



LIETUVOS RESPUBLIKOS VYRIAUSYBĖ

NUTARIMAS DĖL LIETUVOS TURIZMO PLĖTROS 2014–2020 METŲ PROGRAMOS PATVIRTINIMO

2014 m. kovo 12 d. Nr. 238

Vilnius

Vadovaudamasi Lietuvos Respublikos turizmo įstatymo 15 straipsnio 3 dalies 2 punktu ir įgyvendindama Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2012–2016 metų programos įgyvendinimo prioritetines priemones, patvirtintas Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2013 m. kovo 13 d. nutarimu Nr. 228 „Dėl Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2012–2016 metų programos įgyvendinimo prioritetinių priemonių patvirtinimo“, Lietuvos Respublikos Vyriausybė n u t a r i a :

1. Patvirtinti pridedamą Lietuvos turizmo plėtros 2014–2020 metų programą (toliau – Programa).

2. Pasiūlyti savivaldybėms, Lietuvos Respublikos turizmo rūmams ir Lietuvos turizmo asociacijai dalyvauti įgyvendinant Programą.

Ministras Pirmininkas

Algirdas Butkevičius

Ūkio ministras

Evaldas Gustas

LIETUVOS TURIZMO PLĖTROS 2014–2020 METŲ PROGRAMA

I SKYRIUS IŽANGA

1. Lietuvos turizmo plėtros 2014–2020 metų programa (toliau – Programa) parengta siekiant nustatyti valstybės turizmo plėtros tikslus ir uždavinius, kurie apima konkurencingų turizmo produktų ir paslaugų kūrimą, turizmo infrastruktūros ir paslaugų plėtrą, palankios turizmo verslui aplinkos kūrimą ir skatinimą, veiksmingų rinkodaros ir komunikacijos priemonių diegimą didinant Lietuvos turizmo konkurencingumą ir žinomumą Lietuvoje ir tarptautinėse rinkose, taip pat skatinti turizmo paslaugų eksportą į užsienio valstybes pagal darniojo turizmo principus.

2. Programa parengta siekiant, kad turizmas, kaip viena iš ūkio šakų, tinkamai naudodamas šalies turizmo išteklius ir siūlydamas paklausių, kokybiškų ir konkurencingų turizmo produktų užsienio ir vidaus turizmo rinkoms, padėtų didinti gyventojų pajamas, kurti naujas verslo nišas, pritraukti privačių investicijų, didinti šalies bendrąjį vidaus produktą, taip pat spręsti regionų ekonominės ir socialinės raidos klausimus, o drauge – saugoti kraštovaizdžio (gamtos ir kultūros) vertybes, racionaliai naudoti gamtos ir kultūros išteklius.

3. 2013 metais baigė galioti Nacionalinė turizmo plėtros 2010–2013 metų programa, patvirtinta Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2007 m. rugpjūčio 29 d. nutarimu Nr. 944 „Dėl Nacionalinės turizmo plėtros 2010–2013 metų programos patvirtinimo“, – pagrindinis turizmo planavimo Lietuvoje dokumentas, ir Jono Pauliaus II piligrimų kelio kūrimo ir jo objektų pritaikymo piligrimų ir turizmo reikmėms 2007–2013 metų programa, patvirtinta Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2007 m. rugpjūčio 8 d. nutarimu Nr. 842 „Dėl Jono Pauliaus II piligrimų kelio kūrimo ir jo objektų pritaikymo piligrimų ir turizmo reikmėms 2007–2013 metų programos patvirtinimo“.

4. Programa parengta vadovaujantis Lietuvos Respublikos turizmo įstatymu ir atitinka 2014–2020 metų nacionalinės pažangos programos, patvirtintos Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2012 m. lapkričio 28 d. nutarimu Nr. 1482 „Dėl 2014–2020 metų nacionalinės pažangos programos patvirtinimo“, Valstybės pažangos strategijos „Lietuvos pažangos strategija „Lietuva 2030“, patvirtintos Lietuvos Respublikos Seimo 2012 m. gegužės 15 d. nutarimu Nr. XI-2015 „Dėl Valstybės pažangos strategijos „Lietuvos pažangos strategija „Lietuva 2030“ patvirtinimo“, Europos Komisijos 2010 m. birželio 30 d. komunikato Nr. KOM (2010) 352 „Turistų lankomiausias žemynas – Europa. Nauja turizmo politika“, Nacionalinės darnaus vystymosi strategijos, patvirtintos Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2003 m. rugsėjo 11 d. nutarimu Nr. 1160 „Dėl Nacionalinės darnaus vystymosi strategijos patvirtinimo ir įgyvendinimo“, ir Lietuvos Respublikos teritorijos bendrojo plano, patvirtinto

Lietuvos Respublikos Seimo 2002 m. spalio 29 d. nutarimu Nr. IX-1154 „Dėl Lietuvos Respublikos bendrojo plano“, nuostatomis.

5. Programa parengta remiantis šiomis atliktomis studijomis ir tyrimais:

5.1. Ekoturizmo metodinėmis rekomendacijomis (2008 metai);

5.2. Lietuvos turizmo potencialo įvertinimo, nustatant didžiausias turistinės traukos vietas ir jų panaudojimo prioritetus, studija (2011 metai);

5.3. Lietuvos medicinos turizmo plėtros ir medicinos paslaugų eksporto skatinimo galimybių analize ir rekomendacijomis (2012 metai);

5.4. Europos Sąjungos paramos poveikio Lietuvos turizmo sektoriui ir plėtros galimybių vertinimu (2013 metai).

6. Programą sudaro 3 skyriai: „Įžanga“, „Programos tikslai ir uždaviniai“, „Programos įgyvendinimas“, 1 priedas „Programos įgyvendinimo vertinimo kriterijų ir siekiamų jų reikšmių sąrašas“ ir 2 priedas „Žemėlapiai“.

7. Programoje vartojamos sąvokos:

7.1. **Darnusis turizmas** – turizmo plėtros ir planavimo rūšis, kai skatinama plėtoti turizmą išsaugant natūralią gamtinę ir kultūrinę aplinką. Tradiciškai darniojo vystymosi sąvoka apima ekonominio, aplinkosaugos, socialinio ir kultūrinio tvarumo aspektus, siekiant sukurti ne tik didesnę ekonominę naudą, bet ir geresnes gyvenimo sąlygas visuomenei, vietos bendruomenei.

7.2. **Kultūrinis turizmas** – turizmo rūšis, kai keliaujama norint pažinti kultūrinę aplinką, taip pat kraštovaizdžius, kultūros ir gamtos paveldą, tradicijas, išskirtinį vietos gyvenimo būdą, įvykius, kultūros renginius, pramogas, vaizduojamąjį ir scenos menus, kitus kūrybinių ir kultūrinių pokyčių procesus.

7.3. **Prioritetiniai turizmo plėtros regionai** – daugiausia turistinių išteklių turinčios Lietuvos teritorijos, palankiausios plėtoti prioritetinius turizmo produktus.

7.4. **Prioritetiniai turizmo produktai** – vietos ir užsienio turistams patraukliausi turizmo produktai. Atsižvelgiant į vyraujančias turizmo paklausos tendencijas, Programoje prioritetiniai turizmo produktai yra šie: kultūrinis turizmas, verslo turizmas, sveikatos turizmas ir žaliasis (ekologinis) turizmas.

7.5. **SPA (sveikata per vandenį) paslaugos** – kvalifikuotų specialistų tam įrengtose patalpose atliekamos ir (arba) prižiūrimos procedūros, kurioms atlikti gali būti naudojamas vanduo ir kurios skirtos fizinei ir psichinei sveikatai gerinti, atsipalaiduoti, gerai savijautai skatinti, kūnui gražinti ir lepinti.

7.6. **Sveikatos turizmas** – turizmo rūšis, kai keliaujama siekiant pagerinti sveikatą – gauti asmens sveikatos priežiūros (sveikatinimo) ir (arba) sveikatingumo paslaugų.

7.7. **Turistinė vietovė** – turinti turistinių išteklių, turizmui tinkamą infrastruktūrą ir teikiamas turizmo paslaugas teritorija, kurioje lankytojai praleidžia bent vieną naktį.

7.8. **Turizmo maršrutas** – iš anksto pagal kelionės turizmo tikslais tematiką suplanuotas vykimo kelias, jungiantis vienoje ar keliose gyvenamosiose vietovėse turistų lankomas vietas ir turistų aptarnavimo objektus.

7.9. **Turizmo produktas** – visuma paslaugų ir turizmo veiklos sąlygų, siūlomų turistui interesams kelionėje tenkinti.

7.10. **Verslo turizmas** – turizmo rūšis, kai keliaujama profesiniais ar darbo tikslais, siekiant įgyti profesinių žinių ir jas papildyti, susijusi su dalykiniais susitikimais, parodų lankymu, dalyvavimu seminaruose, konferencijose, kongresuose.

7.11. **Žaliasis (ekologinis) turizmas** – turizmo rūšis, kai pagrindinis kelionės tikslas – stebėti gamtos ir vietos kultūrinės apraiškas, nedarant neigiamo poveikio aplinkai ir suteikiant vietos gyventojams socialinės ekonominės veiklos galimybių. Žaliasis (ekologinis) turizmas apima kaimo turizmo paslaugas, lėtąjį, edukacinį ir aktyvųjį turizmą (dviračių, vandens, pėsčiųjų, kitokį) ir keliavinį gamtinėje aplinkoje, naudojantis savo fizinėmis ir dvasinėmis jėgomis ar siekiant jas atgauti. Lietuvos Respublikos saugomų teritorijų įstatyme ir jo įgyvendinamuosiuose teisės aktuose vartojama pažintinio turizmo sąvoka.

8. Kitos Programoje vartojamos sąvokos apibrėžtos Lietuvos Respublikos turizmo įstatyme, Lietuvos Respublikos sveikatos sistemos įstatyme ir kituose Lietuvos Respublikos teisės aktuose.

II SKYRIUS PROGRAMOS TIKSLAI IR UŽDAVINIAI

9. Programos strateginis tikslas – didinti Lietuvos turizmo sektoriaus konkurencingumą.

10. Lietuvos turizmo sektoriui 2012 metai – rekordiniai: būta 1,9 mln. užsienio turistų kelionių į Lietuvą, arba 7 procentais daugiau nei 2011 metais ir 27,8 procento daugiau nei 2007 metais. Lietuvos banko duomenimis, 2012 metais iš atvykstamojo turizmo (vienadienių lankytojų ir turistų) Lietuva gavo 3,858 mlrd. litų pajamų, arba 13 procentų daugiau nei 2011 metais ir 28,8 procento daugiau nei 2007 metais.

11. Turizmas – ekonominė veikla, pirmiausia skatinanti ekonomikos augimą, tačiau norint išlaikyti konkurencingumą tarptautinėje turizmo rinkoje būtina siekti darnios turizmo plėtros. Labai svarbus ne tik ekonominis, bet ir sociokultūrinis turizmo poveikis. Jis pasireiškia kuriamą infrastruktūra, didėjančia paslaugų ir pramogų pasiūla, gyvėjančiu kultūriniu gyvenimu regionuose, augančiomis vietos gyventojų saviraiškos galimybėmis, stiprėjančiu tapatumu ir kultūrinio savitumo raiška.

12. Didinant turizmo sektoriaus konkurencingumą, svarbu siekti, kad turistų lankomi objektai ir turistams teikiamos paslaugos būtų pritaikyti ir siūlomi jiems visiems, atsižvelgiant į jų fizines išgales, negalią ar amžių, tai yra asmenims su specialiaisiais poreikiais, šeimoms su mažais vaikais, senyviems žmonėms ir panašiai. Todėl skatinant įgyvendinti turizmo projektus, tikslinga nustatyti, kad šiuose objektuose būtina įrengti specialią infrastruktūrą, numatyti atitinkamą aptarnavimą (specialiai mokytas personalas, gestų kalbos vertėjai, aprašymai Brailio raštu), organizuoti veiklą ir ekspozicijas, pritaikytas specialiųjų poreikių turintiems asmenims.

13. Lietuvos turizmo produktų konkurencingumas didėtų užtikrinus turizmo sektoriaus stebėseną. Būtina turėti nuoseklių ir patikimų rinkos tyrimų duomenų apie Lietuvos turizmo produktų kokybę, paklausą ir vartotojus. Tai leistų objektyviau vertinti tiek pavienių turizmo sektorių, tiek visos turizmo veiklos rezultatus ir padėtų parengti tikslesnes raidos prognozes ir turizmo planavimo dokumentus. Veiksminga turizmo sektoriaus stebėseną (operatyvi turizmo statistika, nuolatiniai ir atrankiniai tyrimai, rezultatų analizė ir prognozės) didintų ir Lietuvos turizmo produktų konkurencingumą. Siekiant atlikti efektyvią Lietuvos turizmo sektoriaus stebėseną, būtina užtikrinti šių tyrimų tęstinumą, tyrimus atlikti dažniau.

14. Didėjantis turizmo sektoriaus konkurencingumas skatins ne tik užsienio turistus atvykti į Lietuvą, bet ir Lietuvos gyventojus daugiau keliauti po savo šalį, pažinti jos unikalią kraštovaizdį, turtingą kultūros paveldą, geriau suprasti istoriją ir prisidės prie regionų ekonominės plėtros. 2012 metais buvo 2,52 mln. vietos turistų kelionių po Lietuvą, arba 1,5 procento daugiau nei 2011 metais ir 10,8 procento mažiau nei rekordiniais 2008 metais. Iš vietinio turizmo (turistų ir vienadienių lankytojų) 2012 metais uždirbta 1,297 mlrd. litų pajamų, arba 2,2 procento daugiau nei 2011 metais ir 19,1 procento mažiau nei 2008 metais.

15. Siekiant didinti Lietuvos turizmo sektoriaus konkurencingumą, Programoje nustatyti 3 tikslai ir 14 uždavinių.

16. Pirmasis Programos tikslas – plėtoti turizmo infrastruktūrą ir gerinti paslaugų kokybę (toliau – pirmasis Programos tikslas).

17. Europos Sąjungos (toliau – ES) struktūrinė parama 2007–2013 metais labai teigiamai veikė turizmo plėtrą ir sudarė sąlygas kurti patrauklią prioritetinių aktyvaus poilsio, kultūrinio, dalykinio (konferencijų), sveikatos turizmo produktų infrastruktūrą, didinti turizmo paslaugų įvairovę, gerinti jų kokybę. 2007–2013 metų finansavimo laikotarpiu pagal ES struktūrinės paramos turizmui priemones finansuota daugiau nei 290 projektų, kuriems skirta 867,26 mln. litų ES struktūrinės paramos ir bendrojo finansavimo (Lietuvos Respublikos valstybės biudžeto) lėšų. Rekonstruoti senieji objektai susigražino turistų dėmesį, o sukurti nauji – atvėrė daugiau turizmo galimybių. Kaimo turizmui skatinti 2007–2013 metais skirta 161 mln. litų iš Europos žemės ūkio fondo kaimo plėtrai ir nacionalinio biudžeto – įgyvendinta daugiau nei 340 projektų. Tikslingai investuotos ES struktūrinės paramos lėšos leidžia plėtoti vietinį verslą, o sutvarkytais parkais, alėjomis, dviračių takais, paplūdimiais ir kita infrastruktūra naudojasi ne tik turistai iš užsienio, bet ir vietos gyventojai.

18. Lietuvos gamtinių ir kultūrinių turizmo išteklių potencialas ir teritorinė sklaida netolygūs, todėl pagal jų išskirtinumą ir sandauginę Programoje skiriami šie savivaldybių teritorijose esančius patraukliausius turistinius objektus apimantys prioritetiniai turizmo plėtros regionai:

18.1. Vilniaus regionas, apimantis Vilniaus miesto, Vilniaus rajono, Širvintų rajono, Trakų rajono savivaldybes;

18.2. Pajūrio regionas, apimantis Klaipėdos miesto, Klaipėdos rajono, Palangos miesto, Kretingos rajono, Neringos, Šilutės rajono savivaldybes;

18.3. Nemuno žemupio regionas, apimantis Kauno miesto, Kauno rajono, Birštono, Kaišiadorių rajono, Jurbarko rajono, Šakių rajono, Prienų rajono savivaldybes;

18.4. Pietų Dzūkijos regionas, apimantis Druskininkų, Lazdijų rajono, Varėnos rajono savivaldybes;

18.5. Rytų Aukštaitijos regionas, apimantis Zarasų rajono, Ignalinos rajono, Utenos rajono, Anykščių rajono, Molėtų rajono savivaldybes;

18.6. Žemaitijos aukštumų regionas, apimantis Telšių rajono, Plungės rajono savivaldybes.

19. Plėtojant viešąją turizmo infrastruktūrą ir paslaugas, svarbu išlaikyti tęstinumą ir kurti infrastruktūrą, skirtą prioritetinių turizmo produktų paklausai didinti prioritetiniuose turizmo plėtros regionuose ir šiems produktams pritaikyti asmenims, turintiems specialiųjų poreikių.

20. Pirmojo Programos tikslo 1 uždavinys – plėtoti kultūrinio turizmo, verslo turizmo, sveikatos turizmo ir žaliojo (ekologinio) turizmo viešąją ir privačią infrastruktūrą prioritetiniuose turizmo plėtros regionuose.

21. Kultūrinį turizmą sudaro kultūros paveldo objektų (pilių, bažnyčių, vienuolynų, senamiesčių, muziejų, meno galerijų ir kitų paveldo statinių) ar miestų lankymas (kai svarbiausias tikslas – kultūros objektai ir kultūriniai renginiai arba sudaroma galimybių susipažinti su tautinėmis tradicijomis, amatais, tiesiogiai dalyvauti veikloje ir įsigyti gaminių). Didelį turistų susidomėjimą kelia į Jungtinių Tautų švietimo, mokslo ir kultūros organizacijos (toliau – UNESCO) pasaulio paveldo sąrašą įtraukti Vilniaus istorinis centras, Kuršių nerija, Struvės geodezinio lanko objektai, Kernavės archeologinė vietovė, taip pat į UNESCO reprezentatyvųjį žmonijos nematerialiojo kultūros paveldo sąrašą įrašyta Lietuvos kryždirbystė ir kryžių simbolika, dainų ir šokių švenčių tradicija Baltijos valstybėse, lietuvių sutartinės, polifoninės dainos. Kultūrinis turizmas miestų, architektūros paveldo, šalies istorijos požiūriu potencialiai įdomus tiek vietos, tiek užsienio turistui.

22. Be įprastinių muziejų ir ekskursijų, turizmo paslaugų ir produktų pasiūla gana menka ir nepristatoma patraukliai. Remiantis Vakarų Europos valstybių patirtimi, lankomiausi yra tie istoriniai pastatai, muziejai, galerijos, kuriuose teikiama papildomų paslaugų (siūlomas maitinimas, teikiama informacija, veikia knygynai, prekiaujama suvenyrais ir kita), organizuojamos parodos, konferencijos ir kultūriniai renginiai, vyksta edukacinės programos. Todėl siekiant įgyvendinti kultūros paveldo objektų viešosios ir privačios infrastruktūros plėtros projektus turi būti užtikrintas objekto baigtumas ir paslaugų kompleksiskumas.

23. Sveikatos turizmas – tai asmens sveikatos priežiūros (sveikatinimo) ir sveikatingumo turizmo paslaugos. Sveikatos turizmas – viena sparčiausiai augančių turizmo rūšių. Pasaulinės sveikatinimo turizmo rinkos esamas ir prognozuojamas augimas – apie 30–35 procentus kasmet. Sveikatos turizmo produktų konkurencingumui užtikrinti reikia aukšto lygio paslaugų infrastruktūros ir kokybės standartų, aukštos kvalifikacijos specialistų.

24. Lietuvos galimybės konkuruoti Europos sveikatos turizmo produktų rinkoje turėtų būti didinamos plėtojant sveikatos turizmo paslaugų infrastruktūrą, ugdant sveikatinimo ir sveikatingumo paslaugas teikiančių specialistų kompetenciją, sveikatinimo paslaugas teikiančias įstaigas sertifikuojant ir (arba) akredituojant tarptautiniu lygiu pagal pripažintus kokybės standartus. Sveikatos turizmas turėtų būti plėtojamas valstybės remiamos viešojo ir privataus sektorių partnerystės, klasterizacijos ir integruotos rinkodaros pagrindais.

25. Didžiausio turistinio potencialo teritorijos, kuriose prioritetą teikiamas sveikatos turizmo plėtrai, numatytos kurortuose (Druskininkuose, Palangoje, Birštone ir Neringoje), kurortinėse teritorijose (Anykščiuose ir Trakuose) ir trijuose didžiuosiuose Lietuvos miestuose (Vilniuje, Kaune, Klaipėdoje).

26. Verslo turizmo plėtra pastarąjį dešimtmetį tapo viena iš svarbiausių priemonių, didinančių viešbučių užimtumą ir gerinančių apgyvendinimo verslo rezultatus.

Iš užsienio turistų ir vienadienių lankytojų, atvykusių į Lietuvą verslo ir profesiniais reikalais, 2012 metais uždirbta 804,6 mln. litų, arba 1,6 procento daugiau nei 2011 metais ir 10,5 procento mažiau nei 2007 metais. Dalykinių kelionių pajamos 2012 metais sudarė 22,6 procento visų atvykstamojo turizmo pajamų, tai 8,4 procento mažiau nei 2007 metais.

27. Tarptautinių konferencijų turizmo produktų kūrimą ir jų konkurencinį pranašumą lemia konferencijų infrastruktūros (patalpų ir įrenginių) pajėgumas, oro transporto veiklos galimybės, kompleksinės paslaugos (apgyvendinimas, maitinimas ir panašiai), gebėjimai profesionaliai organizuoti dideles konferencijas (renginius). Lietuvoje konferencijų infrastruktūrą, tinkamą nedidelėms tarptautinio lygio konferencijoms rengti, turi daugelis viešbučių, aukštos kokybės konferencijų rengimo sąlygas siūlo uždaroji akcinė bendrovė **Lietuvos parodų ir kongresų centras LITEXPO**. Visomis konferencijų turizmo galimybėmis nepasinaudojama, nes šių produktų pristatymas tarptautinėse turizmo rinkose neorganizuojamas nacionaliniu lygiu, nevykdoma aktyvių pardavimų. Kadangi Lietuvoje nėra atskiro tarptautinio lygio konferencijų centro, kuriame tilptų daugiau kaip 2 500 dalyvių, sunku rengti dideles konferencijas, todėl labai svarbu tokį centrą įsteigti ir organizuoti jo veiklą. Lietuvos konferencijų turizmo galimybės turėtų būti pristatomos ir konferencijų turizmas skatinamas viešojo ir privataus sektorių partnerystės pagrindais: reikia parengti ir įgyvendinti organizacines, skatinamąsias priemones, užtikrinančias veiksmingą dalyvavimą Europos verslo turizmo rinkoje.

Didžiausio turistinio potencialo teritorijos, kuriose prioritetą teikiamas verslo turizmo plėtrai, yra Vilnius, Kaunas, Klaipėda ir Lietuvos kurortai.

28. Žaliojo (ekologinio) turizmo plėtros Lietuvoje pagrindas – gana natūralus kraštovaizdis ir gamtos vertybių gausa, savitas pajūrio regionas, pradėta formuoti pažintinio turizmo infrastruktūros sistema nacionaliniuose ir regioniniuose parkuose.

Esminė žaliojo (ekologinio) turizmo produktų paklausos sąlyga – patrauklus viešosios turizmo infrastruktūros (turizmo maršrutų, trasų, takų) ir aptarnavimo paslaugų kompleksas. Saugomos teritorijos pritaikomos turizmui taip, kad jų lankymas nekenktų kraštovaizdžiui ir

gamtojei aplinkai, infrastruktūra planuojama ir įrengiama siekiant turistų srautus nukreipti į tas vietas, kuriose pažinti gamtą būtų galima nedarant jai žalos.

Turizmo maršrutų (trasų) infrastruktūros stoka ir per menka tokių paslaugų pasiūla regionuose – didžiausios kliūtys žaliojo (ekologinio) turizmo produktams konkuruoti užsienio turizmo rinkose. Kad būtų plėtojami žaliojo (ekologinio) turizmo produktai ir didinamas jų konkurencingumas, būtina ir toliau investuoti į viešąją infrastruktūrą ir ją gerinti, skatinti verslininkus teikti reikiamas paslaugas (apgyvendinimo, maitinimo, inventoriaus nuomos, aptarnavimo ir kitas) ir užtikrinti informacijos sklaidą.

29. Didžiausio turistinio potencialo teritorijos, kuriose prioritetą teikiamas žaliojo (ekologinio) turizmo plėtrai, numatytos 5 regionuose: Pajūrio, Dzūkijos, Rytų Aukštaitijos, Žemaitijos aukštumų ir Nemuno žemupio.

Svarbiausi šių regionų ekologinio pažintinio turizmo arealai – nacionaliniai ir regioniniai parkai ir jų artima aplinka, kurortai ir kurortinės teritorijos, pajūris ir didžiausi ežerai, šiose teritorijose svarbiausia – plėtoti viešąją turizmo infrastruktūrą.

30. Pirmojo Programos tikslo 2 uždavinys – plėtoti patrauklius turistinius maršrutus.

Pasaulinės turizmo plėtros tendencijos rodo, kad teminiai turistiniai maršrutai, jungiantys kelias valstybes, paprastai populiareni ir patrauklesni. Atsižvelgiant į istorinius, gamtinius, geografinius ir kultūrinius ypatumus, Lietuva turi palankias sąlygas plėtoti teminius turistinius kelius – Gintaro kelią, Jono Pauliaus II kelią, M. K. Čiurlionio kelią, Panemunės pilių kelią – ir dviračių maršrutus. Šiuo metu įrengta tik viena ištisinė Pajūrio dviračių turizmo trasa ir kelios pavienės trasos kai kuriose savivaldybėse, kurortuose ir kurortinėse ar saugomose teritorijose. Taigi tikslinga sujungti Lietuvos, Latvijos, Lenkijos, Rusijos dviračių takų sistemas, o siekiant geriau tenkinti individualių turistų poreikius – skatinti stovyklaviečių tinklo plėtrą.

Dviračių turizmo plėtrai prioritetą teikiamas Programos 18 punkte nurodytuose prioritetiniuose turizmo plėtros regionuose.

31. Pirmojo Programos tikslo 3 uždavinys – gerinti Lietuvos pasiekiamumą.

Galimybė Lietuvą pasiekti įvairiu transportu – vienas svarbiausių Lietuvos turizmo konkurencingumo veiksnių. Dažniausiai šiuo tikslu naudojamos kelių ir oro transportu.

2012 metais 1 063 tūkstančiai, arba net 56 procentai, užsienio turistų atvyko į Lietuvą kelių transportu (lengvaisiais automobiliais – 44 procentai, autobusais – 12 procentų), 655,5 tūkstančio, arba 35 procentai, – lėktuvais, 90,8 tūkstančio, arba 5 procentai, – traukiniais, 32,9 tūkstančio, arba 2 procentai, – kruiziniais laivais ir apie 50 tūkstančių – keltais. Užsienio turistų, atvykusių į Lietuvą kelių transportu, 2007–2012 metais padaugėjo 39 procentais, oro transportu – 27 procentais, sumažėjo atvykstančiųjų geležinkelio (19 procentų mažiau) ir jūros transportu (19 procentų mažiau).

32. Pastaruoju metu smarkai padaugėjo turistinio pasiekiamumo oro transportu galimybių. Kompleksiškai plėtojant Lietuvos pasiekiamumą oro transportu, svarbiausia užtikrinti visų trijų tarptautinių oro uostų – Vilniaus, Kauno, Palangos – koordinuotą plėtrą ir tiesioginių skrydžių kryptis iš prioritetinių atvykstamojo turizmo rinkų skaičių. Oro uostų

sujungimas leistų segmentuoti jų veiklą, sudaryti tvaresnį kiekvieno iš jų plėtros modelį. Siekiant atitikti verslo turizmo poreikius, būtina plėtoti tradicinių oro bendrovių skrydžių kryptis, atsižvelgti į potencialias šiai turizmo rūšiai tikslines rinkas ir gerinti susisiekimą su jomis. Šiuo metu mažieji aerodromai vis aktyviau įsitraukia į turizmo paslaugų rinką, panašių tendencijų yra visame Baltijos jūros regione. Didžiausias aviacijos paslaugų potencialas Lietuvoje – Programos 18 punkte nurodytuose prioritetiniuose turizmo plėtros regionuose.

33. Lietuvoje pradėta plėtoti jūrinio turizmo infrastruktūra. Klaipėdos valstybinis jūrų uostas gana sėkmingai ir aktyviai dalyvauja didžiųjų kruizinių laivų maršrutų programose. Investicijos į naują keleivinių ir krovininių keltų terminalą pagerintų bendrą padėtį, o papildomos investicijos didintų eksportuojamų jūrų turizmo paslaugų, gerintų jų kokybę. Išplėsti jūrinio (jachtų) turizmo galimybes leistų ir Šventosios jūrų uosto plėtra. Tikslinga skatinti ir remti ekologinio transporto, vandens transporto ir viešosios turizmo infrastruktūros plėtrą Baltijos pajūryje ir Kuršių pamaryje, įrengti bendrą Lietuvos Respublikos ir Rusijos Federacijos vandens turizmo infrastruktūros sistemą Kuršių mariose ir skatinti vandens turizmą vidaus vandenų keliais.

34. Pastaruoju metu daugėja asmenų, atvykstančių iš Baltarusijos traukiniais (maršrutas Minskas–Vilnius). Šios geležinkelio linijos plėtra (užtikrinanti greitį iki 160 kilometrų per valandą) numatyta abiejų valstybių strateginiuose susitarimuose. Lietuva taip pat investuoja į europinės vėžės geležinkelio „Rail Baltica“ projektą, kuris pagerintų turistinio susisiekimo su Vakarų Europa per Lenkiją sąlygas.

35. Pirmojo Programos tikslo 4 uždavinys – tobulinti turizmo sektoriuje dirbančių specialistų kompetenciją ir gerinti turizmo srities verslumo įgūdžius.

Turizmo sektoriaus darbuotojai kuria šalies turizmo ir jos svetingumo įvaizdį, o svetingumas – sudėtinė turizmo sektoriaus konkurencingumo dalis. Daugėja inovacijų, sparčiai modernizuojami procesai, atsiranda naujų turizmo plėtros iššūkių, taigi reikia aukštos kvalifikacijos specialistų. Siekiant stiprinti šį potencialą, būtina nuolat ugdyti turizmo sektoriaus darbuotojų profesinę kompetenciją – nuolat tobulinti jų kvalifikaciją, užsienio kalbų žinias, gerinti įvaizdį, ugdyti tarpkultūrinę kompetenciją.

36. Pirmojo Programos tikslo 5 uždavinys – skatinti turizmo paslaugas teikiančių įmonių, įstaigų, turistinių vietovių akreditaciją ir (arba) sertifikavimą.

Turizmo produktų konkurencingumui užtikrinti reikia aukštų infrastruktūros ir paslaugų kokybės standartų. Šiuo metu Lietuvoje nepakanka aukščiausius kokybės reikalavimus liudijančių sertifikatų ir kokybės įvertinimų („Mėlynoji vėliava“, „Žaliasis raktas“), nesuteikta darniojo ar žaliojo (ekologinio) turizmo sertifikatų, todėl norint didinti žaliojo (ekologinio) turizmo konkurencingumą svarbu gerinti šių paslaugų kokybę ir siekti tarptautinius standartus atitinkančių įvertinimų.

Nors pastaraisiais metais kurortuose sparčiai plėtojama sveikatos turizmo paslaugų ir pramogų infrastruktūra, tačiau susiduriama ir su šiomis pagrindinėmis problemomis: nesertifikuojami ir netiriami gamtiniai sveikatos veiksniai, todėl nežinomos jų pritaikymo galimybės ir poveikis sveikatai, dėl to neužtikrinama paslaugų kokybė. Atsižvelgiant į šių

turizmo produktų vartotojų specifiką, paslaugų kokybės ir saugos reikalavimus ir teisinius aspektus, būtina sistemingai atlikti taikomuosius kurortologijos mokslinius tyrimus ir stiprinti Valstybinio mokslinių tyrimų instituto Inovatyvios medicinos centro kurortologijos tyrimų veiklą.

37. Sveikatos turizmo įstaigų (SPA centrų, reabilitacijos centrų, sanatorijų ir kitų), įmonių ir jų teikiamų paslaugų ir produktų konkurencingumą didintų įdiegti aukšti sveikatinimo įstaigų, jų teikiamų paslaugų ir produktų kokybės ir saugos standartai (Tarptautinės jungtinės komisijos (angl. IJC), Europos kokybės vadybos fondo tobulumo modelio (angl. EFQM), Europos SPA asociacijos (angl. ESPA) ir kitos akreditacijos). Palangos ir Neringos kurortuose būtina diegti inovacijas, naudojant jūros ir geoterminių vandenį, sanatorijose, gydyklose, SPA centruose, vandens parkuose – kitus gamtinius sveikatinimo būdus.

38. Antrasis Programos tikslas – didinti Lietuvos, kaip turistinės valstybės, žinomumą ir gerinti jos įvaizdį (toliau – antrasis Programos tikslas).

Lietuvos statistikos departamento atliekamo atvykstamojo turizmo tyrimo duomenimis, 2012 metais didžiausios Lietuvos atvykstamojo turizmo rinkos pagal užsienio turistų kelionių skaičių buvo Baltarusija (373,8 tūkstančio, arba 19,7 procento), Rusija (328,4 tūkstančio, arba 17,3 procento), Lenkija (190,5 tūkstančio, arba 10 procentų), Latvija (190,1 tūkstančio, arba 10 procentų) ir Vokietija (161,7 tūkstančio, arba 8,5 procento). Pagrindinis užsienio turistų informacijos apie Lietuvą šaltinis buvo giminės ir draugai (49 procentai), ankstesni vizitai į Lietuvą (42 procentai), internetas (41 procentas) ir verslo partneriai (23 procentai). Tyrimai rodo, kad apie 84 procentai turistų, planuodami kelionę, naudojami internetu ir „Google“ paieškos sistema.

39. Atliktas 2006 metais Lietuvos turizmo įvaizdžio tyrimas (Lietuvos turizmo ir verslo prekės ženklo sukūrimas, 2006 („TNS Gallup“), parodė, kad Lietuva nėra plačiai žinoma užsienyje, o Lietuvos kaip turistui patrauklios šalies įvaizdis nepakankamai įsigalėjęs. Pastaraisiais metais Lietuvoje nevykdoma sisteminga šalies turizmo įvaizdžio ir jo komponentų pokyčių stebėseną, todėl trūksta duomenų, rodančių, kaip pakito Lietuvos turizmo įvaizdis, ar pagerėjo šalies turizmo žinomumas, kaip kinta turistų pasitenkinimas Lietuvos turizmo paslaugomis. Taigi būtina iki 2020 metų atlikti bent du Lietuvos turizmo žinomumo ir Lietuvos įvaizdžio tyrimus, pirmąjį – ne vėliau kaip 2015 metais, antrąjį – 2020 metais. Siekiant plėtoti turistų informavimą, būtina parengti Turizmo komunikacijos ir rinkodaros programą, kurioje prioritetą būtų teikiamas elektroninių ryšių ir inovatyvioms informavimo priemonėms, vykdyti aktyvią sklaidą prioritetinėse turizmo rinkose, atsižvelgiant į prioritetinius turizmo produktus, remti ir skatinti turizmo sektorių ryšius, mobilųjį turizmą, siekiant didinti Lietuvos, jos turizmo sektoriaus ir turizmo rūšių pozicionavimą ir žinomumą internetinėse paieškos sistemose, socialiniuose tinkluose, parodose, internete ir atvykstamojo turizmo prioritetinėse rinkose.

40. Prie Lietuvos atvykstamojo turizmo prioritetinių (tikslinių ir perspektyvinių) rinkų priskiriamos užsienio valstybės, turinčios būtinas ir pakankamas sąlygas generuoti turistų

srautus į Lietuvą. Pagrindinės Lietuvos atvykstamojo turizmo tikslinės rinkos buvo ir yra Europos valstybės, iš kurių paskutiniuosius 10 metų į Lietuvą atvyksta daugiau nei 94 procentai visų turistų. Svarbiausios tikslinės Lietuvos atvykstamojo turizmo rinkos 2014–2020 metais – kaimyninės valstybės: Lenkija, Baltarusija, Rusija, Latvija, taip pat Skandinavijos valstybės, Vokietija ir Jungtinė Karalystė (iš jų kasmet į Lietuvą atvyksta daugiau nei 70 procentų visų turistų).

41. Prie pagrindinių Lietuvos atvykstamojo turizmo perspektyvinių rinkų priskiriamos tos užsienio valstybės, kuriose artimiausiu metu gali susiformuoti būtinos ir pakankamos sąlygos susidaryti turistų srautams į Lietuvą. Atsižvelgiant į turizmo srautų augimo pasaulyje tendencijas, prie perspektyvinių Lietuvos atvykstamojo turizmo rinkų priskiriamos JAV, Japonija, Kinija, taip pat Indija ir Brazilija. Atsižvelgiant į susiformavusias Lietuvos atvykstamojo turizmo tradicijas ir tam tikrų turizmo produktų potencialą, prie perspektyvinių rinkų dar priskiriami Izraelis ir Kazachstanas. Šiose valstybėse tikslinga vykdyti atskiras rinkodaros priemones ir (arba) jų rinkinius.

42. Lietuvos, kaip saugios ir paslaugios turistinės valstybės, įvaizdis labai veikia turizmo sektoriaus konkurencingumą ir ekonomiką. Taigi labai svarbu siekti gerinti Lietuvos, kaip darnios ir kokybiškos turizmo traukos vietovių visumos, įvaizdį ir suvokimą apie ją tikslinėse rinkose, propaguoti Lietuvos lankytinas vietas ir daryti jas patrauklesnes, geriau informuoti turistus, kaip pasiekti šias vietas individualiu ir visuomeniniu transportu ir taip toliau. Taip pat būtina užtikrinti ilgalaikį, nuoseklų ir vienodą valstybės įvaizdžio formavimą ir šios veiklos koordinavimą.

43. Nuoseklus Lietuvos ir jos turizmo galimybių populiarinimas užtikrinant aktyvią informacijos sklaidą šiuolaikiškomis informacinių technologijų priemonėmis yra esminis turizmo skatinimo prioritetas. Nustatomi šie pagrindiniai tikslai, skirtini Lietuvos žinomumui didinti ir jos kaip turistinės valstybės įvaizdžiui gerinti: skatinti kurti ir įgyvendinti elektroninės rinkodaros priemones, diegti informacinės ženklinimo sistemos (informacinių stendų, ženklų, užrašų, nuorodų ir kitų) priemones, bendradarbiaujant su kaimyninėmis valstybėmis, įgyvendinti bendrus tarptautinius turizmo rinkodaros projektus, siūlyti kurti bendrus viešojo ir privataus sektorių turizmo rinkodaros projektus.

44. Antrojo Programos tikslo 1 uždavinys – skatinti kurti ir įgyvendinti elektroninės rinkodaros projektus.

Dėl informacinių ir modernių ryšių technologijų raidos, vis dažnesnio jų naudojimo labai pakito turizmo sektoriaus ir turistų santykis. Įvertinus šių technologijų poveikį turizmui, tapo akivaizdu, kad aktyviai naudojamos moderniosios technologijos (internetas, mobilieji telefonai, bendravimas socialiniuose tinkluose ir panašiai) – ne tik veiksmingas informacijos sklaidos kanalas, bet ir gera įvaizdžio formavimo priemonė. Siekiant kuo geriau pasinaudoti modernių technologijų teikiamomis galimybėmis, būtina tobulinti, kurti ir plėtoti elektroninio pardavimo kanalus.

45. Antrojo Programos tikslo 2 uždavinys – vykdyti kompleksinę rinkodarą prioritetinėse atvykstamojo turizmo rinkose.

Svarbiausiose tikslinėse Lietuvos atvykstamojo turizmo rinkose (Lenkijoje, Baltarusijoje, Rusijoje, Latvijoje, Vokietijoje, Jungtinėje Karalystėje) tikslinga ir toliau sistemingai vykdyti kompleksinę rinkodarą, kurią sudaro turizmo produktų ir paslaugų kūrimas, pristatymas, reklamavimas ir remiamosios priemonės (pardavimų populiarinimas, asmeninis pardavimas, tiesioginė rinkodara, viešieji ryšiai ir įvaizdžio formavimas). Ateityje tikslinga pradėti vykdyti kompleksą rinkodaros priemonių ir kitose Europos valstybėse, kurios pagal atvykstančių turistų skaičių jau dabar patenka tarp populiariausių dešimties valstybių, o kitose – tik kai kurias rinkodaros priemones ir (arba) jų rinkinius.

46. Antrojo Programos tikslo 3 uždavinys – diegti Lietuvoje turizmo objektų informacinės ženklavimo sistemos priemones.

Lietuvoje kuriami patrauklūs lankytini objektai, plėtojama turizmo infrastruktūra, teikiamos turizmo paslaugos, tačiau informacijos stoka dažnai trukdo turistams rasti norimus objektus. Turizmo informacijos sklaida nacionaliniu lygmeniu – turizmo objektų, juos siejančių maršrutų, įrengtų trasų, galimybių keliauti ir pramogauti populiarinimas – skatintų Lietuvos gyventojus dažniau keliauti ir pažinti savo kraštą, gerintų atvykstančią turizmą. Kadangi Lietuvoje iki šiol nebuvo bendros turizmo objektų ženklavimo sistemos, būtina sukurti bendrą šalies turizmo objektų ženklavimo sistemą, numatyti bendrą nacionalinių, regioninių ir vietinių ženklų sistemą. Kelio ženklai turėtų būti įrengiami tik klasifikuotiems, sertifikuotiems ir (arba) akredituotiems turizmo paslaugų teikėjams, o nacionaliniuose ir regioniniuose parkuose kuriama lauko informacinė sistema turėtų būti tokia, kad įvairiomis transporto priemonėmis keliaujantys turistai lengvai rastų turizmo objektus.

47. Antrojo Programos tikslo 4 uždavinys – bendradarbiauti su kaimyninėmis valstybėmis, įgyvendinant bendrus tarptautinius turizmo rinkodaros projektus.

Turizmo sektorius kaip ir kiekvienas kitas ekonomikos sektorius susiduria su vis didėjančia pasauline konkurencija. Europos mastu Lietuva – nedidelė šalis, todėl siekdama atlaikyti šią konkurenciją ji turi pasiūlyti ilgalaikių ir kokybiškų turizmo paslaugų ir bendradarbiauti su kaimyninėmis valstybėmis, įgyvendindama bendrus turizmo rinkodaros projektus. Labai svarbu skatinti tarptautinį bendradarbiavimą su Baltijos jūros regiono valstybėmis, ypač kaimynėmis, – Latvija, Estija, – siekiant kuo geriau pristatyti save pasauliui kaip Baltijos turizmo regioną.

48. Lietuvos materialusis ir nematerialusis kultūros paveldas unikalus ir gausus, tačiau jis patraukliai nepristatytas užsienio ir vietos turistams, trūksta kompleksinių priemonių, kurios apimtų daugiau nei vieną kultūros paveldo objektą ar reiškinį, sukurtų paveldo turiniui pridėtinę vertę. Lietuva per mažai naudoja galimybes, kurių galėtų suteikti dalyvavimas tarptautinėse kultūros kelių programose, – pirmiausia tose, kurios sertifikuotos ar siekia būti sertifikuotos Europos kultūros kelių instituto (angl. European Institute of Cultural Routes): Lietuvos dalyvavimas tokiose tarptautinėse programose didintų kitų Europos valstybių gyventojų susidomėjimą mūsų šalimi, gerintų Lietuvos kaip turistinės valstybės įvaizdį. Patraukliai pristatytos kultūros kelių programos skatintų ir vidaus turizmą: atradę įvairių regionų kultūrinių bendrumų, Lietuvos gyventojai labiau norėtų aplankyti ir pažinti kultūros

paveldo objektus ir reiškinius. Kultūros kelių programos turėtų pridėtinę vertę ir kaip edukacinės priemonės, įdomiai pristatančios Lietuvos istoriją ir kultūrą moksleiviams, skatinančios pilietiškumą ir domėjimąsi savo šalimi.

Nustačius temas, siejančias Lietuvos kultūros paveldo objektus ir reiškinius tarpusavyje ir su užsienyje esančiais kultūros paveldo objektais, bus parengtos turistinės kultūros kelių programos, kurios, pasitelkus rinkodaros bendroves, bus pristatytos Lietuvoje ir užsienyje.

49. Atsižvelgiant į didėjančią kultūrinio turizmo paklausą ir Lietuvos turistinius išteklius, tikslinga propaguoti kelias valstybes jungiančius kultūrinio turizmo produktus, turistinius kelius, skatinti turizmo sektoriuje regioninę (Baltijos) klasterizaciją ir bendrai pristatyti Baltijos regiono turizmo galimybes atvykstamosiose, o ypač – perspektyvinėse, rinkose (Kinijoje, JAV, Japonijoje). Tikslinga siekti narystės Ekonominio bendradarbiavimo ir plėtros organizacijoje ir stiprinti bendradarbiavimą su Europos ir pasaulio organizacijomis – Jungtinių Tautų Pasaulio turizmo organizacija, Europos kelionių komisija ir kitomis.

50. Antrojo Programos tikslo 5 uždavinys – skatinti kurti klasterius, siekiant inicijuoti bendrų viešojo ir privataus sektorių turizmo rinkodaros projektų įgyvendinimą.

Įgyvendinant turizmo sektoriaus projektus, ypač svarbi viešojo ir privačiojo partnerystė, tačiau dabar turizmo sektoriaus institucijos ir organizacijos bendradarbiauja per mažai. Šiuo metu Lietuvoje veikia Lietuvos Respublikos turizmo rūmai, 9 turizmo asociacijos, pradėti kurti turizmo klasteriai, kurių įsteigta trys (Lietuvos medicinos turizmo klasteris, Biržų turizmo klasteris ir Anykščių turizmo klasteris). Esamomis sąlygomis bendradarbiavimas turizmo sektoriuje fragmentiškas, pavienių turizmo produktų pagrindu arba tam tikrų vietovių lygmeniu, daugiau siekiama konkuruoti nei kurti bendrus turizmo produktus, stokojama viešojo ir privataus sektorių partnerystės ir strateginės įžvalgos plėtojant įvadinę turizmo veiklą, paslaugas, produktus.

Prioritetiniuose turizmo plėtros regionuose itin svarbu kurti bendrus viešojo ir privataus sektorių turizmo rinkodaros projektus, skatinančius savivaldybes bendradarbiauti.

51. Trečiasis Programos tikslas – mažinti turizmo paslaugų sezoniškumą (toliau – trečiasis Programos tikslas).

Vidutinis Lietuvos viešbučių numerių užimtumas 2012 metais siekė 45,5 procento, didžiausi užimtumo rodikliai šiltuoju metų laiku – nuo gegužės iki rugsėjo mėnesio (gegužė – 49,6 procento, birželis – 54,8 procento, liepa – 63,4 procento, rugpjūtis – 61 procentas, rugsėjis – 47,9 procento), o mažiausias vidutinis Lietuvos viešbučių užimtumas žiemą: gruodį – 36,4 procento, sausį – 34,5 procento, vasarį – 32,2 procento. Iš Lietuvos didžiųjų miestų, kurortų ir kurortinių teritorijų sezoniškumo problemą pavyko įveikti tik Druskininkams ir Birštonui – šių kurortų apgyvendinimo įstaigose turistų srautai per metus pasiskirsto gana tolygiai.

52. Sezoniškumas – viena pagrindinių Lietuvos turizmo sektoriaus problemų, lemiančių netolygų turistų srautų pasiskirstymą skirtingais metų laikais, ypač spalio–balandžio mėnesiais, ne tik kurortuose, bet ir visoje Lietuvoje. Sezoniškumas daro neigiamą

poveikį turizmo paslaugų teikėjams, neleidžia optimaliai naudoti turimos infrastruktūros ir žmogiškųjų išteklių.

53. Kad mažėtų sezoniškumas, būtina kurti viešąją infrastruktūrą ir aktyviai remti projektus, kurie paslaugų įvairovę prisideda prie sezoniškumo mažinimo, ypač prioritetinguose turizmo plėtros regionuose. Skatinti viešbučius aktyviau kurti visus metus veikiančius SPA centrus, Pajūrio regione plėtoti paslaugas, patrauklias turistams ne tik per vasaros sezoną, o kaimo turizmo sodybose skatinti teikti ir plėtoti specializuotas paslaugas, siekiant sukurti konkurencingų produktų, patrauklių skirtingais metų laikais.

54. Trečiojo Programos tikslo 1 uždavinys – didinti kultūrinių renginių ir pramogų pasiūlą neturistinio sezono metu.

Viena kultūrinio turizmo rūšių – renginių ir pramogų turizmas. Tai laisvalaikio poreikių tenkinimas pramogaujant tam tikslui skirtuose objektuose (teminiuose parkuose), dalyvaujant masiniuose sporto ar kultūriniuose renginiuose. Pramogų turizmo produktų plėtra – viena veiksmingiausių priemonių turizmo vietovių konkurencingumui didinti, sezoniškumui mažinti, kelionės trukmei pailginti ir paslaugų verslo sąlygoms gerinti. Siekiant mažinti turizmo paslaugų sezoniškumą, tikslinga inicijuoti ir remti kulinarinio paveldo, etnokultūros regionų tradicijų, tradicinių amatų plėtrą ir edukacinių, taip pat gamtos pažinimo programų kūrimą Lietuvoje.

55. Trečiojo Programos tikslo 2 uždavinys – didinti ir plėsti kaimo turizmo paslaugų pasiūlą ne tik turistinio sezono metu.

Kaimo turizmas yra viena iš žaliojo (ekologinio) turizmo rūšių, kai kuriuose regionuose aktyviai prisidedančių prie ekologinio turizmo produktų kūrimo. Lietuvoje žaliojo (ekologinio) turizmo veikla aktyviausia nacionaliniuose ir regioniniuose parkuose, tam tikrose rytų, pietų ir vakarų Lietuvos kaimo vietovėse.

Lietuvos kaimo turizmo sodybų sektorius 2007–2012 metais išsiplėtė. Lietuvoje 2012 metais veikė 605 kaimo turizmo sodybos – 67 sodybomis, arba 13 procentų, daugiau nei 2007 metais, vietų jose minėtu laikotarpiu daugėjo 3 450, arba 36 procentais, ir 2012 metais jų buvo 13 087, vienoje sodyboje 2012 metais vidutiniškai buvo 22 vietos, arba 4 vietomis daugiau nei 2007 metais. Daugiausia kaimo turizmo sodybų 2012 metais buvo Utenos (29 procentai), Vilniaus (19 procentų), Alytaus (16 procentų) ir Kauno (11 procentų) apskrityse.

56. Specializuotų kaimo turizmo paslaugų teikimas – pagrindinis uždavinys siekiant didinti kaimo turizmo paslaugų konkurencingumą. Yra 10 pagrindinių kaimo turizmo sodybų specializacijų: ramaus poilsio, pažintinio poilsio, aktyvaus laisvalaikio, poilsio su šeima, kulinarinio paveldo, gamtą tausojančios sodybos, sveikatingumo sodybos, šeimos švenčių, verslo renginių, agroturizmo sodybos. Svarbu skatinti kaimo turizmo sodybose puoselėti senuosius amatus.

Kaimo turizmo sektoriuje iš užsienio atvykstančių turistų kasmet daugėja, todėl būtina daug dėmesio skirti užsienio kalbų mokymui ir tiesioginio pardavimo ir rinkodaros įgūdžių ugdymui. Kaimo turizmo paslauga dėl verslo specifikos ir mažos apimties kelionių

organizatoriams ir agentūroms nepatrauklus produktas, bet turi didelį potencialą tarp individualių turistų. Siekiant skatinti kaimo turizmo ir želio (ekologinio) turizmo paslaugų eksportą, būtina remti ir tobulinti esamų elektroninių kaimo turizmo populiarinimo kanalų efektyvumą, sklaidą tarptautinėse rinkose ir paslaugų pardavimo modulių diegimą.

57. Trečiojo Programos tikslo 3 uždavinys – didinti aktyvaus žiemos poilsio turizmo paslaugų pasiūlą.

Žiemos turizmas (slidinėjimas, čiuožinėjimas, kinkiniai, žygiai) Programos 18 punkte nurodytuose prioritetiniuose turizmo plėtros regionuose – vienas tinkamiausių būdų, kaip spręsti sezoniškumo problemą Lietuvoje. Būtina skatinti steigti ir plėtoti žiemos pramogas teikiančius verslo subjektus (pavyzdžiui, ledo ritulio arenos, „Snow“ arenos plėtra, lygumų slidinėjimo tunelio statyba ir kita), kurti ir plėtoti lygumų slidinėjimo trasas Rytų Aukštaitijos ir Pietų Dzūkijos turistiniuose regionuose.

III SKYRIUS PROGRAMOS ĮGYVENDINIMAS

58. Programos 1 priede pateikti Programos įgyvendinimo vertinimo kriterijai ir siekiamos jų reikšmės 2016 ir 2020 metais.

59. Programos 2 priede pateikti 6 žemėlapiai, kuriuose pavaizduoti Programos 18 punkte nurodytuose prioritetiniuose turizmo plėtros regionuose esantys svarbiausi rekomenduojami finansuoti turizmo objektai.

60. Programa įgyvendinama pagal Lietuvos Respublikos ūkio ministerijos ir kitų įgyvendinant Programą dalyvaujančių asignavimų valdytojų strateginius veiklos planus, taip pat Programos įgyvendinimo veiksmų planą, kurį suderintą su atsakingomis už Programos uždavinių įgyvendinimą arba viešojo valdymo institucijomis, tvirtina ūkio ministras. Į Programos įgyvendinimo veiksmų planą įtraukiamos konkrečios Programai įgyvendinti reikalingos priemonės.

61. Programos įgyvendinimą koordinuoja Lietuvos Respublikos ūkio ministerija (toliau – Programos koordinatorius).

62. Siekdamas užtikrinti, kad tinkamai būtų siekiama Programos tikslų ir vykdomi joje nustatyti uždaviniai, Programos koordinatorius arba jo skirtas asmuo ne tik atlieka Strateginio planavimo metodikoje, patvirtintoje Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2002 m. birželio 6 d. nutarimu Nr. 827 „Dėl Strateginio planavimo metodikos patvirtinimo“, nustatytas funkcijas, bet ir pagal kompetenciją dalyvauja šioje kitų institucijų vykdomoje veikloje:

62.1. sudarant ir tvirtinant valstybės ir regionų projektų sąrašus – turi sprendimo teisę atrenkant projektinius pasiūlymus projektų planavimo ir atrankos komisijose;

62.2. rengiant specialiųjų projektų atrankos kriterijų ir projektų finansavimo sąlygų aprašus.

63. Atsakingos institucijos Programos koordinatoriui kasmet iki vasario 1 d. teikia informaciją apie uždavinių įgyvendinimą, pasiektus rezultatus, įgyvendintus projektus, kilusias problemas.

64. Programos koordinatorius:

64.1. atlieka Programos įgyvendinimo priežiūrą;

64.2. vertina, kaip siekiama Programos tikslų ir vykdomi joje nustatyti uždaviniai, ir prireikus inicijuoja Programos pakeitimus.

65. Programos įgyvendinimo eiga gali būti svarstoma Turizmo tarybos posėdžiuose.

Lietuvos turizmo plėtros 2014–2020 metų programos
1 priedas

**LIETUVOS TURIZMO PLĖTROS 2014–2020 METŲ PROGRAMOS ĮGYVENDINIMO VERTINIMO KRITERIJŲ IR SIEKIAMŲ JŲ
REIKŠMIŲ SĄRAŠAS**

Tikslas	Uždavinys	Vertinimo kriterijus	Rodikliai			Institucija, atsakinga už vertinimo kriterijaus įgyvendinimą
			pradinė rodiklio reikšmė – 2012 metų	2016 metų	2020 metų	
Strateginis tikslas – didinti Lietuvos turizmo sektoriaus konkurencingumą		kelionių ir turizmo konkurencingumas (indeksas)	49	45	39	Lietuvos Respublikos ūkio ministerija (toliau – Ūkio ministerija) – institucija, atsakinga už vertinimo kriterijaus koordinavimą
1. Plėtoti turizmo infrastruktūrą ir gerinti paslaugų kokybę		turistų (užsienio) kelionių skaičius (milijonais)	1,9	2,25	2,5	Ūkio ministerija (institucija, atsakinga už vertinimo kriterijaus koordinavimą)
		pajamos iš (atvykstamojo) turizmo (mlrd. litų)	3,9	4,4	5,1	Ūkio ministerija (institucija, atsakinga už vertinimo kriterijaus koordinavimą)
	1.1. Plėtoti kultūrinio turizmo, verslo turizmo, sveikatos turizmo ir žaliojo (ekologinio) turizmo viešąją ir privačią infrastruktūrą prioritetiniuose turizmo plėtros regionuose	1.1.1. Įgyvendinti kultūrinio turizmo infrastruktūros plėtros projektai (kaupiamaisiais vienetais)	0	3	20	Lietuvos Respublikos kultūros ministerija (toliau – Kultūros ministerija), Ūkio ministerija, savivaldybės
		1.1.2. Įgyvendinti verslo turizmo viešosios ir privačios infrastruktūros plėtros projektai	0	1	3	Ūkio ministerija, Lietuvos Respublikos turizmo rūmai, Lietuvos turizmo

5
(1 priedas)

Tikslas	Uždavinys	Vertinimo kriterijus	Rodikliai			Institucija, atsakinga už vertinimo kriterijaus įgyvendinimą
			pradinė rodiklio reikšmė – 2012 metų	2016 metų	2020 metų	
		(kaupiamaisiais vienetais)				asociacija, savivaldybės
		1.1.3. Įgyvendinti sveikatos turizmo viešosios ir privačios infrastruktūros plėtros projektai (kaupiamaisiais vienetais)	0	1	11	Ūkio ministerija, Lietuvos Respublikos sveikatos apsaugos ministerija (toliau – Sveikatos apsaugos ministerija), Lietuvos Respublikos turizmo rūmai, savivaldybės
		1.1.4. Įgyvendinti žaliojo (ekologinio) turizmo viešosios infrastruktūros plėtros projektai (kaupiamaisiais vienetais)	0	7	29	Lietuvos Respublikos aplinkos ministerija (toliau – Aplinkos ministerija), Ūkio ministerija, savivaldybės
	1.2. Plėtoti patrauklius turistinius maršrutus	1.2.1. Sukurti turistiniai maršrutai (trasos) (kaupiamaisiais vienetais)	0	0	6	Ūkio ministerija, Aplinkos ministerija, Lietuvos Respublikos susisiekimo ministerija (toliau – Susisiekimo ministerija), savivaldybės
		1.2.2. Tvarkybos darbai, atlikti Jono Pauliaus II piligrimų kelio objektuose (skaičius)	0	0	9	Kultūros ministerija, Ūkio ministerija
	1.3. Gerinti Lietuvos pasiekiamumą	1.3.1. Tiesioginių krypčių skaičius iš Lietuvos tarptautinių oro uostų ir į juos (vienetais)	43	51	63	Susisiekimo ministerija, Ūkio ministerija

5
(1 priedas)

Tikslas	Uždavinys	Vertinimo kriterijus	Rodikliai			Institucija, atsakinga už vertinimo kriterijaus įgyvendinimą
			pradinė rodiklio reikšmė – 2012 metų	2016 metų	2020 metų	
		1.3.2. Nutiestų naujų (taip pat ir antrųjų geležinkelio kelių) ir rekonstruotų geležinkelio kelių ilgis, kilometrais	18	85	250	Susisiekimo ministerija, Ūkio ministerija
		1.3.3. Pagerinto vidaus vandenų kelio ilgis, kilometrais	18	38	58	Susisiekimo ministerija, Ūkio ministerija
	1.4. Tobulinti turizmo sektoriuje dirbančių specialistų kompetencijas ir gerinti turizmo srities verslumo įgūdžius	1.4.1. Apmokyta turizmo sektoriuje dirbančių specialistų (žmonių per metus)	200	250	300	Ūkio ministerija, savivaldybės
	1.5. Skatinti turizmo paslaugas teikiančių įmonių, įstaigų, turistinių vietovių akreditaciją ir (arba) sertifikavimą	1.5.1. Sertifikuotos ir (arba) akredituotos įmonės, įstaigos, turistinės vietovės (vienetais)	0	5	12	Ūkio ministerija, Aplinkos ministerija, Susisiekimo ministerija, savivaldybės
2. Didinti Lietuvos, kaip turistinės valstybės, žinomumą ir gerinti jos įvaizdį		Lietuvos, kaip šalies poilsio, reputacija (TRI*M indeksas)	28	40	70	Ūkio ministerija
	2.1. Skatinti kurti ir įgyvendinti elektroninės rinkodaros projektus	2.1.1. Įgyvendinti elektroninės rinkodaros projektai (vienetais)	1	3	5	Ūkio ministerija, Lietuvos Respublikos turizmo rūmai, Lietuvos turizmo asociacija, savivaldybės
	2.2. Vykdyti kompleksinę rinkodarą prioritetinėse atvykstamojo turizmo rinkose	2.2.1. Rinkos, kuriose vykdomas kompleksas rinkodaros priemonių (vienetais)	4	6	8	Ūkio ministerija, Lietuvos Respublikos turizmo rūmai, Lietuvos turizmo asociacija, savivaldybės

5
(1 priedas)

Tikslas	Uždavinys	Vertinimo kriterijus	Rodikliai			Institucija, atsakinga už vertinimo kriterijaus įgyvendinimą
			pradinė rodiklio reikšmė – 2012 metų	2016 metų	2020 metų	
	2.3. Diegti Lietuvoje turizmo objektų informacinės ženklinimo sistemos priemonės	2.3.1. Turizmo trasos ir turizmo maršrutai, kuriuose įrengta bendra turizmo informacinė sistema (vienetais)	0	0	6	Ūkio ministerija, Vidaus reikalų ministerija, Susisiekimo ministerija, Aplinkos ministerija, savivaldybės
	2.4. Bendradarbiauti su kaimynėmis valstybėmis, įgyvendinant bendrus tarptautinius turizmo rinkodaros projektus	2.4.1. Įgyvendinti bendri tarptautiniai turizmo rinkodaros projektai (vienetais)	2	3	4	Ūkio ministerija, Kultūros ministerija, Užsienio reikalų ministerija, Lietuvos Respublikos turizmo rūmai, Lietuvos turizmo asociacija
	2.5. Inicijuoti bendrų viešojo ir privataus sektorių turizmo rinkodaros projektų kūrimą ir įgyvendinimą	2.5.1. Įgyvendinti turizmo rinkodaros projektai, jungiantys kelias savivaldybes (vienetais)	3	5	8	Ūkio ministerija, Lietuvos Respublikos turizmo rūmai, Lietuvos turizmo asociacija, savivaldybės
3. Mažinti turizmo paslaugų sezoniškumą		apgyvendinimo įstaigų užimtumas ne sezono metu (procentais)	37,7	40	42	Ūkio ministerija (institucija, atsakinga už vertinimo kriterijaus stebėseną)
	3.1. Didinti kultūrinių renginių ir pramogų pasiūlą neturistinio sezono metu	3.1.1. Kultūriniai renginiai neturistinio sezono metu (vienetais)	0	10	30	Kultūros ministerija, savivaldybės
	3.2. Didinti ir plėsti kaimo turizmo paslaugų pasiūlą ne tik turistinio sezono metu	3.2.1. Turistai, apsilankę kaimo turizmo sodybose (tūkstančiais)	260	285	310	Ūkio ministerija, savivaldybės
	3.3. Didinti aktyvaus žiemos poilsio turizmo pasiūlą	3.3.1. Žiemos pramogas teikiantys objektai (vienetais)	0	1	2	Ūkio ministerija, savivaldybės