maršrutų, nepristatoma ar infrastruktūra yra pritaikyta jų poreikiams, neįvardijamas reikiamo fizinio aktyvumo lygis. |

### 8.2.2. Atvykstamojo turizmo tiksliniai segmentai

Atvykstamojo turizmo Lazdijų r. sav. tikslines grupes pasirinkta išskirti pagal į kraštą atvykstančius lankytojų srautus. Nustatyta, kad daugiausia užsienio keliautojų, apsilankančių Lazdijų krašte, yra iš Lenkijos, Rusijos ir Baltarusijos. Įvertinus jų keliavimo įpročius ir poreikius, tolimesnei tikslinių turizmo rinkų analizei nuspręsta atlikti detalesnį nagrinėjimą atskirai Lenkijos turistų ir Rusijos kartu su Baltarusijos turistų segmentams.

* 1.
	2.

**35 – 45 metų turistai iš Lenkijos**

Viena iš tikslinių užsienio turistų grupių Lazdijų r. sav. yra svečiai iš Lenkijos. Šie krašto lankytojai paprastai atvyksta pažintiniais tikslais, nedidelėmis grupėmis iki 10 – ties žmonių, apsistoti nakvynei nėra linkę. Pastaruoju metu šis turistų segmentas yra dominuojantis Lazdijų r. sav. muziejuose ir šalia istorinių bei kultūrinių Lazdijų r. sav. turizmo objektų.

Lenkijos turistų pagrindiniai poreikiai ir būtinos sąlygos vizitams yra kompleksiški istorinio paveldo turizmo maršrutai, neretai – teminiai, lietuvių ir lenkų kultūrų persipynimo minėjimui. Šios tikslinės turizmo grupės apsilankymų skatinimui būtina sutelkti pastangas į etnologinę ir kultūrinę krašto savastį. Būtent šių turizmo resursų patrauklus organizavimas edukacinių – pažintinių ekspozicijų, socialinių renginių ir autentiškų praktinių užsiėmimų forma yra pagrindinė sąlyga svečių iš Lenkijos apsilankymui.

Lazdijų r. sav. turimų turizmo išteklių potencialas šiame segmente optimaliai išnaudotas būtų orientuojantis į pažintinį istorinio ir kultūrinio krašto pristatymą. Tam reikiami resursai:

* + muziejai;
	+ dvarai;
	+ bažnyčios;
	+ archeologiniai ir istoriniai paminklai;
	+ edukaciniai ir pažintiniai maršrutai;
	+ etnografiniai užsiėmimai ir renginiai.

Šiuo metu Lazdijų r. sav. Lenkijos turistų tikslinei grupei siūlomos turizmo paslaugos apima:

* gamtines ir kultūrines ekskursijas;
* pažintinius istorinius, etnokultūrinius ir gamtinius maršrutus Lazdijų krašte;
* edukacinius užsiėmimus Veisiejų ir Metelių regioniniuose parkuose, Lazdijų krašto muziejuje ir jo padaliniuose;
* dailės, liaudies meno, kraštotyros darbų parodas.

Atsižvelgiant į nustatytą Lazdijų r. sav. tikslinės turistų grupės profilį – įpročius, poreikius ir kt. charakteristikas, strateginė rinkodaros kryptis šiame segmente turėtų būti orientuota į informacijos apie pažintinio, edukacinio ir kultūrinio turizmo sklaidą.

**35 – 45 metų turistai iš Rusijos ir Baltarusijos**

Kitos dvi tikslinės užsienio turistų grupės Lazdijų r. sav. yra svečiai iš Rusijos ir Baltarusijos. Šie krašto lankytojai paprastai turi labai panašius keliavimo įpročius ir poreikius, todėl jų profilio analizę tikslinga atlikti bendrai.

Rusijos ir Baltarusijos turistai Lazdijų r. sav. paprastai lankosi poilsiniais tikslais, nedidelėmis grupėmis iki 10 – ties žmonių, nakvynei apsistoja kaimo turizmo sodybose arba stovyklavietėse 3 – 5 dienoms. Pastaruoju metu šis turistų segmentas yra dominuojantis Metelių ir Veisiejų regioninių parkų poilsiavietėse, ypatingai Dusios ežero pakrantėse.

Siekiant patenkinti šios turistų grupės pagrindinius poreikius dėmesys turėtų būti skiriamas į poilsinę viešnagę orientuotoms turizmo paslaugoms. Svečių iš Rusijos ir Baltarusijos viešnagės skatinimui būtina mažiau dėmesio skirti istoriniam krašto paveldo pateikimui, pastangas nukreipiant į turimus gamtinius resursus – savitą kraštovaizdį, gyvūniją ir augmeniją, bei į potyrius nukreiptas turizmo pramogas – jodinėjimą žirgais, kultūrinius – socialinius renginius.

Lazdijų r. sav. turimų turizmo išteklių potencialas šiame segmente išnaudotas būtų orientuojantis į optimalų poilsį ir kultūrinį pažinimą suteikiančių turizmo paslaugų teikimą, įdarbinant turimus gamtinius ir kultūrinius išteklius. Tam reikiami resursai:

* + gamtiniai rezervatai;
	+ gamtiniai ir urbanistiniai draustiniai
	+ parkai;
	+ jodinėjimas žirgais;
	+ kultūrinės šventės.

Šiuo metu Lazdijų r. sav. Rusijos ir Baltarusijos turistų tikslinei grupei siūlomos turizmo paslaugos apima:

* poilsį prie didžiųjų Lietuvos ežerų Metelių regioniniame parke;
* poilsinius/pažintinius maršrutus gamtiniuose ir urbanistiniuose draustiniuose bei parkuose Metelių ir Veisiejų regioniniuose parkuose;
* turistinius maršrutus žirgais;
* kultūrinius – socialinius renginius, švenčių minėjimus, organizuojamus Lazdijų krašto muziejaus ir VšĮ Lazdijų kultūros centro.

Atsižvelgiant į nustatytą Lazdijų r. sav. tikslinės turistų grupės profilį – įpročius, poreikius ir kt. charakteristikas, strateginė rinkodaros kryptis šiame segmente turėtų būti orientuota į informacijos apie poilsinio, pažintinio ir kultūrinio – socialinio turizmo sklaidą.

**Lazdijų r. sav. turizmo rinkodaros priemonių, nukreiptų į užsienio turistus, analizė**

Lazdijų r. sav. taikomas rinkodaros priemones, nukreiptas į užsienio turistų tikslines grupes, derėtų nagrinėti dviem aspektais – (1) pagrindinių turizmo centrų (VšĮ „Lazdijų turizmo informacinis centras”, Metelių ir Veisiejų regioniniai parkai, Lazdijų krašto muziejus ir jo padaliniai) pritaikymą turistų iš Lenkijos, Rusijos ir Baltarusijos poreikiams bei (2) bendrą Lazdijų r. sav. rinkodaros tinkamumą užsienio turistams pritraukti.

Nustatyta, kad VšĮ „Lazdijų turizmo informacinis centras” ir Lazdijų krašto muziejus su padaliniais yra labiau suinteresuoti užsienio turistų pritraukimu nei Metelių ar Veisiejų regioniniai parkai. Viešojoje erdvėje apie juos pateikiama informacija yra prieinama lenkų ir rusų kalbomis, tačiau ignoruojamas trečiasis tikslinis turizmo segmentas – baltarusiai. Kita vertus, regioniniai parkai, esantys Lazdijų r. sav., nėra iš viso sukūrę galimybės viešai skelbiamą informaciją gauti užsienio turistams gimtąją kalba.

Identifikuotas Lazdijų r. sav. pagrindinių turizmo centrų rinkodaros nepajėgumas pilnai išpildyti atvykstamojo turizmo tikslinių segmentų poreikių gauti informaciją suprantama kalba, kompensuojamas pateikiant ją anglų kalba.

Kitas svarbus aspektas nagrinėjant Lazdijų r. sav. turizmo išteklių pritaikymą ir rinkodaros priemonėmis pateikimą užsienio svečiams yra organizuojamų ekskursijų kalba. Analizės metu nustatyta, kad, nors ir baltarusiai yra trečias turizmo segmentas pagal lankytojų skaičių, šia kalba ekskursijos Lazdijų r. sav. nėra vedamos. Kita vertus, lenkų ir rusų kalbomis informacija yra pateikiama didžiojoje dalyje pagrindinių regiono turizmo centrų (vieninteliame Metelių regioniniame parke ekskursijos yra vedamos tik viena užsienio kalba).

 lentelė. Pagrindinių turizmo centrų pritaikymo turistų iš Lenkijos, Rusijos ir Baltarusijos poreikiams apžvalga.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **Lenkai** | **Rusai** | **Baltarusiai** |
|  | **VšĮ „Lazdijų turizmo informacinis centras”** |
| Svetainės prieinamumas gimtąja kalba: |  |  |  |
| Ekskursijų prieinamumas gimtąja kalba: |  |  |  |
| Svetainės prieinamumas anglų kalba: |  |
|  | **Veisiejų regioninis parkas/Metelių regioninis parkas** |
| Svetainės prieinamumas gimtąja kalba: |  |  |  |
| Ekskursijų prieinamumas gimtąja kalba: |  |  |  |
| Svetainės prieinamumas anglų kalba: |  |
|  | **Lazdijų krašto muziejus ir jo padaliniai** |
| Svetainės prieinamumas gimtąja kalba: |  |  |  |
| Ekskursijų prieinamumas gimtąja kalba: |  |  |  |
| Svetainės prieinamumas anglų kalba: |  |

Atlikus bendrą Lazdijų r. sav. rinkodaros užsienio turistams pritraukti tinkamumo vertinimą nustatyta, kad pagrindiniame užsienio turistams skirtame puslapyje – „Tripadvisor“ (tripadvisor.com) - informacijos apie Lazdijus nėra. Informacijos randama apie turizmo paslaugas Druskininkuose, Suvalkuose ir kituose aplinkiniuose miestuose, kas kuria jų konkurencinį pranašumą prieš Lazdijų r. sav. užsienio turistų atžvilgiu.

Taigi, tiksliniams užsienio turistų segmentams pagrindiniu bendrinės informacijos šaltiniu lieka Lazdijų turizmo informacijos centras bei savivaldybės puslapis (šis informaciją pateikia anglų kalba). Tai identifikuoja nepakankamai išvystytą rinkodarą ir esamų priemonių mažą efektyvumą siekiant Lazdijų r. sav. turizmo potencialo pristatymo, kadangi turistai pirmenybę teikia ne pačiai informacijai apie lankytinus objektus, bet kitų turistų paliktiems atsiliepimams bei rekomendacijoms.

 lentelė. Lazdijų r. sav. atvykstamojo turizmo tikslinių segmentų ir poreikių bei jų išpildymo apibendrinimas.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Turistai iš Lenkijos** | **Turistai iš Rusijos ir Baltarusijos** |
| **Socialiniai demografiniai aspektai** |
| **Amžius** | 35 – 50  | 35 – 50 |
| **Poreikiai** | Pažintiniai, kultūriniai, edukaciniai užsiėmimai | Poilsinės viešnagės paslaugos ir pramogos |
| **Būtinos sąlygos tikslinės grupės pritraukimui** | Būtini kompleksiški istorinio paveldo turizmo maršrutai, neretai teminiai – lietuvių ir lenkų kultūrų persipynimo minėjimui. Šios tikslinės turizmo grupės apsilankymų skatinimui būtina sutelkti pastangas į etnologinę ir kultūrinę krašto savastį. Būtent šių turizmo resursų patrauklus organizavimas edukacinių – pažintinių ekspozicijų, socialinių renginių ir autentiškų praktinių užsiėmimų forma yra pagrindinė sąlyga svečių iš Lenkijos apsilankymui. | Didžiausis dėmesys turėtų būti skiriamas į poilsinę viešnagę orientuotoms turizmo paslaugoms. Šių svečių viešnagės skatinimui būtina mažiau dėmesio skirti istoriniam krašto paveldo pateikimui, pastangas nukreipiant į turimus gamtinius resursus – savitą kraštovaizdį, gyvūniją ir augmeniją, bei į potyrius nukreiptas turizmo pramogas – jodinėjimą žirgais, kultūrinius-socialinius renginius. |
| **Reikiami resursai** | * + Muziejai
	+ Dvarai
	+ Bažnyčios
	+ Archeologiniai ir istoriniai paminklai
	+ Edukaciniai ir pažintiniai maršrutai
	+ Etnografiniai užsiėmimai ir renginiai
 | * + Gamtiniai rezervatai
	+ Gamtiniai ir urbanistiniai draustiniai
	+ Parkai
	+ Jodinėjimas žirgais
	+ Kultūrinės šventės
 |
| **Siūlomos turizmo paslaugos** | * + Gamtinės ir kultūrinės ekskursijos;
	+ Pažintiniai istoriniai, etnokultūriniai ir gamtiniai maršrutai Lazdijų krašte;
	+ Edukaciniai užsiėmimai Veisiejų ir Metelių regioniniuose parkuose, Lazdijų krašto muziejuje ir jo padaliniuose;
	+ Dailės, liaudies meno, kraštotyros darbų parodos.
 | * + Poilsis prie didžiųjų Lietuvos ežerų Metelių ir Veisiejų regioniniame parke;
	+ Poilsiniai/pažintiniai maršrutai gamtiniuose ir urbanistiniuose draustiniuose bei parkuose Metelių ir Veisiejų regioniniuose parkuose;
	+ Turistiniai maršrutai žirgais
	+ Kultūriniai – socialiniai renginiai, švenčių minėjimai, organizuojami Lazdijų krašto muziejaus ir VšĮ „Lazdijų kultūros centro”.
 |
| **Srautų vertinimas ir tendencija** | Dominuojantis ir sparčiai augantis atvykstamojo turizmo segmentas Lazdijų r. sav. muziejuose ir šalia istorinių bei kultūrinių Lazdijų r. sav. turizmo objektų. | Dominuojantys turistų srauto segmentai Metelių ir Veisiejų regioninių parkų poilsiavietėse, ypatingai Dusios ežero pakrantėse. Pastaruoju metu baltarusių turistų skaičius net didėjant bendram turistų skaičiui Savivaldybėje beveik nekinta, o rusų – reikšmingai mažėja. |
| **Kelionės įpročiai** |
| **Keliavimo įpročiai** | Grupėmis iki 10 žmonių | Grupėmis iki 10 žmonių |
| **Viešnagės įpročiai** | Nakvynei neapsistoja | Nakvynei apsistoja 3 – 5 dienoms |
| **Apgyvendinimo sektorius** | - | Stovyklavietės, kaimo turizmas. |
| **Rinkodara** |
| **Pagrindiniai rinkodaros kanalai** | * + Informaciniai pranešimai nacionalinėje spaudoje ir radijo laidose, orientuotose į edukaciją ir kultūrą;
	+ Etniniai-pažintiniai renginiai ir kito pobūdžio suburiamoji veikla (pvz. istorinės inscenizacijos);
	+ Tarptautinės turizmo parodos;
	+ Teminiai ir bendri su Lenkija turizmo maršrutai;
	+ Informacija bendrinėse svetainėse, skirtose užsienio turistams - Tripadvisor.com, lithuania.travel/en, visitlithuania.net, lonely planet.com, business-baltics.com ir kt.;
	+ Paieškos prioretizavimo sprendimai.
 | * + Informacija bendrinėse svetainėse, skirtose užsienio turistams – Tripadvisor.com, lithuania.travel/en, visitlithuania.net, lonelyplanet.com, business-baltics.com ir kt.;
	+ Tarptautinės turizmo parodos;
	+ Bendri maršrutai ir siūlomi turizmo paslaugų kompleksai;
	+ Paieškos prioritetizavimo vykdymas, remarketingas ir rinkodaros automatizavimo sprendimai;
	+ Socialiniai tinklai ir rinkodara grotelinių žymių formatu.
 |
| **Rinkodaros priemonių, vykdomų TIC, Metelių RP, Veisiejų RP ir Lazdijų krašto muziejaus, vertinimas** | TIC ir Lazdijų krašto muziejaus vykdoma rinkodara internetinėje erdvėje yra pritaikyta lenkakalbiams turistams, tačiau tikslingai nėra orientuota į šį segmentą – etninių/edukacinių/pažintinių maršrutų pristatymas yra smarkiai tobulintinas, atnaujinant ir pateikiant informatyvesnius aprašymus bei reprezentatyvesnę vaizdinę medžiagą. Lazdijų r. sav. esančių regionių parkų svetainės nėsuteikia galimybės naršyti ir gauti informaciją gimtąja kalba. | Turistų segmento iš Rusijos atveju, TIC ir Lazdijų krašto muziejaus vykdoma rinkodara yra pritaikyta rusakalbiams turistams, tačiau Lazdijų r. sav. esančių regioninių parkų svetainės tokio funkcionalumo neturi. Kita vertus, net pateikiama informacija gimtąja kalba yra mažai patraukli ir ne visai tinkamai reprezentuojanti gamtinio turizmo galimybes Savivaldybėje.Turistų segmento iš Baltarusijos atveju, visų aptariamų svetainių vykdoma rinkodara nėra pritaikyta naršymui jų gimtąja kalba. |
| Ekskursijos visuose aptariamuose turizmo centruose yra vedamos lenkų kalba. | Rusų kalba ekskursijos vedamos visuose aptariamuose turizmo centruose, išskyrus Metelių RP.Baltarusių kalba ekskursijos Lazdijų r. sav. nėra vedamos. |
| TIC, Metelių RP, Veisiejų RP ir Lazdijų krašto muziejaus svetainės pateikia galimybę naršyti ir gauti ieškomą informaciją apie turizmo paslaugas Savivaldybėje anglų kalba. |
| **Rinkodaros priemonių, vykdomų pagrindinėje užsienio turistams skirtoje svetainėje „Tripadvisor“, vertinimas:** „Tripadvisor“ svetainėje informacijos apie Lazdijų r. sav. ir jos turizmą nėra. |

 lentelė. Lazdijų r. sav. vietinio ir atvykstamojo turizmo tikslinių segmentų analizė 8P metodu.

|  |
| --- |
| **Vietinis turizmas** |
|  | **Moksleiviai** | **Aktyvus jaunimas** | **Šeimos su mažamečiais vaikais**  | **Senjorai** |
| **Produktas** | Moksleivių segmento pageidaujamas turizmo produktas – edukaciniai užsiėmimai. Atsižvelgiant tai, kad Lazdijų r. sav. gausu edukaciniam turizmui pritaikomų išteklių (muziejai, dvarai, bažnyčios, archeologiniai ir istoriniai paminklai, pažintiniai – edukaciniai maršrutai), o siūlomos šio tipo turizmo paslaugos yra kryptingai orientuotos į segmento poreikius (gamtiniai (ornitologiniai ir botaniniai) turai, kūrybinio ir praktinės pobūdžio lavinamosios užduotys regioniniuose parkuose ir Lazdijų krašto muziejuje, 5 kultūrinio pažinimo maršrutai) galima daryti išvadą apie tikslingą bei efektyvų „produkto“ aspekto išpildymą Savivaldybėje. | Aktyvaus jaunimo segmento pageidautinas turizmo produktas – aktyvaus laisvalaikio pramogos. Atsižvelgiant į efektyviam šio segmento poreikių išpildymui būtinų resursų (maršrutų pėsčiomis, slidėmis, dviračiais, automobiliais ir vandens pramogų) poreikį Lazdijų r. sav. teikia platų aktyvaus poilsio ir laisvalaikio pramogų pasirinkimą – nuo turistinių žygių iki į aktyvų laisvalaikį orientuotų renginių. Šio turizmo segmento poreikius teikiami turizmo produktai Savivaldybėje turistinio sezono metu patenkina, tačiau dėl itin didelio sezoniškumo „produkto“ aspektas aktyvaus jaunimo grupėje nėra optimaliai išpildytas. | Šeimų su mažamečiais vaikais segmento pageidautinas turizmo produktas – į poilsinę viešnagę orientuotos paslaugos. Net turint omenyje tai, kad Lazdijų r. sav. turi itin gausius tokio tipo turizmui pritikomus išteklius (poilsiavietes prie didžiųjų Lietuvos ežerų poilsinius/pažintinius maršrutai gamtiniuose ir urbanistiniuose draustiniuose bei parkuose), „produkto“ aspektas nėra optimaliai išpildytas norint visapusiškai atitikti šio segmento poreikius. Didelis teikiamų turizmo paslaugų sezoniškumas ir vietomis nepakankamai išvystyta infrastruktūra poilsiavietėse silpnina Lazdijų r. sav. poziciją poilsinio turizmo srityje. | Senjorų segmento pageidautinas turizmo produktas – paslaugos ir maršrutai, orientuoti į pažintinį turizmą. Lazdijų r. sav. organizuojami pažintiniai, istoriniai, etnokultūriniai ir gamtiniai maršrutai, šių efektyviam išpildymui turimi gausūs tiek kultūriniai, tiek gamtiniai ištekliai. Nepaisant to, „produkto“ aspektas nėra optimaliai išpildytas dėl infrastruktūros spragų – dalis siūlomų turizmo paslaugų šiam segmentui nėra pritaikyti vyresniosios kartos specialiesiems poreikiams.  |
| **Vieta** | Rinkodaros kanalai, kuriais moksleivių segmentas būtų paprasčiausiai pasiektas, pristatomi lentelėje 11 „Pagrindinių rinkodaros kanalų“ skiltyje. Išskirtos priemonės pasirinktos dėl sąlyginai nedidelių informacijos sklaidos kaštų, populiarumo šio tikslinio segmento amžiaus grupėje ir pajėgumo pristatyti turizmo paslaugas dinamiškai bei patraukliai moksleivio akiai.  | Rinkodaros kanalai, kuriais aktyvaus jaunimo segmentas būtų paprasčiausiai pasiektas, pristatomi lentelėje 11 „Pagrindinių rinkodaros kanalų“ skiltyje. Išskirtos priemonės pasirinktos dėl šiame segmente itin reikšmingai plintančios inovatyviųjų sprendimų svarbos, taip pat dėl galimybės greitai ir dinamiškai pateikti informaciją. | Rinkodaros kanalai, kuriais šeimų segmentas būtų paprasčiausiai pasiektas, pristatomi lentelėje 11 „Pagrindinių rinkodaros kanalų“ skiltyje. Išskirtos priemonės pasirinktos dėl išlikusio šio segmento sąlyginai tradicinio požiūrio į vykdomos rinkodaros priemones bei gana nebrangaus ir tikslingo informacijos pristatymo tuose šaltiniuose, kuriuose šeimų aktyvumas didžiausias. | Rinkodaros kanalai, kuriais senjorų segmentas būtų paprasčiausiai pasiektas, pristatomi lentelėje 11 „Pagrindinių rinkodaros kanalų“ skiltyje. Išskirtos priemonės pasirinktos atsižvelgiant į tikslinio segmento amžiaus ir aktyvumo visuomenėje aspektus, lemiančius daugiausia tradicinės rinkodaros taikymą kanaluose, kurie vieni populiariausi tarp šio amžiaus žmonių. |
| **Kaina** | Moksleivių segmentui siūlomų turizmo paslaugų kainos, įvertinus į maršrutus įtrauktų turizmo išteklių gausą bei svarbą turistiniu aspektu, yra konkurencingos. Kainos ir kokybės santykis galėtų būti gerinamas diegiant inovatyvius sprendimus muziejuose bei atitinkamai didinant turizmo paslaugų kainas. | Aktyviam jaunimui siūlomų turizmo paslaugų kainos, įvertinus į šio tipo turizmo maršrutus įtrauktų paslaugų ir turizmo produktų gausą, yra priimtinos šiam tiksliniam segmentui. Kainos ir kokybės santykis galėtų būti gerinamas. Siūloma didinti teikiamų paslaugų kompleksiškumą ir mažinti jų sezoniškumą.  | Šeimų segmentui siūlomų turizmo paslaugų Lazdijų r. sav. kainos, atsižvelgiant į teikiamų paslaugų kompleksiškumą, atitinka kokybės ir kainos santykį bei kitų savivaldybių, teikiančių šio tipo turizmo paslaugas, kontekste neišsiskiria.  | Senjorų segmentui siūlomų turizmo paslaugų kainos Lazdijų r. sav. nevisiškai atitininka jų kokybę. Pažintinių maršrutų kainos kitiems segmentams nesiskiria, nors senjorų atveju jų poreikiai yra išpildomi prasčiau dėl nepilnai pritaikytos infrastruktūros specialiesiems poreikiams. |
| **Reklama** | Visos rinkodaros veiklos ir potencialūs jų vykdymo kanalai pateikiami Dokumento Priede nr.4. Pasirinkti rinkodaros sprendimai apima tiek tradicines, tiek inovatyvias priemones, leisiančias pasiekti skirtingus informacijos rinkimo įpročius turinčius turistus.Efektyvų resursų panaudojimą ir optimalų turizmo paslaugų pristatymą tiksliniams segmentams užtikrina kanalų išskyrimas, atsižvelgiant į skirtingus informacijos vartotojų poreikius ir pristatomo turizmo ištekliaus charakteristikas. |
| **Procesas** | Numatomų rinkodaros priemonių efektyvumo vertinimas išskiriamas Dokumento paskutiniajame skyriuje stebėsenos plane. Sėkmingas rinkodaros veiklų įgyvendinimui ir jų kryptingo nukreipimo į tikslinius segmentus užtikrinimui, priemonių plane yra išskiriami atskiri rinkodaros veiksmai – turizmo sektoriuje dirbančių specialistų kompetencijų tobulinimas ir turizmo srities verslumo įgūdžių didinimas bei nuolat vykdomos rinkodaros stebėsenos aspektas. Siekiant optimaliai patenkinti tikslinių segmentų poreikius numatomi: (1) užsienio kalbų ir tiesioginių pardavimų bei rinkodaros mokymai; (2) turistų poreikių, lūkesčių bei pasitenkinimo teikiamomis paslaugomis tyrimai, rodiklių stebėsenos, anketinės apklausos.  |
| **Fizinis akivaizdumas** | Už fizinę aplinką, patvirtinančią, kad turistams iš tikrųjų yra teikiamos paslaugos ir parduodami turizmo produktai, numatomos šios atsakingos institucijos ir kiti turizmo sektoriaus atstovai: Lazdijų r. savivaldybės administracija, TIC, Metelių RP, Veisiejų RP, Lazdijų krašto muziejus ir jo padaliniai, VšĮ Lazdijų kultūros centras, VšĮ „Lazdijų sporto centras”, apgyvendinimo ir maitinimo sektoriaus atstovai. Atskaitomybę apie suteiktas turizmo paslaugas užtikrins reguliariai atliekamų monitoringų, veiklos ataskaitų ir kitokios formos registrų dokumentai. |
| **Žmonės** | Moksleivių segmento pasitenkinimą įvairiuose kelionės etapuose užtikrins žmogiškųjų išteklių gebėjimas kūrybiškai ir patraukliai jaunesniajai kartai pristatyti muziejaus ekspozicijas, istorijas apie lankomus dvarus, archeologinius ir istorinius paminklus, kūrybiškai pravesti edukacinius maršrutus. Šių žmogiškųjų išteklių savybių ugdymui ir konkurencinio pranašumo formavimui numatomas modernių sprendimų taikymas muziejuose, mokymų organizavimas. | Aktyvaus jaunimo segmento pasitenkinimą įvairiuose kelionės etapuose užtikrins žmogiškųjų išteklių gebėjimai dinamiškai ir patraukliai šio amžiaus kartai pristatyti siūlomus maršrutus pėsčiomis, slidėmis, dviračiais, automobiliais ir kitas vandens pramogas. Šių žmogiškųjų išteklių savybių ugdymui ir konkurencinio pranašumo formavimui numatomas tiesioginių pardavimų bei rinkodaros mokymų organizavimas. | Šeimų segmento pasitenkinimą įvairiuose kelionės etapuose užtikrins žmogiškųjų išteklių gebėjimai patraukliai pristatyti Savivaldybės gamtinius išteklius (gamtiniai rezervatai, gamtiniai ir urbanistiniai draustiniai, parkai), akcentuojant ramybę ir harmoningą poilsį. Šių žmogiškųjų išteklių savybių ugdymui ir konkurencinio pranašumo formavimui numatomas tiesioginių pardavimų bei rinkodaros mokymų organizavimas. | Senjorų segmento pasitenkinimą įvairiuose kelionės etapuose užtikrins žmogiškųjų išteklių gebėjimai išsamiai ir patraukliai šio amžiaus grupei pristatyti pažintinius maršrutus, Savivaldybėje organizuojamas dailės, liaudies meno, kraštotyros darbų parodas. Šių žmogiškųjų išteklių savybių ugdymui ir konkurencinio pranašumo formavimui numatomas tiesioginių pardavimų bei rinkodaros mokymų organizavimas. |
| **Produktyvumas ir kokybė** | Moksleivių segmentui Lazdijų r. sav. siūlomi saviti edukaciniai užsiėmimai, esantys patrauklūs dėl gebėjimo sudominti, įtraukti atliekant kūrybinio pobūdžio praktines užduotis. Šiam segmentui siūlomos turizmo paslaugos, nors ir yra itin kokybiškos ir vertingos kultūriniu aspektu, konkurencinėje aplinkoje reikšmingai neišsiskiria. | Aktyvaus jaunimo segmentui Lazdijų r. sav. siūlomos aktyvaus laisvalaikio pramogos yra patrauklios turistams dėl dinamiškumo, ekstremalių potyrių ir naujų iššūkių galimybių. Nepaisant to, net būdamos itin kokybiškos aktyvaus laisvalaikio pramogos aiškaus konkurencinio pranašumo neturi. Nuo konkurentų skiria ir sąlyginą išskirtinumą kuria ne siūlomos turizmo paslaugos, o į jas įtraukti Savivaldybės ištekliai – savita ir unikali gamta bei jos objektai. | Šeimos segmentui Lazdijų r. sav. siūlomos į poilsinę viešnagę orientuotos paslaugos yra patrauklios turistams dėl galimybės išpildyti turistų ramaus ir harmoningo poilsio gamtoje poreikį. Savivaldybė turi sąlyginį konkurencinį pranašumą šio segmento grupėje dėl itin gausių ir unikalių gamtinių resursų. | Senjorų segmentui Lazdijų r. sav. siūlomi pažintiniai maršrutai yra patrauklūs turistams dėl visapusiško ir itin kultūriškai vertingo krašto paveldo pristatymo pažintinių maršrutų metu, tačiau konkurencinėje aplinkoje reikšmingai neišsiskiria. Tam didžiausią įtaką daro sąlyginai mažas tiek pačių turizmo paslaugų, tiek jų rinkodaros nukreipimas į šio tikslinio segmento specialiuosius poreikius. |
| **Atvykstamasis turizmas** |
|  | **Turistai iš Lenkijos** | **Turistai iš Rusijos ir Baltarusijos** |
| **Produktas** | Turistų iš Lenkijos segmento pageidaujamas turizmo produktas – pažintiniai, kultūriniai, edukaciniai užsiėmimai. Atsižvelgiant tai, kad Lazdijų r. sav. gausu šio tipo turizmui pritaikomų išteklių (muziejai, dvarai, bažnyčios, archeologiniai ir istoriniai paminklai, edukaciniai ir pažintiniai maršrutai, etnografiniai užsiėmimai ir renginiai), o siūlomos šio tipo turizmo paslaugos yra kryptingai orientuotos į segmento poreikius (gamtinės ir kultūrinės ekskursijos; pažintiniai istoriniai, etnokultūriniai ir gamtiniai maršrutai Lazdijų krašte; edukaciniai užsiėmimai Veisiejų ir Metelių regioniniuose parkuose, Lazdijų krašto muziejuje ir jo padaliniuose; dailės, liaudies meno, kraštotyros darbų parodos). Galima daryti išvadą apie tikslingą bei efektyvų „produkto“ aspekto išpildymą Savivaldybėje. | Turistų iš Rusijos ir Baltarusijos segmentų pageidautinas turizmo produktas – į poilsinę viešnagę orientuotos paslaugo ir pramogos. Atsižvelgiant tai, kad Lazdijų r. sav. gausu šio tipo turizmui pritaikomų išteklių (gamtiniai rezervatai, gamtiniai ir urbanistiniai draustiniai, parkai, jodinėjimas žirgais), o siūlomos šio tipo turizmo paslaugos yra kryptingai orientuotos į segmento poreikius: poilsis prie didžiųjų Lietuvos ežerų Metelių ir Veisiejų regioniniame parke; poilsiniai/pažintiniai maršrutai gamtiniuose ir urbanistiniuose draustiniuose bei Metelių ir Veisiejų regioniniuose parkuose; turistiniai maršrutai žirgais, kultūriniai-socialiniai renginiai, švenčių minėjimai, organizuojami Lazdijų krašto muziejaus ir VšĮ „Lazdijų kultūros centras”. Galima daryti išvadą apie tikslingą bei efektyvų „produkto“ aspekto išpildymą Savivaldybėje. |
| **Vieta** | Rinkodaros kanalai, kuriais lenkų segmentas būtų paprasčiausiai pasiektas, pristatomi lentelėje 11 „Pagrindinių rinkodaros kanalų“ skiltyje. Išskirtos priemonės pasirinktos dėl manomai didžiausio efektyvumo ir populiarumo tarp šio segmento turistų, taip pat atsižvelgta į jų informacijos ieškojimo įpročius ir paprastai naudojamus informacijos sklaidos kanalus, nulemtus tipiškai norimų turizmo paslaugų.  | Rinkodaros kanalai, kuriais rusų ir baltarusių segmentai būtų paprasčiausiai pasiekti, pristatomi lentelėje 11 „Pagrindinių rinkodaros kanalų“ skiltyje. Išskirtos priemonės pasirinktos dėl manomai didžiausio efektyvumo ir populiarumo tarp šio segmento turistų, taip pat atsižvelgta į sąlyginai paprasčiausias ir reprezentatyviausias siūlomų turizmo produktų pristatymo galimybes. |
| **Kaina** | Lenkų segmentui siūlomų turizmo paslaugų kainos, įvertinus į maršrutus įtrauktų kultūrinio turizmo išteklių gausą bei svarbą turistiniu aspektu (tiek nacionaliniu, tiek tarptautiniu), yra konkurencingos. Kainos ir kokybės santykis galėtų būti gerinamas diegiant inovatyvius sprendimus muziejuose, investuojant į kultūrinių objektų infrastruktūrą bei atitinkamai didinant turizmo paslaugų kainas. | Rusų ir baltarusių segmentams siūlomų turizmo paslaugų Lazdijų r. sav. kainos, atsižvelgiant į teikiamų paslaugų kompleksiškumą, atitinka kokybės ir kainos santykį bei kitų savivaldybių, teikiančių šio tipo turizmo paslaugas, kontekste neišsiskiria. |
| **Reklama** | Visos rinkodaros veiklos ir potencialūs jų vykdymo kanalai pateikiami Dokumento Priede nr.4. Pasirinkti rinkodaros sprendimai apima tiek tradicines, tiek inovatyvias priemones, leisiančias pasiekti skirtingus informacijos rinkimo įpročius turinčius turistus.Efektyvų resursų panaudojimą ir optimalų turizmo paslaugų pristatymą tiksliniams segmentams užtikrina kanalų išskyrimas, atsižvelgiant į skirtingus informacijos vartotojų poreikius ir pristatomo turizmo ištekliaus charakteristikas. |
| **Procesas** | Numatomų rinkodaros priemonių efektyvumo vertinimas išskiriamas Dokumento paskutiniajame skyriuje stebėsenos plane. Sėkmingas rinkodaros veiklų įgyvendinimui ir jų kryptingo nukreipimo į tikslinius segmentus užtikrinimui, priemonių plane yra išskiriami atskiri rinkodaros veiksmai – turizmo sektoriuje dirbančių specialistų kompetencijų tobulinimas ir turizmo srities verslumo įgūdžių didinimas bei nuolat vykdomos rinkodaros stebėsenos aspektas. Siekiant optimaliai patenkinti tikslinių segmentų poreikius numatomi: (1) užsienio kalbų ir tiesioginių pardavimų bei rinkodaros mokymai; (2) turistų poreikių, lūkesčių bei pasitenkinimo teikiamomis paslaugomis tyrimai, rodiklių stebėsenos, anketinės apklausos. |
| **Fizinis akivaizdumas** | Už fizinę aplinką, patvirtinančią, kad turistams iš tikrųjų yra teikiamos paslaugos ir parduodami turizmo produktai, numatomos šios atsakingos institucijos ir kiti turizmo sektoriaus atstovai: Lazdijų r. savivaldybės administracija, TIC, Metelių RP, Veisiejų RP, Lazdijų krašto muziejus ir jo padaliniai, VšĮ „Lazdijų kultūros centras“, VšĮ „Lazdijų sporto centras”, apgyvendinimo ir maitinimo sektoriaus atstovai. Atskaitomybę apie suteiktas turizmo paslaugas užtikrins reguliariai atliekamų monitoringų, veiklos ataskaitų ir kitokios formos registrų dokumentai. |
| **Žmonės** | Lenkų segmento pasitenkinimą įvairiuose kelionės etapuose užtikrins žmogiškųjų išteklių gebėjimas reprezentatyviai pristatyti Lazdijų krašto etnologinę ir kultūrinę savastį, organizuoti įdomias ir informatyvias edukacines – pažintines ekspozicijas, socialinius renginius ir autentiškus praktinius užsiėmimus. Šių žmogiškųjų išteklių savybių ugdymui ir konkurencinio pranašumo formavimui numatomas modernių sprendimų taikymas muziejuose, kalbų ir tiesioginių pardavimų bei rinkodaros mokymų organizavimas. | Rusų ir baltarusių segmentų pasitenkinimą įvairiuose kelionės etapuose užtikrins žmogiškųjų išteklių gebėjimai patraukliai pristatyti Savivaldybės gamtinius resursus (savitą kraštovaizdį, gyvūniją ir augmeniją), į potyrius nukreiptas turizmo pramogas ir kultūrinius - socialinius renginius. Šių žmogiškųjų išteklių savybių ugdymui ir konkurencinio pranašumo formavimui numatomas kalbų, tiesioginių pardavimų bei rinkodaros mokymų organizavimas. |
| **Produktyvumas ir kokybė** | Lenkų segmentui Lazdijų r. sav. siūlomi saviti pažintiniai, kultūriniai ir edukaciniai užsiėmimai, esantys patrauklūs dėl gebėjimo sudominti, įtraukti atliekant praktines užduotis, informatyviai supažindinti su lietuvių ir lenkų kultūrų persipynimu. Šiam segmentui siūlomos turizmo paslaugos yra itin kokybiškos ir vertingos kultūriniu aspektu, o konkurencinėje aplinkoje reikšmingai išsiskiria dėl etninių ir tarpvalstybinių saitų. | Rusų ir baltarusių segmentui Lazdijų r. sav. siūlomos į poilsinės viešnagę orientuotos paslaugos ir pramogos yra patrauklios turistams dėl galimybės išpildyti turistų poilsio gamtoje ir ramaus, harmoningo pramogų ir kultūrinių renginių poreikį. Savivaldybė turi sąlyginį konkurencinį pranašumą šio segmento grupėje dėl itin gausių ir unikalių gamtinių resursų bei aktyviai organizuojamų renginių. |

### 8.2.3. Lazdijų r. sav. stiprybių ir silpnybių įtaka turizmo tikslinėms grupėms

Toliau pateikiama Lazdijų r. sav. stiprybių ir silpnybių poveikio turizmo tikslinių grupių apsilankymams analizė (13 lentelė). Nustatyta, kad nepaisant turimų gausių turizmo išteklių, regiono turizmo potencialas tikslinių grupių atžvilgiu nėra išnaudotas dėl pilnai neišvystytos infrastruktūros ir rinkodaros priemonių netinkamo organizavimo arba jų netaikymo.

 lentelė. Lazdijų r. sav. stiprybių ir silpnybių įtaka tikslinių turizmo grupių apsilankymams.

|  |
| --- |
| **Stiprybės** |
|  | Palanki Lazdijų r. sav. geografinė padėtis | * Strategiškai svarbių susisiekimo kelių susikirtimas išnaudojamas vietinių ir užsienio turistų tikslinių grupių pritraukimui vienadienei viešnagei pakeliui į kitus numatytos kelionės objektus;
* Pasienis su Lenkija ir Baltarusija išnaudojamas turistų iš šių šalių pritraukimui vienadienei viešnagei pakeliui į kitus numatytos kelionės objektus;
* Šeštokuose esanti tarptautinės svarbos geležinkelio stotis pasitarnauja lengvinant susiekimą su Lazdijų r. sav. tikslinių segmentų turistams iš tolimesnių vietovių.
 |
|  | Istoriniai ir kultūriniai ryšiai tarp Lazdijų r. sav. ir užsienio šalių  | * Lazdijų r. sav. bendradarbiavimas su Lenkija ir Baltarusija kuria krašto potencialą pritraukti didesnį skaičių svečių iš šių šalių dėl palaikomų artimų santykių ir jungtinių projektų.
 |
|  | Gera ekologinė situacija | * Unikalus kraštovaizdis, augmenija ir gyvūnija, pramoninių gamyklų nebuvimas kuria patrauklias turizmo sąlygas tikslinėms turistų grupėms, siekiančioms poilsio civilizacijos nepaliestame krašte (vietinės šeimos su mažamečiais vaikais, svečiai iš Rusijos ir Baltarusijos).
 |
|  | Sąlyginai gausūs turizmo ištekliai | * Gausios kultūros paveldo vertybės didina Lazdijų r. sav. potencialą pritraukti vietines moksleivių ir senjorų grupes, atvykstančias edukaciniais/pažintiniais tikslais, bei turistus iš Lenkijos;
* Mažai urbanizuotas kaimo vietovių kraštovaizdis didina krašto patrauklumą tarp vietinių šeimų su vaikais ir turistų iš Rusijos bei Baltarusijos;
* Etnokultūra ir tradicijos kuria konkurencinį pranašumą, pritraukiantį didžiąją daugumą Lazdijų r. sav. tikslinių turizmo segmentų;
* Lazdijų r. sav. teikiamų paslaugų spektras didina regiono patrauklumą tarp skirtingus keliavimo poreikius turinčių tikslinių turistų grupių.
 |
|  | Atnaujinti/naujai įrengti lankomiausi Lazdijų r. sav. turizmo objektai ir jų žymėjimas | * Investicijos į turimų turizmo išteklių atnaujinimą/naujų lankytinų objektų sukūrimą formuoja krašto konkurencinį pranašumą ir prisideda tiek prie tikslingo tikslinių turistų grupių apsilankymų skaičiaus didėjimo, tiek prie turistų apsilankymų keliaujant pro šalį. Ši stiprybė teigiamai veikia visus turistų segmentus.
 |
|  | Informatyvi VšĮ „Lazdijų turizmo informacinis centras“ svetainė | * Patogus ir nuolat atnaujinamas informacijos srautas leidžia artimai komunikuoti su atvykstančiais tiksliniais turistų segmentais, pritraukti į organizuojamus kultūrinius renginius tiek vietines, tiek užsienio turistų tikslines grupes.
 |
| **Silpnybės** |
|  | Mažas Lazdijų r. sav. žinomumas | * Tiek vietinės, tiek užsienio turistų tikslinės grupės niekada nesilankiusios Lazdijų r. sav. čia retai apsilanko dėl neaiškios savivaldybės pozicijos Lietuvos turizmo kontekste;
* Tikslinės turistų grupės iš Lenkijos, Rusijos ir Baltarusijos retai atvyksta į Lazdijų r. sav. gavusios rekomendacijas iš savo kraštiečių.
 |
|  | Neišvystyta turizmo infrastruktūra  | * Pilnai neišvystyta bendroji regiono infrastruktūra prisideda prie mažesnio regiono patrauklumo tarp pažintiniais tikslais atvykusių tikslinių turistų grupių;
* Rekreacinės infrastruktūros trūkumas ypatingai mažina vietinių šeimų su vaikais apsilankymus;
* Stovyklavietėse svečiams iš užsienio apsigyventi sudėtingiau nei vietiniams keliautojams dėl nepakankamos rinkodaros užsienio rinkodaros kanaluose;
* Neišvystyta maitinimo infrastruktūra ypatingai mažina Lazdijų r. sav. patrauklumą tarp visų tikslinių turizmo segmentų.
 |
|  | Santykinai mažas turistų skaičius | * Santykinai mažas turistų skaičius savivaldybėje neigiamai veikia smulkaus ir vidutinio verslo, susijusio su turizmo paslaugų teikimu, kūrimąsi. Tai neigiamai veikia visų tikslinių grupių turistų srautus.
 |
|  | Turizmo paslaugų sezoniškumas | * Kultūrinių ir aktyvaus laisvalaikio turizmo bei apgyvendinimo paslaugų sezoniškumas reikšmingai mažina visų tikslinių turistų grupių apsilankymų apimtis Lazdijų r. sav. šaltuoju metų laiku.
 |
|  | Mažas gyventojų verslumas  | * Mažas gyventojų verslumas neigiamai veikia smulkaus ir vidutinio verslo, susijusio su turizmo paslaugų teikimu, kūrimąsi. Tai neigiamai veikia visų tikslinių grupių turistų srautus. Kalbos barjeras vedant ekskursijas didžiausios įtakos turi turistų iš Lenkijos apsilankymų skaičiui.
 |
|  | Tikslinėms turistų grupėms nepritaikyta rinkodara | * Netinkamas informacijos pateikimas VšĮ „Lazdijų turizmo informacinis centras“ internetinėje svetainėje įtakos turi visiems tiksliniams turizmo segmentams, nes reikšmingai prisideda prie mažesnio regiono turizmo patrauklumo;
* Netinkamas informacijos organizavimas kituose informacijos sklaidos kanaluose prisideda prie vietinių tikslinių turistų grupių aktyvumo lankantis Lazdijų r. sav.;
* Taikomos rinkodaros priemonės vien vietiniams turistams mažina atvykstančių svečių iš užsienio apsilankymų skaičių (ypatingai tų, kurie regione nėra lankęsi).
 |

# Lazdijų rajono savivaldybės 2015 – 2020 m. turizmo rinkodaros plėtros programos veiksmų planas

Lazdijų r. sav. turizmo potencialo vertinimas, išgryninant regiono stiprybes, silpnybes ir potencialias galimybes bei grėsmes, kartu su turizmo tikslinių grupių poreikių analize leido išskirti krašto viziją ir 2015 – 2020 m. strateginius turizmo rinkodaros tikslus bei jų įgyvendinimui numatomus veiksmus:

 lentelė. Lazdijų r. sav. turizmo vizija ir rinkodaros 2015 – 2020 m. plėtros programos strateginiai tikslai ir veiksmai.

|  |
| --- |
| **VIZIJA** |
| Lazdijų rajono savivaldybė – svetingas Lietuvos pasienio kraštas, su racionaliai išvystyta turizmo infrastruktūra, puoselėjantis savo kraštovaizdį, kultūrinį paveldą bei tradicijas. |
| **Strateginės rinkodaros strateginiai tikslai ir numatomi veiksmai** |
| 1. Didinti Lazdijų r. savivaldybės žinomumą ir formuoti įvaizdį
 | * 1. Formuoti regiono įvaizdžio unikalumą ir išskirtinumą;
	2. Bendradarbiauti su kaimyninėmis valstybėmis, įgyvendinant bendrus tarptautinius turizmo rinkodaros projektus;
	3. Vykdyti kompleksinius rinkodaros projektus Lietuvoje.
 |
| 1. Pagerinti informuotumą apie Lazdijų r. savivaldybės turizmo produktus ir teikiamas paslaugas turistams
 | * 1. Didinti Lazdijų rajono kultūrinio turizmo žinomumą;
	2. Didinti Lazdijų rajono aktyvaus turizmo žinomumą;
	3. Didinti Lazdijų rajono kaimo turizmo žinomumą;
	4. Didinti Lazdijų rajono vandens turizmo žinomumą;
	5. Didinti kitų turizmo sričių žinomumą.
 |
| 1. Didinti rinkodaros veiksmų efektyvumą
 | * 1. Tobulinti turizmo sektoriuje dirbančių specialistų kompetenciją ir gerinti turizmo srities verslumo įgūdžius
	2. Vykdyti nuolatinę Lazdijų r. savivaldybės turizmo rinkodaros stebėseną.
 |

Efektyviam ir tikslingam 2015 – 2020 m. Lazdijų r. sav. turizmo rinkodaros plėtros programos išpildymui buvo sudarytas veiksmų įgyvendinimo logiką apjungiantis priemonių planas (žr. 15 lentelė). Jame pateikiami 2015 – 2020 m. Lazdijų r. sav. turizmo rinkodaros strateginiams tikslams įgyvendinti numatyti veiksmai ir priemonės, tikslinės grupės, į kurias orientuojamos įgyvendinamos veiklos, planuojamų lėšų poreikis ir už tinkamą įgyvendinimą atsakingos institucijos.

 lentelė. Lazdijų r. sav. turizmo rinkodaros 2015 - 2020 m. plėtros programos priemonių planas.

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Strateginis rinkodaros tikslas** | **Rinkodaros veiksmas (priemonė)** | **Rinkodaros veiksmo detalizavimas (uždaviniai)** | **Tikslinės rinkos** | **Tikslinis segmentas** | **Planuojamos lėšos** | **Lešų šaltiniai** | **Atsakingas vykdytojas** |
| 1.  | Didinti Lazdijų rajono savivaldybės žinomumą ir formuoti įvaizdį | 1.1. | Formuoti regiono įvaizdžio unikalumą ir išskirtinumą | 1.1.1. | Parengti ir skleisti informaciją apie Lazdijų rajono turizmą internetinėje erdvėje | Vietinis turizmas | Visi tiksliniai segmentai | 25 000 Eur./metus | Europos Sąjungos, valstybės ir savivaldybės lėšos | Lazdijų r. savivaldybės administracija, TIC, Metelių RP, Veisiejų RP, Lazdijų krašto muziejus ir jo padaliniai, Lazdijų r. sav. viešoji biblioteka, VšĮ Lazdijų kultūros centras , VšĮ „Lazdijų sporto centras”. |
| 1.1.2. | Parengti ir skleisti informaciją apie Lazdijų rajono turizmą šalies ir užsienio žiniasklaidos priemonėse | Atvykstamasis turizmas | Visi tiksliniai segmentai | 15 000 Eur./metus | Europos Sąjungos, valstybės ir savivaldybės lėšos |
| 1.1.3. | Sukurti ir skleisti reklaminius video filmus apie Lazdijų rajono išskirtinumą | Vietinis/atvykstamasis turizmas | Visi tiksliniai segmentai | 120 000 Eur.  | Europos Sąjungos, valstybės ir savivaldybės lėšos |
| 1.1.4. | Dalyvauti turizmo srities parodose Lietuvoje ir užsienio šalyse | Vietinis/atvykstamasis turizmas | Aktyvus jaunimas, šeimos ir visi atvykstamojoturizmo tiksliniai segmentai | 40 000 Eur.  | Europos Sąjungos, valstybės ir savivaldybės lėšos |
| 1.2. | Bendradarbiauti su kaimyninėmis valstybėmis, įgyvendinant bendrus tarptautinius turizmo rinkodaros projektus | 1.2.1. | Organizuoti bei skelbti bendrus turizmo projektus su Lenkija, Rusija ir Baltarusija  | Atvykstamasis turizmas | Visi tiksliniai segmentai | 20 000 Eur./metus | Europos Sąjungos, valstybės ir savivaldybės lėšos | Lazdijų r. savivaldybės administracija, TIC, Metelių RP, Veisiejų RP, Lazdijų krašto muziejus ir jo padaliniai. |
| 1.2.2. | Organizuoti tarpvalstybinius teminius maršrutus | Vietinis/atvykstamasis turizmas | Moksleiviai, 65 ir vyresnio amžiaus senjorai, turistai iš Lenkijos | 50 000 Eur. | Europos Sąjungos, valstybės ir savivaldybės lėšos |
| 1.3. | Vykdyti kompleksinius rinkodaros projektus Lietuvoje | 1.3.1. | Sukurti prioritetinių Lazdijų turizmo paslaugų klasterį | Vietinis/atvykstamasis turizmas | Visi tiksliniai segmentai | 15 000 Eur. | Europos Sąjungos, valstybės ir savivaldybės lėšos | Lazdijų r. savivaldybės administracija, TIC, Metelių RP, Veisiejų RP, Lazdijų krašto muziejus ir jo padaliniai, Lazdijų r. sav. viešoji biblioteka, VšĮ Lazdijų kultūros centras , VšĮ „Lazdijų sporto centras”, apgyvendinimo ir maitinimo sektoriaus atstovai. |
| 1.3.2. | Inicijuoti bendrų viešojo ir privataus sektorių turizmo rinkodaros projektų kūrimą ir įgyvendinimą | Vietinis/atvykstamasis turizmas | Visi tiksliniai segmentai | 5 000 Eur./metus | Europos Sąjungos, valstybės, savivaldybės ir privataus sektoriaus lėšos |
| 1.3.3. | Išplėtoti esamų TIC, Metelių ir Veisiejų regioninių parkų bei Lazdijų krašto Muziejaus svetainių internete turinį ir funkcionalumą | Vietinis/atvykstamasis turizmas | Visi tiksliniai segmentai | 7 500 Eur. | Europos Sąjungos, valstybės ir savivaldybės lėšos |  TIC, Metelių RP, Veisiejų RP, Lazdijų krašto muziejus ir jo padaliniai. |
| 1.3.4. | Bendros turizmo paslaugų rezervavimo – planavimo sistemos sukūrimas | Vietinis/atvykstamasis turizmas | Moksleiviai, 65 ir vyresnio amžiaus senjorai, visi atvykstamojoturizmo tiksliniai segmentai | 20 000 Eur. | Europos Sąjungos, valstybės ir savivaldybės lėšos | Lazdijų r. savivaldybės administracija, TIC, Metelių RP, Veisiejų RP, Lazdijų krašto muziejus ir jo padaliniai, Lazdijų r. sav. viešoji biblioteka, VšĮ Lazdijų kultūros centras , VšĮ „Lazdijų sporto centras”, apgyvendinimo ir maitinimo sektoriaus atstovai. |
| 1.3.5. | Diegti originalius dizaino ir rinkodaros sprendimus paslaugų srityje, pasitelkiant meninę, kultūrinę raišką | Vietinis/atvykstamasis turizmas | Moksleiviai, 65 ir vyresnio amžiaus senjorai, turistai iš Lenkijos | 10 000 Eur./metus | Europos Sąjungos, valstybės, savivaldybės ir privataus sektoriaus lėšos |
| 2.  | Pagerinti informuotumą apie Lazdijų rajono turizmo produktus ir teikiamas paslaugas turistams | 2.1. | Didinti Lazdijų rajono kultūrinio turizmo žinomumą | 2.1.1. | Dalyvauti Europos kultūros kelių programose, susijusiose su kultūriniu turizmu | Vietinis/atvykstamasis turizmas | Moksleiviai, 65 ir vyresnio amžiaus senjorai, turistai iš Lenkijos | 15 000 Eur. | Europos Sąjungos, valstybės ir savivaldybės lėšos | Lazdijų r. savivaldybės administracija, TIC. |
| 2.1.2. | Didinti kultūrinių renginių ir pramogų pasiūlą neturistinio sezono metu | Vietinis/atvykstamasis turizmas | Aktyvus jaunimas, visi atvykstamojoturizmo tiksliniai segmentai | Iki 3 000 Eur./renginiui, pramogai | Europos Sąjungos, valstybės ir savivaldybės lėšos | Lazdijų r. savivaldybės administracija, TIC, Metelių RP, Veisiejų RP, Lazdijų krašto muziejus ir jo padaliniai, Lazdijų r. sav. viešoji biblioteka, VšĮ Lazdijų kultūros centras , VšĮ „Lazdijų sporto centras” |
| 2.1.3. | Organizuoti renginius ir pasirodymus, kurie pagyvintų turistų pamėgtas ir gausiai lankomas teritorijas  | Vietinis/atvykstamasis turizmas | Moksleiviai, 65 ir vyresnio amžiaus senjorai, turistai iš Lenkijos | 5 000 Eur./renginiui, pasirodymui | Europos Sąjungos, valstybės ir savivaldybės lėšos |
| 2.1.4. | Diegti modernius sprendimus muziejuose  | Vietinis/atvykstamasis turizmas | Moksleiviai, 65 ir vyresnio amžiaus senjorai, turistai iš Lenkijos | 30 000 Eur. | Europos Sąjungos, valstybės ir savivaldybės lėšos | Lazdijų krašto muziejus ir jo padaliniai. |
| 2.1.5. | Tobulinti esamų elektroninių kultūrinio turizmo populiarinimo kanalų efektyvumą | Vietinis turizmas | Visi tiksliniai segmentai | 75 000 Eur. | Europos Sąjungos, valstybės ir savivaldybės lėšos | TIC, Veisiejų RP, Lazdijų krašto muziejus ir jo padaliniai, VšĮ Lazdijų kultūros centras , Lazdijų r. sav. viešoji biblioteka, VšĮ Lazdijų kultūros centras .  |
| 2.2. | Didinti Lazdijų rajono aktyvaus turizmo žinomumą | 2.2.1. | Diegti inovatyvias mobiliąsias aplikacijas leidžiančias turistams sukurti individualius maršrutus | Vietinis/atvykstamasis turizmas | Aktyvus jaunimas, turistai iš Lenkijos | 25 000 Eur. | Europos Sąjungos, valstybės ir savivaldybės lėšos | Lazdijų r. savivaldybės administracija, TIC, Metelių RP, Veisiejų RP, Lazdijų krašto muziejus ir jo padaliniai. |
| 2.2.2. | Tobulinti esamų elektroninių aktyvaus turizmo populiarinimo kanalų efektyvumą | Vietinis turizmas | Aktyvus jaunimas | 25 000 Eur. | Europos Sąjungos, valstybės ir savivaldybės lėšos | TIC, Veisiejų RP, Metelių RP, VšĮ „Lazdijų sporto centras”. |
| 2.2.3. | Parengti ir skleisti informaciją apie Lazdijų rajono aktyvų turizmą | Vietinis/atvykstamasis turizmas | Aktyvus jaunimas, turistai iš Rusijos ir Baltarusijos | 25 000 Eur./metus | Europos Sąjungos, valstybės ir savivaldybės lėšos | TIC, Metelių RP, Veisiejų RP, Lazdijų krašto muziejus ir jo padaliniai. |
| 2.3.  | Didinti Lazdijų rajono kaimo turizmo žinomumą  | 2.3.1. | Diegti informacines ženklinimo sistemas (kaimo turizmas) | Vietinis/atvykstamasis turizmas | Aktyvus jaunimas, šeimos, turistai iš Rusijos ir Baltarusijos | 30 000 Eur. | Europos Sąjungos, valstybės ir savivaldybės lėšos | Lazdijų r. savivaldybės administracija |
| 2.3.2. | Tobulinti esamų elektroninių kaimo turizmo populiarinimo kanalų efektyvumą | Vietinis/atvykstamasis turizmas | Aktyvus jaunimas, šeimos, turistai iš Rusijos ir Baltarusijos | 25 000 Eur. | Europos Sąjungos, valstybės, savivaldybės ir privataus sektoriaus lėšos | TIC, kaimo turizmo atstovai. |
| 2.3.3. | Parengti ir skleisti informaciją apie Lazdijų rajono kaimo turizmą | Vietinis/atvykstamasis turizmas | Aktyvus jaunimas, šeimos, turistai iš Rusijos ir Baltarusijos | 15 000 Eur. | Europos Sąjungos, valstybės, savivaldybės ir privataus sektoriaus lėšos |
| 2.4. | Didinti Lazdijų rajono vandens turizmo žinomumą | 2.4.1. | Diegti informacines ženklinimo sistemas (vandens turizmas) | Vietinis turizmas | Aktyvus jaunimas | 30 000 Eur. | Europos Sąjungos, valstybės ir savivaldybės lėšos | Lazdijų r. savivaldybės administracija |
| 2.4.2. | Tobulinti esamų elektroninių vandens turizmo populiarinimo kanalų efektyvumą | Vietinis turizmas | Aktyvus jaunimas | 25 000 Eur. | Europos Sąjungos, valstybės ir savivaldybės lėšos | TIC, Metelių RP, Veisiejų RP, VšĮ „Lazdijų sporto centras”. |
| 2.4.3. | Parengti ir skleisti informaciją apie Lazdijų rajono vandens turizmą | Vietinis turizmas | Aktyvus jaunimas | 20 000 Eur. | Europos Sąjungos, valstybės ir savivaldybės lėšos |
| 2.5. | Didinti kitų turizmo sričių žinomumą | 2.5.1. | Diegti informacines ženklinimo sistemas (kiti turizmo objektai) | Vietinis/atvykstamasis turizmas | Visi tiksliniai segmentai | 15 000 Eur. | Europos Sąjungos, valstybės ir savivaldybės lėšos | Lazdijų r. savivaldybės administracija |
| 2.5.2. | Tobulinti esamų elektroninių kitų turizmo sričių populiarinimo kanalų efektyvumą | Vietinis/atvykstamasis turizmas | Visi tiksliniai segmentai | 25 000 Eur. | Europos Sąjungos, valstybės ir savivaldybės lėšos | TIC. |
| 2.5.3. | Parengti ir skleisti informaciją apie Lazdijų rajono kitų sričių turizmą | Vietinis/atvykstamasis turizmas | Visi tiksliniai segmentai | 10 000 Eur. | Europos Sąjungos, valstybės, savivaldybės ir privataus sektoriaus lėšos |
| 3.  | Didinti rinkodaros veiksmų efektyvumą | 3.1. | Tobulinti turizmo sektoriuje dirbančių specialistų kompetenciją ir gerinti turizmo srities verslumo įgūdžius | 3.1.1. | Organizuoti užsienio kalbų mokymus | Atvykstamasis turizmas | Visi tiksliniai segmentai | 7 500 Eur | Europos Sąjungos, valstybės, savivaldybės ir privataus sektoriaus lėšos | Lazdijų r. savivaldybės administracija, TIC, VšĮ Lazdijų kultūros centras ,Lazdijų užsienio kalbų centras,VšĮ Lazdijų rajono švietimo centras. |
| 3.1.2. | Organizuoti tiesioginių pardavimų ir rinkodaros mokymus | Vietinis/atvykstamasis turizmas | Visi tiksliniai segmentai | 7 500 Eur | Europos Sąjungos, valstybės, savivaldybės ir privataus sektoriaus lėšos | Lazdijų r. savivaldybės administracija, TIC, VšĮ Lazdijų rajono švietimo centras. |
| 3.1.3. | Skatinti turizmo paslaugas teikiančių įmonių, įstaigų, turistinių vietovių akreditaciją ir (arba) sertifikavimą[[4]](#footnote-4) | Vietinis/atvykstamasis turizmas | Aktyvus jaunimas, šeimos, turistai iš Rusijos ir Baltarusijos | 1000 Eur./metus | Europos Sąjungos, valstybės, savivaldybės ir privataus sektoriaus lėšos | Lazdijų r. savivaldybės administracija. |
| 3.2. | Vykdyti nuolatinę Lazdijų r. savivaldybės turizmo rinkodaros stebėseną | 3.2.1. | Reguliariai atlikti Lazdijų r. savivaldybės turizmo žinomumo ir įvaizdžio tyrimus | Vietinis/atvykstamasis turizmas | Visi tiksliniai segmentai | 10 000 Eur./metus | Europos Sąjungos, valstybės ir savivaldybės lėšos | TIC. |
| 3.3.2. | Tirti Lietuvos ir užsienio turistų poreikius, lūkesčius bei pasitenkinimą dėl teikiamų paslaugų | Vietinis/atvykstamasis turizmas | Visi tiksliniai segmentai | 10 000 Eur./metus | Europos Sąjungos, valstybės ir savivaldybės lėšos | TIC, Metelių RP, Veisiejų RP, Lazdijų krašto muziejus ir jo padaliniai. |
| 3.3.3. | Užtikrinti Lietuvos ir užsienio turistų poreikių, lūkesčių ir pasitenkinimo rodiklių stebėseną | Vietinis/atvykstamasis turizmas | Visi tiksliniai segmentai | 7 500 Eur./metus | Europos Sąjungos, valstybės ir savivaldybės lėšos |
| 3.3.4. | Gerinti teikiamų paslaugų kokybę remiantis anketinėmis apklausomis | Vietinis/atvykstamasis turizmas | Visi tiksliniai segmentai | 7 500 Eur./metus | Europos Sąjungos, valstybės, savivaldybės ir privataus sektoriaus lėšos |
| 3.3.5. | Integruoti stebėsenos bei vertinimo rezultatus į turizmo rinkodaros veiklas | Vietinis/atvykstamasis turizmas | Visi tiksliniai segmentai | 7 500 Eur./metus | Europos Sąjungos, valstybės, savivaldybės ir privataus sektoriaus lėšos |

# Lazdijų rajono savivaldybės 2015 – 2020 m. turizmo rinkodaros plėtros programos stebėsenos sistema

Lazdijų r. sav. turizmo rinkodaros 2015 – 2020 m. plėtros programos plane numatytų rinkodaros priemonių sėkmingas įgyvendinimas glaudžiai siejasi su informacijos organizavimu, jos pateikimu ir nuolatiniu atnaujinimu pritaikant prie kintančios turizmo sektoriaus aplinkos. Atsižvelgiant į tai, veiklų išpildymo stebėsenai ir vertinimui buvo suformuta ir toliau lentelėje yra pateikiama stebėsenos sistema (žr. 16 lentelė). Joje priemonių detalumu numatomi rodikliai, skirti pokyčių matavimui, bei siektinos reikšmės laikotarpio pabaigoje/per metus pasiektų rezultatų skaitinė išraiška.

 lentelė. Lazdijų r. sav. turizmo rinkodaros 2015 - 2020 m. plėtros programos priemonių plano stebėsenos sistema.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Strateginis rinkodaros tikslas** | **Rinkodaros veiksmas ir jo detalizacija** | **Vertinimo rodiklis** | **Esama situacija** | **Siektina reikšmė iki 2020 m.** |
| 1.  | Didinti Lazdijų rajono savivaldybės žinomumą ir formuoti įvaizdį | 1.1. | Formuoti regiono įvaizdžio unikalumą ir išskirtinumą | 1.1.1. | Parengti ir skleisti informaciją apie Lazdijų rajono turizmą internetinėje erdvėje | Informacinių pranešimų peržiūrų skaičius  | x | 100 000 per metus |
| TIC socialinės paskyros lankomumo rodikliai – sekėjų *(angl. followers)*, interakcijų skaičius | x | 250 naujų sekėjų ir daugiau nei 100 000 interakcijų per metus |
| 1.1.2. | Parengti ir skleisti informaciją apie Lazdijų rajono turizmą šalies ir užsienio žiniasklaidos priemonėse | Pranešimų skaičius | x | 30 per metus |
| 1.1.3. | Sukurti ir skleisti reklaminius video filmus apie Lazdijų rajono išskirtinumą | Sukurtų ir viešojoje erdvėje patalpintų video filmų sk. | 2 | 8 |
| Vieno video filmo peržiūrų skaičius | x | 10 000 per metus |
| 1.1.4. | Dalyvauti turizmo srities parodose Lietuvoje ir užsienio šalyse | Parodų ir mugių, kuriose dalyvauta | 6 (2014 m.) | Per metus: 5 Lietuvoje ir po vieną kiekvienos tikslinės turistų grupės šalyje – Lenkijoje, Rusijoje, Baltarusijoje |
| 1.2. | Bendradarbiauti su kaimyninėmis valstybėmis, įgyvendinant bendrus tarptautinius turizmo rinkodaros projektus | 1.2.1. | Organizuoti bei skelbti bendrus turizmo projektus su Lenkija, Rusija ir Baltarusija  | Bendrų turizmo projektų su Lenkija, Rusija ir Baltarusija skaičius per metus | x | Po 1 bendrą projektą su Lenkija, Rusija ir Baltarusija per metus |
| 1.2.2. | Organizuoti tarpvalstybinius teminius maršrutus | Tarpvalstybinių teminių maršrutų skaičius | 0 | Po 2 tarpvalstybinius maršrutus su kiekviena kaimynine valstybe |
| 1.3. | Vykdyti kompleksinius rinkodaros projektus Lietuvoje | 1.3.1. | Sukurti prioritetinių Lazdijų turizmo paslaugų klasterį | Sukurtas turizmo klasteris | 0 |  1 |
| 1.3.2. | Inicijuoti bendrų viešojo ir privataus sektorių turizmo rinkodaros projektų kūrimą ir įgyvendinimą | Viešojo ir privataus sektorių bendrų turizmo projektų skaičius | x | Po 5 kiekvienais metais |
| 1.3.3. | Išplėtoti esamų TIC, Metelių ir Veisiejų regioninių parkų bei Lazdijų krašto Muziejaus svetainių internete turinį ir funkcionalumą | Atnaujintų svetainių turinio dalis, proc. | x | 30 proc. per metus |
| 1.3.4. | Bendros turizmo paslaugų rezervavimo – planavimo sistemos sukūrimas | Rezervavimo – planavimo sistema | 0 |  1 |
| 1.3.5. | Diegti originalius dizaino ir rinkodaros sprendimus paslaugų srityje, pasitelkiant meninę, kultūrinę raišką | Modernizuotų paslaugų ir rinkodaros priemonių dalis, proc. | x |  10 proc. per metus |
| 2.  | Pagerinti informuotumą apie Lazdijų rajono turizmo produktus ir teikiamas paslaugas turistams | 2.1. | Didinti Lazdijų rajono kultūrinio turizmo žinomumą | 2.1.1. | Dalyvauti Europos kultūros kelių programose, susijusiose su kultūriniu turizmu | Europos kultūros kelių programos maršrutų skaičius | 0 |  5 |
| 2.1.2. | Didinti kultūrinių renginių ir pramogų pasiūlą neturistinio sezono metu | Kultūrinių renginių ir pramogų skaičius neturistinio sezono metu | x | Po 6 kiekvienais metais |
| 2.1.3. | Organizuoti renginius ir pasirodymus, kurie pagyvintų turistų pamėgtas ir gausiai lankomas teritorijas  | Renginių ir pasirodymų skaičius per metus | 0 |  3 |
| 2.1.4. | Diegti modernius sprendimus muziejuose  | Modernizuotų ekspozicijų dalis proc. nuo bendro ekspozicijų skaičiaus | x |  50 proc. |
| 2.1.5. | Tobulinti esamų elektroninių kultūrinio turizmo populiarinimo kanalų efektyvumą | Elektroninių kultūrinio turizmo kanalų peržiūrų skaičius | x | 20 000 per metus |
| 2.2. | Didinti Lazdijų rajono aktyvaus turizmo žinomumą | 2.2.1. | Diegti inovatyvias mobiliąsias aplikacijas leidžiančias turistams sukurti individualius maršrutus | Mobiliųjų aplikacijų atsisiuntimų skaičius | 0 | 1200 per metus |
| 2.2.2. | Tobulinti esamų elektroninių aktyvaus turizmo populiarinimo kanalų efektyvumą | Elektroninių aktyvaus turizmo kanalų peržiūrų skaičius | x | 30 000 per metus |
| 2.2.3. | Parengti ir skleisti informaciją apie Lazdijų rajono aktyvų turizmą | Informacinių pranešimų apie aktyvų turizmą skaičius spaudoje, radijuje ir televizijoje | x | 20 per metus |
| Atnaujintų arba naujai išleistų lankstinukų ir brošiūrų skaičius  | x | Po 2 per metus |
| 2.3.  | Didinti Lazdijų rajono kaimo turizmo žinomumą  | 2.3.1. | Diegti informacines ženklinimo sistemas (kaimo turizmas) | Įrengtų nukreipiamųjų ženklų ir paženklintų kaimo turizmo sodybų skaičius | x | 35 |
| 2.3.2. | Tobulinti esamų elektroninių kaimo turizmo populiarinimo kanalų efektyvumą | Elektroninių kaimo turizmo kanalų peržiūrų skaičius | x | 30 000 per metus |
| 2.3.3. | Parengti ir skleisti informaciją apie Lazdijų rajono kaimo turizmą | Informacinių pranešimų apie kaimo turizmą skaičius spaudoje, radijuje ir televizijoje. | x | 10 per metus |
| Atnaujintų arba naujai išleistų lankstinukų ir brošiūrų skaičius  | x | Po 1 per metus |
| 2.4. | Didinti Lazdijų rajono vandens turizmo žinomumą | 2.4.1. | Diegti informacines ženklinimo sistemas (vandens turizmas) | Atnaujintų arba naujai paženklintų vandens turizmo trasų ir objektų skaičius | x | 5 per metus |
| 2.4.2. | Tobulinti esamų elektroninių vandens turizmo populiarinimo kanalų efektyvumą | Elektroninių vandens turizmo kanalų peržiūrų skaičius | x | 20 000 per metus |
| 2.4.3. | Parengti ir skleisti informaciją apie Lazdijų rajono vandens turizmą | Informacinių pranešimų apie vandens turizmą skaičius spaudoje, radijuje ir televizijoje  | x | 20 per metus |
| Atnaujintų arba naujai išleistų lankstinukų ir brošiūrų skaičius  | x | Po 2 per metus |
| 2.5. | Didinti kitų turizmo sričių žinomumą | 2.5.1. | Diegti informacines ženklinimo sistemas (kiti turizmo objektai) | Įrengtų nukreipiamųjų ženklų į kitus turizmo objektus skaičius per metus | x | 10 |
| 2.5.2. | Tobulinti esamų elektroninių kitų turizmo sričių populiarinimo kanalų efektyvumą | Elektroninių kitų turizmo sričių kanalų peržiūrų skaičius | x | 10 000 per metus |
| 2.5.3. | Parengti ir skleisti informaciją apie Lazdijų rajono kitų sričių turizmą | Informacinių pranešimų apie kitos srities turizmą skaičius spaudoje, radijuje ir televizijoje  | x | 6 per metus |
| Atnaujintų arba naujai išleistų lankstinukų ir brošiūrų skaičius per metus | x | Po 1 per metus |
| 3.  | Didinti rinkodaros veiksmų efektyvumą | 3.1. | Tobulinti turizmo sektoriuje dirbančių specialistų kompetenciją ir gerinti turizmo srities verslumo įgūdžius | 3.1.1. | Organizuoti užsienio kalbų mokymus | Užsienio kalbos mokymuose dalyvavusių ir sertifikatus įgijusių turizmo sektoriuje dirbančių asmenų skaičius  | x | Po 10 per metus |
| 3.1.2. | Organizuoti tiesioginių pardavimų ir rinkodaros mokymus | Tiesioginių pardavimų ir rinkodaros mokymuose dalyvavusių ir sertifikatus įgijusių turizmo sektoriuje dirbančių asmenų skaičius  | x | Po 10 per metus |
| 3.1.3. | Skatinti turizmo paslaugas teikiančių įmonių, įstaigų, turistinių vietovių akreditaciją ir (arba) sertifikavimą[[5]](#footnote-5) | Akredituotų ir (arba) sertifikuotų turizmo paslaugų įmonių ir vietovių skaičius | x | Po 5 per metus |
| 3.2. | Vykdyti nuolatinę Lazdijų r. savivaldybės turizmo rinkodaros stebėseną | 3.2.1. | Reguliariai atlikti Lazdijų r. savivaldybės turizmo žinomumo ir įvaizdžio tyrimus | Turizmo žinomumo ir įvaizdžio tyrimų skaičius  | x | Po 1 per metus |
| 3.3.2. | Tirti Lietuvos ir užsienio turistų poreikius, lūkesčius bei pasitenkinimą dėl teikiamų paslaugų | Lietuvos ir užsienio turistų poreikių, lūkesčių bei pasitenkinimo dėl teikiamų paslaugų tyrimų skaičius | x | Po 1 per metus |
| 3.3.3. | Užtikrinti Lietuvos ir užsienio turistų poreikių, lūkesčių ir pasitenkinimo rodiklių stebėseną | Lietuvos ir užsienio turistų poreikių, lūkesčių ir pasitenkinimo rodiklių monitoringo skaičius  | x | Po 1 per metus |
| 3.3.4. | Gerinti teikiamų paslaugų kokybę remiantis anketinėmis apklausomis | Palankaus paslaugų kokybės vertinimo balo metinis pokytis, proc.  | x |  +10 proc. |
| 3.3.5. | Integruoti stebėsenos bei vertinimo rezultatus į turizmo rinkodaros veiklas | Rinkodaros sprendimų, kuriuose integruoti stebėsenos ir vertinimo rezultatai, skaičius | x | Po 10 per metus |

1. Lietuvos turizmo plėtros 2014 – 2020 metų programa, Patvirtinta Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2014 m. kovo 12d. nutarimu Nr. 238. [↑](#footnote-ref-1)
2. S.J. Page, J. Connel. Tourism: a modern synthesis. Part III, Managing tourism operations and communicating with the visitor. 355–379 psl. Prieiga per internetą: [http://edu.cengage.co.uk/images/SChapter–1408009161.pdf](http://edu.cengage.co.uk/images/SChapter-1408009161.pdf) [↑](#footnote-ref-2)
3. <http://www.bures.lt/buriavietes>, <http://www.extreme-sports.lt/pages/posts/tikra-tikro-vejagalvio-istorija656.php>, ir kt. [↑](#footnote-ref-3)
4. Uždavinys numatomas remiantis „Lietuvos turizmo plėtros 2014 – 2020 metų programos“ (2014 m. kovo 12 d. nutarimo Nr. 238) pirmojo Programos tikslo 5 uždaviniu: „Skatinti turizmo paslaugas teikiančių įmonių, įstaigų, turistinių vietovių akreditaciją ir (arba) sertifikavimą“. [↑](#footnote-ref-4)
5. Uždavinys numatomas remiantis „Lietuvos turizmo plėtros 2014 – 2020 metų programos“ (2014 m. kovo 12 d. nutarimo Nr. 238) pirmojo Programos tikslo 5 uždaviniu: „Skatinti turizmo paslaugas teikiančių įmonių, įstaigų, turistinių vietovių akreditaciją ir (arba) sertifikavimą“. [↑](#footnote-ref-5)