

## 6.ŠILUTĖS RAJONO ŽUVININKYSTĖS TURIZMO GALIMYBIŲ PASIŪLYMAI

---

Siekiant užtikrinti efektyvią ir darnią viso Šilutės rajono turizmo plėtrą, šioje galimybių studijos dalyje pateikiami pasiūlymai:

- konkurencingiems turizmo produktams ir paslaugoms plėtoti;
- viešosios turizmo infrastruktūros plėtojimui;
- investicijų poreikio numatomai viešajai turizmo infrastruktūrai sukurti;
- turizmo rinkodaros priemonėms ir veiklai plėtoti;

Studijos rengėjų siūlymai:

- Šilutės rajonas – unikali, tradicinius amatus puoselėjanti ir sauganti vietovė, siūlanti susipažinti su išskirtiniais tik tam kraštui būdingais turistiniais objektais, kurie siejasi su žuvininkystės kraštu.
- Šilutės rajonas – unikaliu kraštovaizdžiu išsiskiriantis Lietuvos turizmo traukos centras, siūlantis susipažinti su savita regiono kultūra, paveldu, patrauklus savo renginiais ir pramogų įvairove.
- Šilutės rajonas – turistų traukos centras su išvystyta infrastruktūra ir siūlomais turizmo paslaugų paketais patrauklus vietos ir užsienio turistams.

Šilutės rajonas:

- **turistų traukos centras**, išvystyta infrastruktūra ir siūlomais turizmo paslaugų paketais patrauklus vietos ir užsienio turistams;
- **svetingas rajonas**, draugiškas turistui, skatinantis iniciatyvių bendruomenių idėjų įgyvendinimą;
- **bendradarbiaujantis rajonas**, valstybinių, verslo ir visuomeninių institucijų koordinuota veikla pritraukiantis nacionalines ir užsienio investicijas turizmo plėtrai, skatinantis turizmo paslaugų įmonių steigimą;

- ***kuriantis rajonas***, respublikiniais ir tarptautiniais kultūros bei sporto renginiais, puoselėjama tradiciniais amatais garsinantis savo kraštą.

Pagrindinis viso Šilutės rajono turizmo galimybių tikslas – išvystyti autentiškumo fragmentus, susijusius su žuvininkystės ir tautinio paveldo palaikymo skatinimu ir pritaikymu turistiniams poreikiams.

Norint įgyvendinti šį tikslą, būtina atsižvelgti į nustatytus pagrindinius paslaugų tiekėjus būtent šiose srityse: žuvininkystės, tautinio paveldo gamintojų srityje, amatininkų ir edukacinių užsiėmimų organizatorių veiklose, bei įvertinti galimą potencialą, norint puoselėti žuvininkystės tradicijas, verslą ir kultūrinį palaikymą.

Be to, esamos situacijos analizė parodė, kad pagrindiniai turizmo išteklių rajone yra: kultūros paveldo, gamtos objektai, ekskursijos, pramogos ir kt., kas susiję su žuvininkystės puoselėjimu ir tradicijų išsaugojimu. Todėl, atsižvelgiant į tai, siūloma regiono turizmo plėtrą vystyti šiomis kryptimis:

- gamtinis-pažintinis turizmas;
- kultūrinis-pažintinis turizmas;
- gastronomicinis turizmas.

Siekiant užtikrinti stabilius vietinių ir užsienio turistų srautus ir būti konkurencingu rajonu, reikėtų vystyti numatytas kryptis plėtojant turizmo infrastruktūrą ir paslaugas, skirtas:

- aktyviam savaitgalio poilsiui;
- patogiam turistų judėjimui rajone svarbiausiais keliais, kad būtų lengvas objektų pasiekiamumas;
- tautinio paveldo produktų reprezentavimui;
- rajono kultūros, kultūrinio paveldo, amatų reprezentavimui;
- gastronomicinio paveldo išteklių reprezentavimui ir panaudojimui aktyvaus poilsio reikmėms;
- trumpalaikėms atrakcijoms ir įspūdžiams bei nuotykiams (tradiciniai ir išskirtiniai renginiai, žūklė, žuvies rūkymas, kad turistai patys galėtų prie to prisiliesti – edukacijų puoselėjimas);

Kuriant konkurencingus turizmo produktus, siūloma didžiausią dėmesį skirti prioritetiniams viso regiono objektams, kurie atrinkti atsižvelgiant į atliktas apklausas.

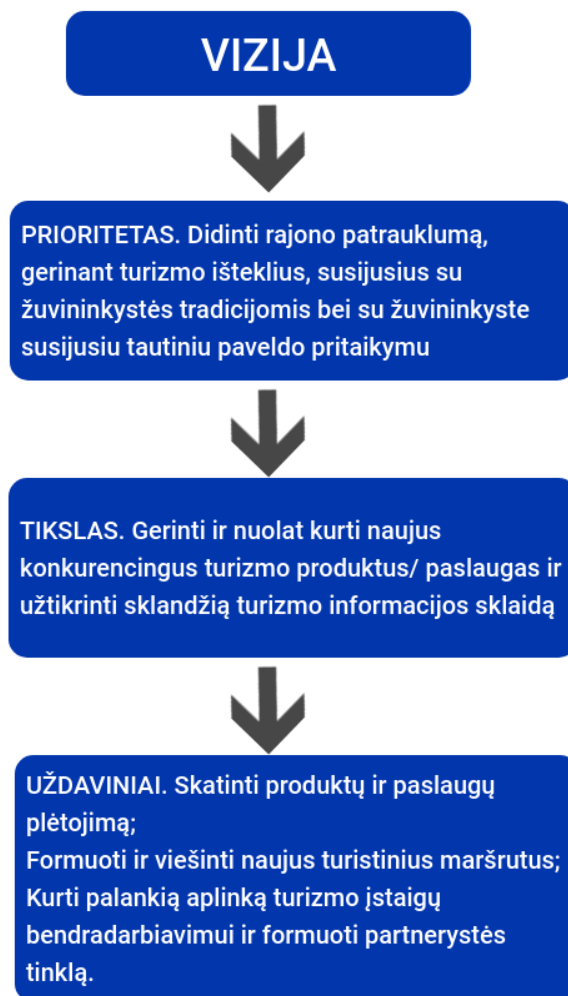
Tačiau konstatuotina, jog nepakanka išvardintus ar išskirtus turizmo objektus sutvarkyti ir pritaikyti turizmo poreikiams, nes patys savaime jie turizmo plėtros ir turistų srautų neužtikrina. Tam būtina sukurti ir vykdyti efektyvią, patrauklią, prieinamą ir išskirtinę rinkodaros/ viešinimo/

informavimo kampaniją. Be to, visi objektai turi būti sujungti į skirtingų tikslinių grupių poreikius atitinkančius turizmo maršrutus. Būtina pažymėti, kad rajono konkurencingumas gali būti užtikrintas tik esant bendrai rajono turizmo politikai.

Atsižvelgiant į visus aukščiau įvardintus aspektus, siekiant įgyvendinti numatytą viziją ir pasiekti užsibrėžtus tikslus, vizijos įgyvendinimui numatytas 1 esminis Šilutės rajono turizmo galimybių prioritetas:

***PRIORITETAS. Didinti rajono patrauklumą, gerinant turizmo išteklius, susijusius su žuvininkystės tradicijomis bei su žuvininkyste susijusiu tautiniu paveldo pritaikymu.***

Šiuo prioritetu yra siekiama gerinti viešąją turizmo infrastruktūrą, pritaikyti ją turizmo poreikiams bei sudaryti prielaidas privačios turizmo infrastruktūros plėtrai. Schemoje žemiau pateikiami siūlomos Šilutės rajono turizmo galimybių strategijos metmenys:



## 6.1. Pasiūlymai konkurencingiems turizmo produktams/ paslaugoms plėtoti

Siekiant į Šilutės rajoną pritraukti daugiau vietos ir užsienio turistų, kad jie turėtų galimybę keliaudami turiningai praleisti laisvalaikį, savaitgalius ir atostogas bei noriai pasinaudotų siūlomomis turizmo paslaugomis ir produktais, rajone turi būti deramai turizmo sektoriui pritaikyti gamtos ir kultūros paveldo išteklių, renginiai, patobulinta infrastruktūra. Svarbu sukurti turizmo produktų ir paslaugų paketą, atitinkantį rinkos poreikius bei perkamąją galią. Šilutės rajonas išsiskiria itin vertingais ir unikaliais gamtos ir kultūros, etninio paveldo išteklių, renginiais, kurie yra patrauklūs Lietuvos ir užsienio turistų rinkoms. Galima gamtinių ir kultūrinių, etninio paveldo, renginių išteklių panaudojimo kryptis yra naujų turizmo maršrutų formavimas. Šilutės rajono turimi turistiniai išteklių sudaro tinkamas sąlygas naujiems turistiniams maršrutams vystyti. Siūloma konkurencingų turizmo produktų ir paslaugų koncepcija siejama su:

- Esamų gamtos išteklių panaudojimu, formuojant naujus turistinius maršrutus, įtraukiant į juos tradicines, unikalias regiono šventes bei skatinant privačius asmenis bendradarbiauti dėl papildomų paslaugų teikimo turistams (žvejyba, žuvies rūkymas, pasiplaukiojimas laivu, originalios edukacinės programos, apgyvendinimas, maitinimas ir kt.).
- Kultūrinio, etninio paveldo palikimo pagrindu siūlyti naujus turizmo maršrutus, į kurios taip pat įtraukti tradicines, unikalias rajono šventes bei skatinant privačius asmenis bendradarbiauti dėl papildomų paslaugų teikimo turistams. Kultūrinio turizmo produktai gali būti labai įvairūs, o jų konkurencingumas turi būti stiprinamas investicijomis į objektų pritaikymą turistų lankymui ir turistų aptarnavimo geros kokybės standartams užtikrinti, taip pat visapusišku informatyvumu (rašytine informacija, nuorodų, ženklų, stendų ir kita sistema).

Kuriant konkurencingus turizmo produktus Šilutės rajone, didžiausią dėmesį siūloma skirti prioritetiniams viso rajono objektams ir juose organizuojamiems renginiams, kurie atrinkti atsižvelgiant į atliktas apklausas. Siūloma naudojantis objektų ir organizuojamų renginių dideliu potencialu parengti skirtingų tikslinių grupių poreikius atitinkančius turizmo maršrutus, įtraukiantne tik prioritetinius, bet ir kitus regiono reikšmingus objektus, kurie būtų patrauklūs vietos ir užsienio turistams. Į maršrutų paketą būtina įtraukti privatų sektorių, teikiantį papildomas paslaugas ir pramogas.

## 6.2. Žuvininkystės sektoriaus pritaikymas turizmui

Turizmas – tai viena pirmųjų minčių, kurios kyla galvojant apie žuvininkystės regionų vietos ekonomikos įvairinimą. Žuvininkystės regionai paprastai pasižymi gausiu gamtiniu bei kultūriniu aplinkos turtu (jūra, ežerai, miškai, uostai, žvejų kaimeliai) ir siūlo įvairių turistams patrauklių veiklų. Be abejo, svarbu ir tai, kad turizmas – tai didžiulis darbo vietų kūrimo potencialas. Darbo vietos šiame sektoriuje gali būti kuriamos ne tik tiesiogiai (pvz., viešbutyje), bet ir netiesiogiai (pvz., produktai, paslaugos, kurių reikia lankytojams). Apskaičiuota, kad viena darbo vieta apgyvendinimo srityje gali sukurti 3–4 darbo vietas pagalbinuose sektoriuose. Be to, turizmas yra nuolat auganti industrija.

Norėdamos užtikrinti, kad remiami projektai atneštų daugiau naudos vietos bendruomenei, žuvininkystės sektorius turėtų kruopščiai ištirti vietos išteklius. Daugelis žuvininkystės regionų jau dabar yra puikiai žinomos, turistų lankomos vietovės, tačiau tokios veiklos nauda ne visada pasiekia žuvininkystės bendruomenes. Kai kurie regionai gali būti atokūs arba tiesiog neįtraukti į turistinius maršrutus. Šiais atvejais gali padėti parengti konkretūs priemonių, projektų planai, skirti turizmo paslaugoms regione gerinti.

Nors nekyla abejonių, kad turizmas gali pasiūlyti nemažai naujų galimybių žuvininkystės regionams, vertindamos turizmo plėtros galimybes, būtina apsvarstyti šiuos aspektus:

- Turistai turi įvairių poreikių – išsimiegoti, pavalgyti, prasmingai praleisti laisvalaikį, pasinaudoti tinkama susisiekimo infrastruktūra. Izoliuoto projekto (pvz., tik viešbutis arba tik restoranas), kad ir koks geras jis būtų, sėkmė tikrai nelydės, jeigu nebus tenkinami kiti minėti poreikiai. Sėkmingi turizmo produktai – tai kruopščiai suformuoti prekių ir paslaugų paketai. Vadinasi, norėdama turistams pateikti įvairiapusišką pasiūlymą, žuvininkystės regiono vietos veiklos grupė į nuoseklios strategijos kūrimą turi įtraukti nemažai skirtingų vietos rinkos subjektų.
- Vietos bendruomenės dažnai pamiršta, kad vien tik gero pasiūlymo nepakanka – reikia turėti pasiūlymą, kuris būtų geresnis arba kitoks nei kitikainos, prieigos bei kokybės atžvilgiu. Turizmo sektoriuje visuomet vyrauja stipri konkurencija, žuvininkystės regionai nėra išimtis! Tai reiškia, kad būtina užtikrinti kokybiškus produktus ir išsiskirti iš kitų subjektų, siūlančių panašias paslaugas. Sąsajos su vietos produktais (maistu, amatais ir t. t.) – tai puikus būdas akcentuoti konkretų regioną ir pritraukti daugiau lankytojų.
- Turistams reikia kur kas daugiau nei gražus kraštovaizdis ir geras oras – jie neišvengiamai susiduria su vietiniais gyventojais, o šie privalo turėti reikiamų įgūdžių bei žinių (pažinti

regioną, būti malonūs, mokėti užsienio kalbas ir t. t.). Pavyzdžiui, jeigu žvejas nori gauti papildomų pajamų iš turizmo gido veiklos, jis privalo žinoti ir mokėti tam tikrus dalykus, kurių prireiks bendraujant su turistais.

- Informavimas ir reklama pasižymi itin didele svarba. Žuvininkystės regiono vietos veiklos grupės (padedamos specialistų) turi užtikrinti, kad reikiamą tikslinę auditoriją pasiektų tinkamas pranešimas. Turistai turi žinoti, ko tikėtis lankantis regione, pvz., restoranų kokybė ar apgyvendinimo standartas, įskaitant privačius ūkininkų ar žvejų namus, vietos paslaugas ir supančią aplinką. Čia puikiai padeda visuotinai pripažintų standartų taikymas.
- Turizmo pramonė tam tikrose Europos dalyse yra sezoninio pobūdžio, todėl svarbu bandyti pailginti sezoną (pvz., organizuojant festivalius ar kitus renginius, skatinant verslo žmonių ar mokinių vizitus ne sezono metu) ir suplanuoti investicijas, kad būtų įmanoma sumažinti priežiūros ar darbo sąnaudas ne sezono metu.
- Bandydami pritraukti žmonių, įvertinkite savo regiono galimybes, nes masinis turizmas gali pakenkti aplinkai ir atbaidyti pačius vertingiausius turistus. Nepamirškite, kad turizmo darnai užtikrinti būtinas vietos pritarimas ir aktyvus bendruomenės dalyvavimas.

### **6.3. Sritis, kuriose žuvininkystės sektoriaus atstovai gali plėtoti turizmą**

#### **6.3.1. Apgyvendinimas**

Tinkama vieta apsistoti – tai vienas svarbiausių aspektų, į kuriuos atsižvelgia turistai, rinkdamiesi kelionės vietą. Be to, viešbučiai, stovyklavietės ir nakvynės bei pusryčių paslaugas teikiantys taškai gali sukurti sąlygas kitoms žuvininkystės regionuose teikiamoms paslaugoms (maitinimui, pramogoms, kultūriniais renginiais). Spręsdama apie apgyvendinimo, kuris būtų naudingas teritorijai, tipą, žuvininkystės sektoriaus atstovai turi išnagrinėti regione esamus pasiūlymus bei vartojimą (t. y. užimtumą) ir nustatyti, kur įsteigtos papildomos arba patobulintos apgyvendinimo paslaugos padidintų regiono konkurencingumą. Svarbu nepamiršti vaidmens, kurį gali atlikti žvejai ir jų šeimos, teikdami tradicinio apgyvendinimo paslaugas, nes tai gali tapti veiksmingu regiono įvairinimo bei žuvininkystės paveldo panaudojimo būdu. Bet kokių atveju apgyvendinimo kokybė ir tipas turi atitikti regione siūlomas pramogas.



*11 pav. Sodyba „Pakalnė“*

**Sodyba „Pakalnė“**, kuri yra ant Pakalnės upės kranto Rusnės saloje, Šilutės rajone. Kaip ir dera senai žvejo sodybai: nuo namo iki upės – tik 30 metrų, upe tik du kilometrai iki Kuršių marių. Sodyba rekonstruota stengiantis kiek įmanoma išsaugoti šio krašto tradicijas, pritaikant ją šiuolaikinio žmogaus poreikiams. Pagrindinio namo stogas dengtas nendrėmis, jį puošia tradiciniai apvadai. Aplinkui – vaistažolių darželiai, aptverti tradicinėmis tvorelėmis. Sode auga tradiciniai vaismedžiai ir vaiskrūmiai. Sodybos šeimininkė Živilė Skirkevičienė turi gidės licenciją ir gali supažindinti su apylinkių istorinėmis, etnografinėmis vietomis. Sodyboje vyksta vaistažolių ir arbatų pažinimo seminarai. Svečiams panorėjus, patiekama tradicinės pamario žuvis. Jos savininkai Živilė ir Virgilijus Skirkevičius. Ši sodyba taip pat paskelbta geriausia 2020 m. etnokultūrine Mažosios Lietuvos sodyba.



*12 pav. Sodyba „Ėvė“*

**Sodyba „Ėvė“**, esanti Minijos kaime, Kintų seniūnijoje. Tai restauruotas 1900 m. statybos didysis pievininkų laukininkų namas (buvusi Minijos kaimo mokykla) su ūkiniais pastatais (staldu, skūnia, rūsiu). Visi pastatai atnaujinti remiantis profesionalių tradicinės architektūros specialistų rekomendacijomis, dekoruoti drožinėtais lėkiais, vėjalentėmis, karnyzinėmis lentomis, langų apvadais

ir langinėmis. Ši sodyba – išskirtinis Mažosios Lietuvos tradicinės architektūros pavyzdys. Šeimininkai saugo išlikusius sodybos baldus, buities rakandus, kaupia Mingės kaimo gyventojų dovanotus eksponatus, juos išradingai eksponuoja. Tad čia galima daug sužinoti ne tik apie Mažosios Lietuvos tradicinę architektūrą, bet ir apie žmonių gyvenimą, amatus, užsiėmimus.

Sodyboje galima paragauti tradicinių Mažosios Lietuvos kulinarinio paveldo patiekalų. Gaminami Karaliaučiaus kukuliai „Kionigsberger Klopse“, anuomet buvęs prašmatnus krašto patiekalas – mėsos kukuliai baltame padaže su kaparėliais. Sodybos šeimininkai svečius vaišina žuviene, rūkyta žuvimi, varške, tradicinėmis arbatomis, kava.

Etnokultūrinės kaimo turizmo sodybos konkurse 2019 m. sodybai „Ėvė“ buvo skirta nominacija už Mažosios Lietuvos tradicinės architektūros puoselėjimą, 2020 m. „Ėvei“ skirta nominacija už dėmesį Mažosios Lietuvos kultūriniam paveldui ir tradicijoms.

#### **REKOMENDACIJOS**

- *Žvejams ar žuvininkystės sektoriaus atstovams, kurie teikia ar planuoja teikti apgyvendinimo paslaugas, svarbu orientuotis į tikslines to krašto lankytojų grupes – suinteresuotus lėtojo turizmo turistus, kurie ieško natūralumo, autentiškumo, šeimos, ieškančias istorinio, tautinio paveldo.*
- *Svarbu megzti kontaktus ir ryšius su kitais apgyvendinimo paslaugų teikėjais, viešbučiais, nes naujos apgyvendinimo įstaigos gali daug ko išmokti iš patyrusių subjektų bei gauti papildomų klientų.*
- *Svarbu atlikti ir švietėjišką veiklą – papasakoti svečiams apiežvejybą, žvejybos būdus, tradicijas, krašto istoriją, todėl kompleksinės paslaugos, pvz., gido ar ekskursija po marias su žveju – būtų kūriama ypatinga pridėtinė vertė, kuomet turistai norėtų sugrįžti į svetingą kraštą.*

#### **6.3.2. Maistas**

Vietos bendruomenės dažnai pernelyg daug dėmesio skiria užtikrinimui, kad turistai pasilikty jų regione (t. y. nakvynės ir lankytinoms vietoms parūpinti), visai užmiršdamos, kad maistas taip pat gali būti viena pagrindinių traukos jėgų. Daugeliui turistų patinka maistas ir gėrimai, kuriuos galima susieti su savitu regiono pobūdžiu. Kartais jie nukeliauja didžiulius atstumus, kad paragautų vietinių patiekalų. Jeigu turistams bus siūloma kas nors itin įdomaus, tikėtina, kad šią žinią jie perduos ir savo



draugams, giminaičiams. Vadinasi, reklamuodami vietos kulinarijos paveldą, partneriai regionui gali atnešti papildomų pajamų.

Žinoma, kad žuvininkystės regionuose didžioji dalis projektų bus susijusi su vietoje gaudomomis žuvimis, kurias šviežias arba apdorotas galima parduoti tiesiai klientams. Žuvininkystės regionas taip pat galėtų ieškoti kitų maisto ir gėrimų tipų, didinančių bendrą patrauklumą lankytojams. Taigi šiuo atveju svarbu ne tik vietoje gaminamas maistas, bet ir glaudūs gamintojų bei vartotojų santykiai. „Vietos maisto sistema“ gali apimti tiek žuvų, tiek ne žuvų produkciją, platinamą tokiais kanalais kaip šie:

- Tiesioginis pardavimas (tiesiai iš laivo ar ūkio);
- Turgus po atviru dangumi, pvz., vietos gamintojų ar prekybininkų valdomas ūkininkų turgus;
- Reguliarūs renginiai, pvz., vietos maisto festivaliai;
- Vieno gamintojo ar gamintojų grupės teikiamos tiesioginio pristatymo paslaugos, kai vartotojai nuolat gauna vietoje pagaminto maisto kiekį;
- Specializuotos parduotuvės ir restoranai, siūlantys ypatingų vietos produktų (jie taip pat gali rinktis savitumą, pvz., ekologišką maistą);
- Tradicinis sertifikuotas maistas, pvz., krašte rūkytas sertifikuota žuvis, kuri paženklinta Tautinio paveldo sertifikato ženklą.

Svarbu užtikrinti, kad turistus ir potencialius lankytojus pasiektų reikiama informacija apie šviežių žuvų ir kitus produktus. Kokybiškus vietinius patiekalus siūlantys restoranai gali ženkliai prisidėti prie regiono patrauklumo didinimo. Be to, jie simbolizuoja puikią verslo galimybę – juk restorano atidarymas suteikia progą pridėti papildomos vertės žuviai bei kitiems vietos produktams ir padeda kurti darbo vietas bendruomenei.

Tokie restoranai gali pelnyti gerą reputaciją, nes jų siūloma žuvis yra ką tik sužvejota, nurodoma aiški sąsaja su vietos žvejais. Reikėtų skatinti restoranus siūlyti ir reklamuoti vietinius patiekalus, nes tinkama vietos virtuvės savybių komunikacijos strategija gali pagerinti ne tik įspūdį apie maistą, bet ir viso regiono įvaizdį.



*13 pav. Rūkytas Rusnės karšis*

### **6.3.3. Žvejybos (pesca) turizmas**

Galiausiai regionas turi pasiūlyti turistams „kokios nors veiklos ar lankytinų objektų“. Galimybių kūrimo metu žuvininkystės sektoriuje teks apvarstyti, kokie vietos ištekliai gali būti panaudoti kaip turistų pritraukimo priemonės, būtina įtraukti žvejus ir jų šeimos narius, atrasti talentus.

Viena akivaizdžiausių veiklų, kurias žuvininkystės regionai gali siūlyti turistams, yra žvejybos (pesca) turizmas. Kitaip tariant, turistai kviečiami paplaukioti profesionaliais žvejų laivais ir stebėti žvejų darbą, atrasti jų pasaulį. Kartais turistams leidžiama uoste ar netgi denyje paragauti ką tik pagautos žuvies. Žvejybos turizmas yra praktikuojamas keliose šalyse, įskaitant Italiją, Estiją ir Suomiją. Vienas pagrindinių iššūkių, susijusių su žvejybos turizmo veiklos įgyvendinimu ES valstybėse narėse – įstatymai. Be Italijos, kur teisės aktai numato žvejybos turizmo vykdymo sąlygas, ES yra nedaug įstatymų, kuriuose būtų konkrečiai kalbama apie turizmą profesionaliuose žvejybos laivuose. Tai, kad nėra tam tikrų teisės aktų, reiškia, jog minėtos veiklos yra vykdomos kaip komercinės, be to, joms galioja keleiviams pervežti taikomos sąlygos. Kartais jos numato nerealius žvejų laivams keliamus reikalavimus.

Tokiose šalyse kaip Ispanija griežti nacionaliniai įstatymai draudžia plukdyti turistus žvejų laivuose, vadinasi, minėta veikla nėra galima. Žvejai galėtų perdaryti savo valtis į tinkamas turistams, tačiau tokiu atveju jos nebebūtų registruojamos kaip žvejų laivai. Antras iššūkis – apmokestinimas. Tam tikrose šalyse profesionaliai žvejybai taikomas specifinis mokesčių režimas. Tai galioja Prancūzijoje, kur žuvininkystė atleista nuo tam tikrų mokesčių, įskaitant PVM. Vis dėlto nėra jokių nuostatų, kurios būtų taikomos veikloms, viršijančioms žuvininkystės ribas, o tai reiškia, kad norėdami praktikuoti žvejybos turizmą žvejai turėtų tvarkyti gretutinę apskaitos sistemą. Prancūzijoje

nagrinėjami pasiūlymai pašalinti šias kliūtis ir leisti žvejams turėti naudos iš panašių mokesčių lengvatų, kokiomis džiaugiasi žemės ūkio turizmu užsiimantys ūkininkai.

#### **REKOMENDACIJOS**

*Įgyvendinęs reguliacinius reikalavimus, žvejybos turizmas turi patenkinti turistų poreikius. Kokybiškas klientų aptarnavimas, rodant žvejybos techniką, tradicinės žvejybos būdus, įrankius, yra be galo svarbus aspektas, jeigu tokia veikla siekiama pritraukti klientų ir perduoti teigiamą tradicinės žvejybos įvaizdį bendrajai visuomenei. Tuo pačiu metu būtina išlaikyti pusiausvyrą tarp turistų poreikių tenkinimo ir autentiško veiklos pobūdžio.*

*Tokie žuvininkystės projektai kuria pridėtinę žvejybos turizmo vertę keturiose pagrindinėse kategorijose:*

- Ekonominėje – suteikia papildomų pajamų žvejams (tarp 30–70 %, atsižvelgiant į laivo dydį, žvejybos turizmo dienas);*
- Socialinėje – padidina sunkaus žvejų darbo žinomumą ir pripažinimą, informuoja apie pagaunamos žuvies kiekius ir rūšis. Tai padeda kurti bendruomenės palaikymą ir didina klientų sąmoningumą žuvies pasirinkimo atžvilgiu;*
- Kultūrinėje – kuria kapitalą ir reklamuoja paveldą bei tradicijas, kurias regione simbolizuoja žvejyba ir jos istorija;*
- Aplinkosaugos – mažina sugaunamų žuvų kiekis, o svarbiausia – palaiko žvejų pastangas išsaugoti žuvų išteklius.*

#### **6.3.4. Kita veikla bei pramogos**

Be žvejybos turizmo, yra begalė kitų, su tradicine žuvininkyste susijusių turizmo veiklų, kurias gali pasiūlyti žuvininkystės regionai. Tai tradiciniu paveldu paremtas žvejybos turizmas:

- Apsilankymas vietovėse, kuriose, pvz., žiemos metu „bumbinimo“ metodu gaudomos stintos;
- Ekskursijos, kurioje demonstruojami įvairūs žvejybos būdai: žvejyba tradiciniais tinklais, bučiukais, žvejyba venteriu, ūdomis, statomais tinklaičiais ir kt.;
- Rūkinami unguriai, karšiai ir kitos žuvis;
- Tradicinių žvejybos įrankių gamybos demonstravimas, pvz., bučiukų pynimas, gaudyklių gaminimas, tinklų mezgimas megztukėmis, ūdų, senųjų knegelių gaminimas, kurie skirti mazgų atrišimui ir žuvies išimimui iš tinklaičių ir kt.;

- Valties gamybos pamokos pagal autentiškus, išlikusius brėžinius;
- Interaktyvaus muziejaus įkūrimas, edukacijų rengimas, kur žvejai dalintųsi unikaliomis savo giminės, rašto istorijomis.

Matomas tikslas – išsaugoti tradicinę žvejybą, parodant, kad tai unikali krašto istorija, perduodama iš kartos į kartą, kuri turi būti puoselėjama ir nepamiršta. Įtraukiami turistai, visuomenė, skatinamas pažintinis turizmas, atsigręžiama į lėtojo turizmo principus. Tai požiūris į keliones, pabrėžiantis ryšį su vietiniais žmonėmis, kultūra, maistu, tradicijomis. Remiantis idėja, kad kelionė yra skirta augti ir mėgautis, kartu išlaikant vietos bendruomenių ir aplinkos tvarumą.



**14 pav. Žvejyba traukiamais tinklais**

Šaltinis: Iš Elisabeth Kluwe surinkto Juodkrantės gyventojų fotoarchyvo, eksponuojamo Liudviko Rėzos kultūros centre



**15 pav. Iš žvejo asmeninio archyvo**

Šaltinis: asmeninio archyvo nuotrauka

### 6.3.5. Turizmo produktų paketai: paveldo keliai

Tikėtina, kad galimybių strategija, kuria siekiama sukurti visapusiškų pasiūlymų, pritrauks daugiau turistų ir skatins juos pasilikti regione ilgiau nei tuo atveju, kai siūlomi pavieniai, nesusiję

turizmo produktai. Viena iš galimybių – „paveldo kelių“, paremtų vietos ištekliais ir įtraukiančių intensyvių vietinių žmonių dalyvavimą, kūrimas. Tokios galimybės sukurtų precedentą įvairioms vietos rinkoms subjektams dirbti drauge ir bendrai analizuoti vietos traukos taškus (gamtos turtą, kultūrinius ir istorinius paminklus, vietos maistą bei gėrimus ir t. t.), pasirinkti tinkamiausius iš jų ir kurti visapusišką turizmo paketą, kuris atneštų naudos regionui ir neperžengtų tvarumo ribų. Žuvininkystės regiono vietos veiklos grupė gali atlikti svarbų vaidmenį, sutelkdama vietos subjektus bendram darbui, remdama reklaminę ir rinkodaros veiklą.

Siekiant paversti paveldo tinklą turizmo operatorių pripažįstamu produktu, prireiks ženklių, kelerius metus trukusių reklamos pastangų, įskaitant specializuotų konsultacijų paslaugas. Todėl būtina prie aktyvių žygių, dviračių maršrutų ir kt. paslaugų, turistams pasiūlyti bei juos įtraukti į pagrindinius Šilutės krašto traukos taškus. Tokie maršrutai jungtų gamtos ir kultūrinio paveldo vietas, be to, kartu būtų siūlomos apgyvendinimo, informacijos, aptarnavimo ir kitos paslaugos. Patirtis rodi, jog išties būtų pritraukta naujų turistų bei kuriami papildomi krašto pajamų šaltiniai. Tradicinės žvejybos entuziastai savo veiklas sertifikuotųsi pagal **Tautinio paveldo produktų, tradicinių amatų neformaliojo mokymo programų sertifikavimo, tradicinių amatų meistrų atestavimo ir prašymų sertifikuoti tautinio paveldo produktus, tradicinių amatų neformaliojo mokymo programas ir atestuoti tradicinių amatų meistrus nagrinėjimo tvarkos aprašą.**

Remiantis Žuvininkystės įmonių asociacija „Lampetra“ duomenimis ir rengiant galimybių studiją, yra planuojama, jog tautinio paveldo produktus ir žvejybos būdus sertifikuosis šie 13 lentelėje pateikti fiziniai ir juridiniai asmenys.

**13 lentelė. Tautinio paveldo išsaugojimu suinteresuoti fiziniai ir juridiniai asmenys**

<b>Eil. Nr.</b>	<b>Fizinis/ Juridinis asmuo</b>	<b>Sertifikuojami tradiciniai gaminiai (rūkytos žuvis)</b>	<b>Sertifikuojami žvejybos būdai</b>
1.	V. Chlebavičiaus įmonė	Taip	Taip
2.	UAB „Venteris“	Taip	Taip
3.	UAB „Pelona“	Taip	Taip
4.	UAB „Marių kelmukas“	Taip	Taip
5.	Z. Lubio įmonė	Taip	Taip
6.	R. Lubys	Taip	Taip
7.	UAB „Pamarėnas“	Taip	Taip
8.	UAB „Astviras“	Taip	Taip

9.	UAB „SLP žuvis“	Taip	Taip
10.	UAB „Smiltalė“	Taip	Taip
11.	UAB „Riepa“	Taip	Taip
12.	UAB „Jūras vėjas“	Taip	Taip
13.	A. Bakevičiaus firma	Taip	Taip
14.	R. Radzvilavičiaus ind.veikla	Taip	Taip
15.	V. Dobravolskio įmonė	Taip	Taip
16.	UAB „Valdo žuvis“	Taip	Taip
17.	UAB „Preilos žvejys“	Taip	Taip
18.	UAB „Juodkrantės žvejys“	Taip	Taip
19.	Z. Kairio firma	Taip	Taip
20.	A. Kazlauskio įmonė	Taip	Taip
21.	UAB „Kintų rūkytos žuvys“	Taip	Taip
22.	UAB „Kurėnas“	Taip	Taip
23.	UAB „Pamario žuvis“	Taip	Taip
24.	UAB „Logusta“	Taip	Taip
25.	UAB „Ventžuvė“	Taip	Taip
26.	UAB „Tatamiškis“	Taip	Taip
27.	UAB „Nemuno žuvis“	Taip	Taip
28.	UAB „Marių ežia“	Taip	Taip
29.	UAB „Uostadvaris“	Taip	Taip
30.	UAB „Storasis ungurys“	Taip	Taip
31.	UAB „Preilis“	Taip	Taip
32.	UAB „Rusnaitės žuvis“	Taip	Taip
33.	UAB „Atmatos upė“	Taip	Taip
34.	J. Šato įmonė	Taip	Taip

Šaltinis: Žuvininkystės įmonių asociacija „Lampetra“ duomenys

Maždaug 34 krašto žuvininkystės paslaugų teikėjai įgis sertifikatus, liudijančius, jog jie kuria tautinio paveldo produktus bei užsiima tautinio paveldo amatu – žvejoja tradiciniais, senaisiais iš kartos į kartą perduodamais būdais, kurie iki šių dienų yra nepakitę. Tuo būdu bus ištikrinamas tautinio paveldo išsaugojimas, autentiškumas, kuris gali sudominti ir turistus, kurie pastaraisiais metais ypač atsigręžia į unikalias krašto tradicijas, ieško nepatirtų skonių ir tam kraštui būdingų veiklų.



Tos veiklos bus susijusios su tradicine žvejyba, jos produktų pateikimu, populiarinimu, susidomėjimo ir žinomumo skatinimu.

#### REKOMENDACIJOS

- *Pamario kraštas yra svarbi turizmo vietovė, turtinga gamtiniais ištekliais, kurie gali būti pritaikomi tautinio paveldo puoselėjimui ir populiarinimui.*
- *Regiono žvejai turi produktų, žvejybos procesų ir kultūros kaip tautinio paveldo potencialą, kuris gali būti panaudojamas turizmo pasiūlai stiprinti. Turistai vis dažniau ieško „naujos“ atostogų patirties, tačiau norint šiuos elementus derinti su standartinėmis turizmo paslaugomis, reikia pasiruošimo. Būtina atsižvelgti į tikslines auditorijas ir prisitaikyti prie jos lūkesčių. Be to, žuvininkystės produktai būtų pritaikyti kaip pasiūlymai prie regiono turto – tiek kaip sertifikuoti tautinio paveldo produktai, tiek kaip sertifikuoti tradiciniai žvejybos būdai. T.y., tautinio paveldo produktai bus pritaikyti, pvz., prie gausesnio žuvies patieklaų restoranų ar specifinių bendruomenės, turistų įgūdžių, pvz., stebėjimas, kaip gaudoma žuvis pagal sertifikuotus tautinio paveldo žvejybos būdus.*
- *Įvairinimo, galimybių projektai gali būti naudingi žuvininkystės sektoriui: žuvininkystės kaip tautinio paveldo turizmo veiklos pranašumas – akivaizdus, tačiau būtina išvengti suvaržymų, iškylančių žuvininkystės bendruomenei. Žvelgiant į turisto perspektyvą, būtina teikti kompleksines paslaugas, t.y., kad lankytojams būtų pateiktas tinkamas paslaugų derinys. Pvz., jeigu siūlomos tik apgyvendinimo arba tik maitinimo paslaugos, bus mažesnė tikimybė pritraukti lankytojų, nei siūlant bendrą paketą (pvz., paveldo tinklai, žvejyba tradiciniais būdais, žuvies rūkymo procesas ir pan.).*
- *Būtina užtikrinti ir vadinamąjį „tiekėjų koordinavimą“, t.y. įvairių projekto rėmėjų subūrimas ir mokymas, rinkos ir perspektyvų tyrimai, teisinių ir administracinių kliūčių įveikimas, kurio reikia turizmo produktų pagrindui paruošti, bei užtikrinimas, kad remiant tikslinę reklaminę veiklą, minėti produktai tinkamai funkcionuotų.*

#### 6.3.6. Kultūra

Svarstant galimybę įvairinti veiklas žuvininkystės regione, vietos partneriams gali kilti mintis pasinaudoti proga vystyti menus bei kultūrą. Per pastaruosius dešimtmečius daugybė pasaulio bendruomenių suprato, kad pasinėrimas į menus yra susijęs su naujų veiklų ir darbo vietų kūrimu, vietos tapatumo jausmo stiprinimu, o tai savo ruožtu skatina pasitikėti bendruomene ir jos ateitimi.

Yra daugybė tradicinių, su žuvininkystės sektoriumi susijusių menų ir amatų (rankdarbiai, muzika, tekstilė ir t. t.), todėl būtina ieškoti galimybių novatoriškos kultūrinės veiklos vystymui.

Į menus ir kultūrą orientuotos galimybės gali pritraukti lankytojų (menininkų, kritikų, žiniasklaidos atstovų ir turistų) bei vietos auditoriją, kurios negali kasdien dalyvauti kultūrinėje veikloje, dėmesį. Menų festivaliai ir darbo studijos, parodos bei muziejai siūlo vietos bendruomenei galimybę pasijausti menų kūrėjais ir vartotojais, nes jie gali atrasti ir nustatyti vietos išteklių, susijusių su kraštovaizdžiu, architektūra, papročiais, pasakojimais, folkloru, tradicijomis, vaizduote, praeitimi ir dabartimi, svarbą.

Nors yra daugybė sėkmingų privačių galerijų, muziejų ar netgi teatrų (paprastai didžiuosiuose miestuose, rečiau atokiuose regionuose, kuriuose mažiau gyventojų) pavyzdžių, itin svarbu prisiminti, kad įvairinimas, remiantis menais ir kultūra, kitaip nei turizmas, kurio varomoji jėga gali būti išimtinai verslo sektorius, reikalauja ženklaus viešojo ar NVO sektoriaus įsitraukimo. Vietos gyventojai, turintys žinių apie šiuolaikinio meno tendencijas ir palaikantys gerus ryšius su žiniasklaida, yra itin vertingas išteklius. Žuvininkystės regiono vietos veiklos grupė savo ruožtu gali atlikti naudingą vaidmenį, reklamuodama iniciatyvas platesnėje visuomenėje ir užtikrindama, kad iš tokių kultūrinių veiklų naudos turėtų visa bendruomenė, įskaitant žvejus ir jų šeimas.

#### **6.3.6.1. Muziejai ir parodos**

Vietos muziejai ir parodos dažnai simbolizuoja galimybę reklamuoti atitinkamo regiono istoriją, tradicijas, produkciją. Be to, parodų eksponatų rinkimas gali tapti unikalia proga įtraukti vietos žmones (paprastai jų dalyvauti istoriniuose projektuose), tokiu būdu stiprinant vietos pasididžiavimą ir skatinant kūrybingumą.

Tuo požiūriu yra galimybės sukurti, vadinamąjį, žmonių tinklą – sistemą, skirtą žuvininkystės regiono vystymosi gerinimui. Tokioje sistemoje galima būtų talpinti visą su žuvininkyste susijusią informaciją: žmones, organizacijas, objektus, konstrukcijas (pastatus, uostus, laivus), žvejybos įrankius, priemones, dokumentus, istorinius pasakojimus, renginius ir kt. Šioje veikloje dalyvautų vietos plėtros ir paveldo organizacijos, žmonės, dirbantys žuvininkystės srityje, universitetai, muziejai. Tokiu principu dirbant, būtų siekiama didinti žinias apie žuvininkystės kultūrą, skatinti vietos plėtros iniciatyvas. Be to, tuo pagrindu būtų organizuojami seminarai ir suteikiamos reikalingos priemonės, įskaitant praktines dirbtuves, nepamirštant išnaudoti ir internetinę erdvę (pavyzdžiui, čia galima kasdien stebėti medinės tradicinės valtys statybos darbus).



Nuolat veikiančiose parodose būtų galima pateikti informaciją apie vietos žvejų gyvenimą ir darbą, tuo būdu skatinant atsakingą žvejybą ir pagarbą aplinkai. Tautinio paveldo žvejai galėtų demonstruoti tiesiogiai auditorijai, kaip rūkinama žuvis pagal senuosius receptus, duotų žuvies paragauti žiūrovams. Žuvies gėrybių gaminimo studija tiesiogiai paliestų turistus, skatintų jų susidomėjimą. Be visa ko, muziejus ar turizmo informacijos centras ypatingai prisidėtų, reklamuojant, pritraukiant turistus, kad šie išmėgintų naujas atrakcijas, produktus.

Muziejai ir parodos taip pat gali turėti naudos iš galimybių, kurias siūlo naujos technologijos. Žuvininkystės sektoriaus atstovai turėtų būti iniciatyvūs – siekti novatoriškumo veiklos kūrimo metu. Pavyzdžiui, galima skaitmenizuoti vietos paveldo duomenis ir pateikti juos brūkšninių kodų, esančių šalia atitinkamų vietos išteklių, pavidalu. Visuomenės nariai gali nuskenuoti brūkšninius kodus telefonu ir tokiu būdu prieiti prie įvairios informacijos, įskaitant vaizdo įrašus apie kultūrinius ar gamtos išteklius. Taip bus pritraukiamos naujos turistų auditorijos, ypač jauni žmonės, o taip atrandamos naujos veiklos nišos, siūlančios daugiau naujų darbo vietų, nes būtų reikalingi analitikai duomenų rinkimui bei skaitmeninimui, IT sistemų prižiūrėtojai, vietos gidai ir pan.

### **6.3.7. Teminiai kaimai**

„Teminių kaimų“ koncepcija yra susijusi su ekonominiu kaimų nuosmukiu, pasireiškusiu dėl pasikeitimų žemės ūkio, žuvininkystės ir kituose pagrindiniuose versluose, taip pat – su augančiu susidomėjimu „potyrių ekonomika“ (t.y. idėja, kad žmonės ieško neįprastos patirties, nuotykių, kuriuose jie būtų ne tik stebėtojai, bet ir veikėjai). Teminiai miestai ar kaimai lankytojams siūlo unikalią šio tipo patirtį, sutelktą į pasirinktą temą.

Reikai lankytojams siūlyti įvairių žaidimų, pasakojimų, kuriuose turistai gali dalyvauti, lydimi ir padedami specialiai parengtų kaimo gyventojų. Kaimo išvaizda pamažu pritaikoma prie temos. Toks „teminimas“ yra puiki išeitis regionams, kuriuose pagrindiniai verslai (pavyzdžiui, žuvininkystė) patiria nuosmukį, tačiau jie yra gana patrauklūs turizmui plačiąja prasme plėtoti. Temos vystymas uždega kaimo gyventojus siekti naujo tikslo, nes temai vystyti reikia kūrybingumo, o jaunų ir pagyvenusių žmonių įsitraukimas gali sustiprinti bendruomenės integraciją. Dėl šių priežasčių tokiems kaimams būdinga spartesnė socialinė ir ekonominė plėtra, lyginant su panašiais kaimais.

Tokių priemonių orientacija yra į susitikimus su gyventojais, siekiant juos supažindinti su nauja koncepcija, taip pat reikia atlikti išsamius turimų išteklių bei temų pasirinkimo analizę, parengti teminio kaimo koncepciją, užmegzti bendradarbiavimo ryšius su išoriniais partneriais (pvz., su tema susijusiais universitetais ar asociacijomis), vietos valdžia, mokykla, bažnyčia ir kitais. Žmonės turi būti

apmokėti bei parengta techninė bei organizacinė infrastruktūra, įgyvendinta „produkto“ rinkodara, įvertintas klientų pasitenkinimas.

Galimas teminių kaimų produktų asortimentas gali būti:

- Žaidimai po atviru dangumi, susiję su žvejybos/ žuvininkystės veiklomis, tradicijomis, prietaisais;
- Švietėjiškos sveikos gyvensenos kursai;
- Lauko žaidimai, žvejybos įrankių, pvz., bučiukų gaminimas, tinklų mezgimas;
- Žvejų gyvenimo būdo ir tradicijų atskleidimas;
- Lauko ir vaizduotės žaidimai bei amatų mokymo programos.

#### **6.3.8. Festivaliai**

Kultūriniai renginiai ir festivaliai ne tik padeda kurti kūrybingą aplinką, bet leidžia užmegzti tikrą ryšį tarp kultūros ir vietos ekonominio vystymosi politikos. Festivalių tema gali sietis su vietos maisto produktais, tačiau žuvininkystės bendruomenės taip pat skatinamos pasinerti ir į kitas sritis, pvz., muziką ar menus. Dėmesio pritraukimas žuvininkystės regionui, pasitelkiant tarptautinės šlovės menininkus.

Galimybės organizuoti atvirų uostų (angl. Open Ports) festivalius, kuriuose dalyvautų visi regiono pakrantės uosteliai. Tokios iniciatyvos tikslas – atverti žvejybos uostus, įtraukti žuvininkystės sektorių į miestų gyvenimą, pabrėžti regiono žuvininkystės istoriją ir skatinti vietoje sugaunamos žuvies vartojimą.

Pavyzdžiui, Ankonos provincijoje (Italijos regione) vyksta „Menų ir žuvies festivalis“, kurio pagrindas – žuvininkystės sektoriaus ir šiuolaikinio meno bendradarbiavimas, didinantis uosto regiono patrauklumą. Festivalio metu žvejų uostas tampa skirtingų meninių pasirodymų scena: fotografijos parodos apie žvejų gyvenimą Ankonoje, įvairūs žvejų gyvenimo aspektus atskleidžiantys filmai po atviru dangumi, muzikiniai pasirodymai, vietos žuvies patiekalų degustacijos ir t.t.

Ieškant idėjų galima pasinerti į menininko ir žvejo pasaulį bei juos apjungti per menines išraiškas, instaliacijas:

- dekoruoti žvejų laivų, valčių korpusus tradiciniais piešiniais, nepamirštant išsaugoti vietovės autentiškumo;
- dekoruoti kitus uosto pastatus piešiniais žvejybos tematika.

## REKOMENDACIJOS

- *Žmogaus kūrybingumas – tai esminė sėkmingo vietos vystymosi sudedamoji dalis. Žuvininkystės regiono vietos veiklos grupės turėtų vienytis su kūrybingais bendruomenės nariais, ieškoti naujų tautinio paveldo produktų ir juos išsaugoti ateities kartoms;*
- *Kūrybinės veiklos plėtojimas įmanomas net ir mažuose miesteliuose bei atokiose kaimo vietovėse;*
- *Kūrybinės veiklos ir renginiai gali padėti pritraukti ir išlaikyti talentingus žmones, kurti galimybes jaunimui, kuris noriai įsitrauktų į tautinio paveldo žuvininkystės sektoriaus puoselėjimą, populiarinimą. Be to, naujų galimybių paieškos paskatintų naudotis naujomis technologijomis, kurios būtų pritaikytos novatoriškų veiklų įgyvendinimui;*
- *Menas ir kultūrinė veikla gali prasidėti kaip „renginiai“ (pvz., tradicijomis, paveldu kvepiantys pasirodymai, spektakliai), tačiau vėlėliau būtų įgyjamas ilgalaikis tvarumas (pvz., muziejai, reguliarūs, o ne vietiniai renginiai, nuolatinių sąsajų su pagrindiniais menų veikėjais kūrimas ir t.t.).*

# 1. PASIŪLYMŲ ĮGYVENDINIMO PRIEMONIŲ PLANAS

## PRIORITETAS.

SKATINTI ŠILUTĖS REGIONO TURIZMO IŠTEKLIUS, SUSIJUSIUS SU ŽUVININKYSTĖS TRADICIJOMIS BEI SU ŽUVININKYSTE SUSIJUSIU TAUTINIO PAVELDO PTITAIKYMO

*Tikslas 1. Efektyvinti regiono įstaigų bendradarbiavimą ir jų veiklą, gerinti regiono turizmo plėtros planavimą*

Nr.	Priemonės	Pasiekimo indikatorius	Atsakingas už įgyvendinimą	Planuojamas įgyvendinimo laikotarpis, metai
<b>1 Uždavinys. Kurti palankią aplinką turizmo įstaigų bendradarbiavimui ir formuoti partnerystės tinklą</b>				
1.	Parengti lanksčiai veikiančių partnerystės tinklų koncepciją, atsižvelgiant į Šilutės regiono, savivaldybių ir kitų įstaigų, įmonių ir organizacijų, suinteresuotumą žuvininkystės ir tautinio paveldo turizmo plėtros klausimais	Parengta koncepcija su partnerystės tinklo formavimo ir veiklos gairėmis	Žvejus vienijančios bendruomenės, savivaldybė, TIC	2021-2027
2.	Stiprinti turizmo sektoriaus atstovų bendradarbiavimo ryšius ir skatinti jų veiklos iniciatyvas	Įvykdyti 12 susitikimų ir 6 informaciniai renginiai	Žvejus vienijančios bendruomenės, savivaldybė, TIC	2021-2027
3.	Organizuoti susitikimus ir diskusijas su potencialiais turizmo investuotojais	Surengti 8 susitikimai ir diskusijos	Žvejus vienijančios bendruomenės, savivaldybė, TIC	2021-2027
4.	Plėtoti ryšius su Lietuvos turizmo informacijos centrais veikiančiais Didžiojoje Britanijoje, Ispanijoje, Italijoje, Lenkijoje, Prancūzijoje, Suomijoje ir Vokietijoje	Užmegzti ryšiai su Lietuvos turizmo informacijos centrais	Žvejus vienijančios bendruomenės, savivaldybė, TIC	2021-2027

<b>Nr.</b>	<b>Priemonės</b>	<b>Pasiekimo indikatoriai</b>	<b>Atsakingas už įgyvendinimą</b>	<b>Planuojamas įgyvendinimo laikotarpis, metai</b>
5.	Sukurti viešą elektroninę erdvę suinteresuotų turizmo įstaigų, įmonių, asmenų forumą	Sukurtas forumas	Žvejus vienijančios bendruomenės, savivaldybė, TIC	2021-2027
<b>2 Uždavinys. Plėtoti verslo informavimo ir konsultavimo sistemą, kelti verslininkų kompetenciją</b>				
6.	Konsultuoti žvejus, tautinio paveldo žvejus, SVV atstovus žuvininkystės turizmo plėtros klausimais	50 konsultuotų asmenų ir 30 įmonių kasmet	Žvejus vienijančios bendruomenės, savivaldybė, TIC	2021-2027
7.	Konsultuoti asmenis, ketinančius pradėti turizmo verslą žuvininkystės sektoriuje	10 konsultuotų asmenų	Žvejus vienijančios bendruomenės, savivaldybė, TIC	2021-2027
8.	Didinti informacijos žuvininkystės turizmo plėtros klausimais sklaidą	Leidžiami kasmet leidiniai, straipsniai	Žvejus vienijančios bendruomenės, savivaldybė, TIC	2021-2027
9.	Organizuoti „gerosios praktikos“ seminarus, į kuriuos pasikviesti sėkmingai dirbančių žuvininkystės turizmo įstaigų atstovus iš Lietuvos ir pasaulio	Suorganizuoti per metus 2 seminarai	Žvejus vienijančios bendruomenės, savivaldybė, TIC	2021-2027
10.	Sertifikuoti žuvininkystės sektoriaus atstovus	Tautinio paveldo sertifikatai suteikti 34 fiziniams. Juridiniams asmenims	Žvejus vienijančios bendruomenės	2021-2027

**Tikslas 2. Kurti konkurencingus produktus bei paslaugas**

<b>Nr.</b>	<b>Priemonės</b>	<b>Pasiekimo indikatoriai</b>	<b>Atsakingas už įgyvendinimą</b>	<b>Įgyvendinimo laikotarpis, metai</b>
<b>3 Uždavinys. Skatinti papildomų konkurencingų produktų ir paslaugų plėtojimą</b>				

<b>Nr.</b>	<b>Priemonės</b>	<b>Pasiekimo indikatoriai</b>	<b>Atsakingas už įgyvendinimą</b>	<b>Įgyvendinimo laikotarpis, metai</b>
11.	Sukurti turistinę kortelę	Sukurta turisto kortelė - bendras Šilutės regiono produktas	Žvejus vienijančios bendruomenės, savivaldybė, TIC	2021-2027
12.	Sudaryti ir platinti Šilutės regiono renginių kalendorinį grafiką	Sudarytas renginių metinis kalendorius	Žvejus vienijančios bendruomenės, savivaldybė, TIC	2021-2027
13.	Organizuoti regiono turizmo dienas	Suorganizuotos turizmo kasmetinės dienos	Žvejus vienijančios bendruomenės, savivaldybė, TIC	2021-2027
<b>4 Uždavinys. Formuoti ir viešinti naujus turistinius maršrutus, susijusius su žuvininkyste ir tautiniu paveldu</b>				
14.	Etnokultūrinės sodybos, pvz., Rusnės saloje, Minijos kaime, atkūrimas ir pritaikymas visuomenės edukacijai ir poreikiams	Atkurta 1 sodyba	Žvejus vienijančios bendruomenės, savivaldybė, TIC	2021-2027
15.	Gastrominio turizmo žemėlapio sukūrimas, kuris apimtų regiono žuvininkystės tautinio paveldo produktus	Sukurta 1 žemėlapis, skirtas apjungti gastrominio turizmo išteklius	Žvejus vienijančios bendruomenės, savivaldybė, TIC	2021-2027
16.	Įkurti žuvies pardavimo vietas/ punktus uoste tiesiai iš pačio laivo, uosto prieigose	Įkurtos 2 tiesioginės žuvies pardavimo vietos iš uosto/ laivo (Kintuose ir Ventėje)	Žvejus vienijančios bendruomenės, savivaldybė, TIC	2021-2027
17.	Sekmadieninio žvejų turgelio įkūrimas ir jo viešinimas	Šilutėje įkurtas sekmadieninis žvejų produkcijos turgelis	Žvejus vienijančios bendruomenės, savivaldybė, TIC	2021-2027
18.	Įgyvendinti vasaros sezonu vietos žvejų maisto festivalius	Per vasaros sezoną suorganizuoti 6 vietinio maisto festivalius (kas antrą savaitgalį)	Žvejus vienijančios bendruomenės, savivaldybė, TIC	2021-2027
19.	Įkurti žvejybos (pesca) turizmo maršrutai	Įkurti 6 žvejybos turizmo maršrutai (Minijoje, Skirvytėje, Atmatoje, Nemune (ties Rusne), Aukštumalėje)	Žvejus vienijančios bendruomenės, savivaldybė, TIC	2021-2027

<b>Nr.</b>	<b>Priemonės</b>	<b>Pasiekimo indikatoriai</b>	<b>Atsakingas už įgyvendinimą</b>	<b>Įgyvendinimo laikotarpis, metai</b>
20.	Turistinė stintų žvejyba žiemos sezonu „bumbinimo“ būdu	Įkurti 3 maršrutai turistiniams stintų gaudymui Rusnėje, Šilutėje ir Kintuose	Žvejus vienijančios bendruomenės, savivaldybė, TIC	2021-2027
21.	Tradicinių, tautinio paveldo žvejybos būdų edukacijos turistams (žvejyba tradiciniais tinklais, bučiukais, venteriu, ūdomis, statomais tinklaičiais)	Įveiklinti 3 sertifikuoti tautinio paveldo žvejai. Mokoma žvejoti 5 tradiciniais žvejybos būdais	Žvejus vienijančios bendruomenės, savivaldybė, TIC	2021-2027
22.	Turisto pasigautos žuvies apdirbimas iki gatavo produkto (turisto edukacija, kai pats žuvį pasigauna, ją apdoroja ir išsirūkina)	Įveiklinti 3 sertifikuoti tautinio paveldo žvejai, siūlantys šias žuvies rūkymo edukacijas	Žvejus vienijančios bendruomenės, savivaldybė, TIC	2021-2027
23.	Įkurti dirbtuvėles tradicinių žvejybos įrankių gamybai (bučiukų pynimas, gaudyklių gaminimas, tinklų mezgimas megztukėmis, ūdų, senųjų knegelių gaminimas)	Įveiklinti 3 sertifikuoti tautinio paveldo žvejai. Mokoma gaminti 5 tradicinius žvejo įrankius	Žvejus vienijančios bendruomenės, savivaldybė, TIC	2021-2027
24.	Įkurti tradicinės valtės gamybos dirtuves	Įkurtos 1 dirbtuvės Šilutėje	Žvejus vienijančios bendruomenės, savivaldybė, TIC	2021-2027
25.	Žvejų gyvenimo istorijų pritaikymas edukacijos poreikiams	Įveiklinti 3 žvejai, kurie dalinasi savo tradicinės žvejybos istorijomis	Žvejus vienijančios bendruomenės, savivaldybė, TIC	2021-2027
26.	Įkurti teminį kaimą	Įkurtas 1 teminis kaimas Šilutėje	Žvejus vienijančios bendruomenės, savivaldybė, TIC	2021-2027
27.	Suorganizuoti „Menų ir žuvies festivalį“	1 kartas per sezoną	Žvejus vienijančios bendruomenės, savivaldybė, TIC	2021-2027
28.	Amatų turas po amatininkų/ žvejų dirbtuves, rūkyklas ir pan.	2 ekskursijų maršrutai po skirtingų vietovių žvejų dirbtuves	Žvejus vienijančios bendruomenės, savivaldybė, TIC	2021-2027

## 8. PASIŪLYMAI TURIZMO RINKODAROS PRIEMONĖMS IR VEIKLAI PLĖTOTI

Siekiant padidinti vietinių ir užsienio turistų srautą, vienas svarbiausių uždavinių yra tikslingos, savalaikės ir efektyvios turizmo rinkodaros strategijos formavimas ir vykdymas. Turizmo informacija yra viena reikšmingiausių turizmo struktūros dalių. Nuo jos veiksmingumo ir sklandaus funkcionavimo itin priklauso regiono žinomumas, patrauklumas ir lankomumas.

Kaip buvo nustatyta aplinkos analizės rengimo metu, Šilutės rajone skiriamas nepakankamas dėmesys rinkodaros ir viešųjų ryšių kampanijų vykdymui ir plėtrai. Taip pat apklausa parodė, jog trūksta informacijos apie lankytinus objektus, maršrutus, apgyvendinimo ir maitinimo galimybes.

Pagrindinės turizmo rinkodaros priemonės turi būti orientuotos į sukurtų konkurencingų turizmo produktų ir paslaugų pristatymą ir reklamavimą, informacijos sklaidą įvairiais kanalais, orientuojantis į tikslinių grupių pasiekiamumą.

Pagrindinės turizmo informacinės infrastruktūros plėtros priemonės turėtų būti turizmo informacijos ženklavimo sistemos įdiegimas bei turizmo informacijos centrų ir jų padalinių įkūrimas.

Formuojant Šilutės rajono žuvininkystės ir tautinio paveldo turizmo rinkodaros politiką, reikia įvertinti tai, kad turizmo rinkodara yra nepertraukiamas procesas, kurio metu tiriami vartotojų poreikiai ir turizmo objektų lankomumo su paslaugų teikimu suderinamumas. Rinkodaros procesą galima įvardinti kaip tikslą, kuris yra nukreiptas į turistus, jų poreikių tenkinimą, sistemos veiksmų valdymą ir informacijos pasiekiamumą.

Siekiant didinti Šilutės rajono patrauklumą turizmo rinkose, formuoti teigiamą rajono įvaizdį, turi būti vykdoma vientisa rinkodaros veikla. Išskiriamos pagrindinės Šilutės rajonui taikytinos rinkodaros priemonės, prisidedančios prie teigiamo turistinio regiono įvaizdžio formavimo. Šilutės rajonui siekiant efektyviai įgyvendinti rinkodaros planus, svarbu palaikyti jų uždavinių ir priemonių tarpusavio sąveiką, norimiems rezultatams pasiekti. 12 lentelėje pateikiami Šilutės rajono turizmo produktų rinkodaros skatinimo priemonių pasiūlymai.



14 lentelė. Šilutės rajono turizmo rinkodaros pasiūlymai, susiję su žuvininkystės ir tautinio paveldo puoselėjimu ir turistų pritraukimu šiose srityse

Sritis	Pasiūlymai	Įtaka turizmo galimybės
<b>Specializuotos turizmo parodos</b>	Šilutės rajono turizmo produktų potencialą pristatyti kasmetinėse tarptautinėse turizmo parodose (Vivattour (Vilniuje), Balttour (Rygoje), MITT (Maskvoje), Jantour (Kaliningrade), Matka (Helsinkyje), ITB (Berlyne)	Dalyvavimas tarptautinėse parodose suteikia progą reklamuoti rajoną ir galimybes jame keliauti bei ilsėtis. Tai vienas iš būdų pasiekti kelionių ir ekskursijų organizatorius bei įtikinti juos įtraukti Šilutės rajoną į jų organizuojamų kelionių maršrutus. Taip pat dalyvavimas tokiose parodose suteikia didesnes galimybes užmegzti ryšius su užsienio partneriais ir planuoti bendras veiklas. Turizmo parodų metu galima susipažinti su kitų šalių vykdomomis rinkodaros priemonėmis ir naudojamais šalių/ regionų pozicionavimo būdais. Parodų metu taip pat siūloma vykdyti, kelionių organizatorių, potencialių turistų bei kitų turizmo informacijos vartotojų ir suinteresuotų asmenų apklausas apie Šilutės rajono krašto žinomumą ir įvaizdį, turizmo paslaugų poreikį.
<b>Institucijų bendradarbiavimas</b>	Žuvininkystės, tradicinių amatų sričių specialistams siūloma bendradarbiauti su: kitų apskričių TIC; savivaldybių administracijomis; užsienio šalių turizmo informacijos centrais; turizmo agentūromis; kelionių organizatoriais; verslo atstovai; Lietuvos ambasadomis, esančiomis užsienyje	Bendradarbiavimo su minėtomis įstaigomis plėtra sudarys palankesnes sąlygas keistis informacija tarpusavyje, padidins jos sklaidos galimybes, pasiekiamumą turistams ir kelionių organizatoriams. Skatinant tiesioginį darbą su kelionių agentūromis, organizatoriais, apgyvendinimo ir maitinimo įstaigomis tiek užsienyje, tiek Lietuvoje, sudaromos prielaidos efektyvesniam veiklos vykdymui ir konkurencingesnių produktų bei paslaugų kūrimui. Turizmo institucijų ir verslo atstovų bendradarbiavimas sudarys sąlygas aiškiau identifikuoti strategines turizmo vystymosi kryptis ir taikyti efektyviausias rinkodaros priemones.
<b>Monitoringas</b>	Atlikti Šilutės rajono turistų apsilankymo krašte tyrimus (apklausa žodžiu, tiesioginiu interviu, anketavimu, atsiliepimų –pageidavimų, skundų, svečių knyga, bei atsiliepimais, forumu internete, turistų rekomendacijomis, pakartotiniais užsakymais, apsilankymais, gido atsiliepimais), bei muziejų, parodų lankytojų monitoringą	Tyrimo rezultatai prisidės prie patrauklaus turistinio Šilutės rajono įvaizdžio formavimo bei padės identifikuoti ir pagal turistų poreikius adaptuoti turizmo produktus ir paslaugas.
<b>Elektroninė rinkodara</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pristatyti rajono turizmo potencialą Lietuvos turizmo portale travel.lt bei kituose turistų lankomuose tinklalapiuose, kaip lastminute.com, lonelyplanet.com, tripadvisor.com;</li> </ul>	Elektroninė rinkodara skatina turizmo produktų vartojimą; padeda užmegzti ilgalaikius ryšius su vartotojais; didina tikimybę, kad lankytojas pasinaudos siūlomomis turizmo paslaugomis; objektų/ maršrutų pristatymas ir išsami, lengvai prieinama informacija sudarys prielaidas užsibūti rajone

Sritis	Pasiūlymai	Įtaka turizmo galimybės
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Labiau išnaudoti socialinius tinklapius (pvz.: Facebook, Twitter, Instagram);</li> <li>• Nacionalinėje turizmo informacijos sistemoje pateikti informaciją apie turizmą ir amatus etnografiniuose kaimuose;</li> <li>• plėtoti turizmo reklamą elektroniniu paštu ir naujienų prenumeravimo galimybę elektroniniu paštu;</li> <li>• Šilutės rajono savivaldybės internetiniuose puslapiuose patalpinti rajono turizmo traukos objektų reklaminius skydelius (angl. banner);</li> <li>• Integruoti galimybę paklausti muzikos, artimiau susipažinti su krašto kultūra, papročiais, tradicijomis;</li> <li>• Pateikti vaizdingus regiono turizmo maršrutų aprašymus su nuotraukomis, maršrutų schemomis, maršruto trukme bei paslaugomis;</li> <li>• Visą informaciją, esančią virtualioje erdvėje, pateikti įvairiomis užsienio kalbomis.</li> </ul>	
<b>Spausdinti leidiniai</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Išleisti bendrą Šilutės rajono turizmo galimybių leidinį, kuriame aprašomas kraštas, lankytinos vietos, pabrėžiamas krašto išskirtinumas, pramogų galimybės, platinamą vietos, regiono, nacionaliniu ar net Pabaltijo šalių mastu;</li> <li>• Leisti specializuotus turistinius leidinius išskirtinai orientuotus į regiono atskirus lankytinų vietų maršrutus bei turizmo rūšis;</li> </ul>	<p>Šių leidinių tikslas informuoti apie galimas laiko praleidimo formas ir skatinti turistus apsilankyti rajone. Šiuose leidiniuose pateikiamos galimų turizmo maršrutų schemas, maršrutų trukmė, lankytinų vietų nuotraukos ir aprašymai. Leidinyje aprašomi turizmo paslaugų tiekėjai. Išleistuose leidiniuose orientuojantis ne į atskirų objektų, tačiau į maršrutų pristatymą, kartu įtraukiant ir informaciją apie maitinimosi, nakvynės ar pramogų galimybes. Tokie leidiniai galėtų būti platinami ir elektroninėje terpėje. Platinti leidinius siuvenyrų parodose, žūklės reikmenų parodose.</p>
<b>Ryšiai su visuomene žiniasklaida</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aktyviau kviesti vietos ir užsienio žiniasklaidą ir pristatyti Šilutės rajono išskirtinius turizmo produktų akcentus;</li> <li>• Komunikuoti su žiniasklaida informuojant ją apie rajono turizmo galimybes;</li> </ul>	<p>Tikslingas ryšių su visuomene palaikymas ir populiarinimas kuria ir skleidžia teigiamą Šilutės rajono turizmo įvaizdį, informuoja turizmo sektoriaus vartotojus apie Šilutės rajono turizmo veiklą, jos produktus ir paslaugas</p>

Sritis	Pasiūlymai	Įtaka turizmo galimybės
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pristatyti Šilutės rajono turizmo galimybes nacionalinėje televizijoje, specializuotose turizmo laidose;</li> <li>• Rajono turizmo populiarinimo kampanijos, organizuojant konferencijas, seminarus, paminėjimus, šventes.</li> </ul>	
<b>Reklama</b>	<p>Reklaminiai Šilutės rajono turistiniai standai artimiausiuose tarptautiniuose oro uostose, pvz. tokiuose kaip Vilniaus, Kauno, Rygos, Varšuvos. Turizmo informacija gali būti pateikta ir labiausiai lankomuose Latvijos, Estijos, Lenkijos miestų senamiesčiuose; Reklama ant viešojo transporto.</p>	<p>Šio pasiūlymo įgyvendinimas prisidėtų prie rajono pozicionavimo artimiausiose užsienio šalyse bei regiono įvaizdžio formavimo</p>
<b>Asmeninis pardavimas</b>	<p>Didinti turizmo sektoriaus ir su turizmu susijusių įmonių bei įstaigų darbuotojų kompetenciją ir gebėjimus rengiant darbuotojų apmokymų programas bei organizuojant mokymus.</p>	<p>Aptarnavimo kokybė yra reikšmingas veiksnys formuojant patrauklaus keliauti regiono įvaizdį – būtina, kad turistas, apsilankęs rajone, „parsivežtų“ teigiamus įspūdžius bei patirtį. Tai itin svarbu, siekiant užtikrinti pozityvios ir patrauklios informacijos „iš lūpų į lūpas“ keliavimui (dalis žmonių keliauja į tam tikras vietas išgirdę teigiamus savo giminaičių, draugų, pažįstamų atsiliepimus), palankiems atsiliepimams visuomenės informavimo priemonėse bei interneto terpėje, įvairiuose forumuose ir specializuotose interneto svetainėse, kur vartotojai išreiškia savo nuomonę</p>
<b>Pardavimų skatinimas</b>	<p>Įvesti į rinką naują produktą – turisto kortelę, kuri suteikia papildomų nuolaidų ar galimybę nemokamai naudotis įvairiomis turistui reikalingomis paslaugomis Šilutės rajone (nuolaidos maitinimui, apgyvendinimui, bilietams į lankytinus objektus, transportui ir pan.).</p>	<p>Įgyvendinus šį pasiūlymą, lankytojai būtų skatinami aplankyti daugiau turistinių objektų bei įsigyti daugiau jiems reikalingų prekių ir paslaugų. Papildomai gali būti sukurta taškų sistema, pvz. surinkęs atitinkamą jų kiekį, turistas gali būti apdovanotas turistiniu informaciniu leidiniu ar turistine papildoma, nemokama paslauga. Taip būtų sukurtos prielaidos turistui viešnagės trukmės ilginimui bei skatinamas pakartotinis Šilutės rajono lankymas.</p>

— . . . — . . .  
— . . . — . . .

Aktyvus interaktyviųjų technologijų naudojimas (internetas, socialiniai tinklai) yra efektyvus Šilutės rajono turizmo informacijos sklaidos ir įvaizdžio formavimo įrankis ir turistų poreikius atitinkančių turizmo produktų paieškos kanalas. Pabrėžtina, kad globalizacijos veiksmų įtakojama rinkodara virtualioje erdvėje vis labiau reikalauja būti tobulinama ir daroma skirtingai nuo kitų, inovatyvesne, išsiskiriančia.

Svarbu informaciją pateikti skirtingomis rinkodaros priemonėmis kuo įvairesnėmis užsienio kalbomis, kas padėtų informuoti ir supažindinti potencialius lankytojus su Šilutės rajono turizmo produktais.

Šilutės rajono turizmui būtina vizitinė kortelė – prekės ženklas, padedantis identifikuoti krašto turizmo produktus, tačiau akcentuotina, kad jis, pateikiamas įvairiomis komunikacijos priemonėmis, turi būti emocijas, prisiminimus keliantis veiksnys. Svarbu pažymėti Šilutės rajono išskirtinumą užsienyje, pozicionuoti unikalius, išskirtinius turizmo produktus, etnines, kultūrinės rajono vertybes, papročius, bei kraštovaizdžio išskirtinumą. Suderintų rinkodaros priemonių visuma prisideda prie konkurencingo Šilutės rajono turistinio potencialo įvaizdžio formavimo.

Išvardinti pasiūlymai prisidės prie uždavinio – skatinti atvykstantąjį ir vietos turizmą, tam tinkamai naudoti gamtos išteklius, kultūros paveldą ir sukurti palankesnes aktyvaus poilsio sąlygas –įgyvendinimo. Pagrindinis priemonių tikslas – skatinti turizmo rinkodarą ir vykdyti informacijos apie turizmo galimybes Lietuvoje ir Šilutės rajone sklaidą.

---