

KĖDAINIŲ RAJONO TURIZMO STRATEGIJA 2025 – 2035

Remiantis: **KĖDAINIŲ RAJONO 2025–2035 M. TURIZMO PLĖTROS STRATEGIJOS PARENGIMO
PASLAUGŲ PIRKIMO SUTARTIMI**

2023 m. birželio 16 d. Nr. 2023/06/16

rengta: 2023 06 16 – 2024 03 16

rengė UAB „Travel Deli“, Dr. Vilija Malinauskaitė

Turinys

IVADAS	3
1. LIETUVOS RESPUBLIKOS, KĖDAINIŲ RAJONO STRATEGINIŲ PLANAVIMO DOKUMENTŲ APŽVALGA IR PASAULIO TENDENCIJŲ ANALIZĖ	4
1.1. LIETUVOS PAŽANGOS STRATEGIJA – LIETUVA 2030	4
1.2. 2021 - 2030 METŲ NACIONALINĖS PAŽANGOS PLANAS.....	6
1.3. NACIONALINĖS REGIONINĖS PLĖTROS POLITIKOS PRIORITETAI IKI 2030 METŲ.....	7
1.4. TURIZMO SEKTORIAUS UŽDAVINIAI	7
1.5. KĖDAINIŲ RAJONO STRATEGINIS PLĖTROS PLANAS IKI 2030 M.	8
APIBENDRINIMAS	8
1.6. PASAULIO TURIZMO TENDENCIJŲ ANALIZĖ IR REKOMENDACIJOS	9
APIBENDRINIMAS	12
2. TURIZMO APLINKOS TYRIMAS	13
2.1. APGYVENDINIMO INFRASTRUKTŪRA	13
2.2. KĖDAINIŲ RAJONO TURIZMO PRODUKTAI	14
2.3. GAMTINĖ APLINKA: KĖDAINIŲ RAJONO REKREACINIAI IŠTEKLIAI	18
2.4. SUSISIEKIMO INFRASTRUKTŪRA	19
2.5. KULTŪRINĖ APLINKA.....	19
2.6. SOCIALINĖ APLINKA: ŽMOGIŠKIEJI IŠTEKLIAI IR VERSLO APLINKA	20
2.7. KĖDAINIŲ RAJONO Palyginimas su kitais Lietuvos rajonais. SSGG analizė	24
APIBENDRINIMAS	26
3. EMPIRINIAI TYRIMAI	27
3.1. TURIZMO SEKTORIAUS PROFESIONALŲ NUOMONIŲ TYRIMAS	27
3.2. DARBO GRUPĖS NUOMONIŲ TYRIMAS.....	28
3.3. VIETOS SAVIVALDOS ATSTOVŲ FOKUS GRUPĖS TYRIMAS	30
3.4. VISUOMENĖS NUOMONIŲ TYRIMAS.....	31
3.5. NUSTATYTOS KĖDAINIŲ RAJONO TURIZMO SEKTORIAUS PROBLEMOS.....	34
4. KĖDAINIŲ RAJONO TURIZMO PLĖTROS VIZIJA: PRIORITETAI, TIKSLAI, UŽDAVINIAI	35
4.1. KĖDAINIŲ RAJONO DARNIOS TURIZMO PLĖTROS STRATEGINIAI PRIORITETAI 2025 - 2035	37
4.2. KĖDAINIŲ RAJONO TURIZMO STRATEGIJOS ATITIKTIS NACIONALINIAM PAŽANGOS PLANUI – 7 IŠ 10 TIKSLŲ	40
5. KĖDAINIŲ RAJONO 2025 – 2035 METŲ TURIZMO PLĖTROS STRATEGIJOJE NUMATYTŲ PRIORITETŲ ĮGYVENDINIMO PRIEMONIŲ PLANAS	41
5.1. SIŪLOMŲ PRIEMONIŲ APRAŠYMAS	41
5.2. PRIEMONIŲ ĮGYVENDINIMO PLANAS	54
5.3. KĖDAINIŲ RAJONO TURIZMO PLĖTROS STRATEGIJOS ĮGYVENDINIMO PRIEŽIŪROS SISTEMA	59
6. KĖDAINIŲ RAJONO TURIZMO STRATEGIJOS 2025 – 2035 METAMS BAIGIAMOSIOS NUOSTATOS IR REKOMENDACIJOS	63
6.1. REKOMENDACIJOS DĖL PAPILDOMŲ DARBO VIETŲ	63
6.2. REKOMENDACIJOS DĖL TURIZMO RINKODAROS IR KOMUNIKACIJOS PLANO PARENGIMO.....	63
6.3. BAIGIAMOSIOS NUOSTATOS.....	64

Įvadas

Kėdainių rajono turizmo strategija yra parengta dešimties metų periodui ir apibrėžia sektoriaus plėtros gaires 2025 – 2035 metais.

Rengiant Kėdainių rajono turizmo strategiją buvo atliekami visuomenės ir tikslinių grupių nuomonių tyrimai, rajono turizmo išteklių analizė, lyginami turimi resursai su kitais panašiais rajonais, nustatytos rajono stiprybės ir spręstinos problemos.

Strategijos tikslas įvardinti Kėdainių rajono turizmo plėtros prioritetus, išskirti svarbiausias sritis, į kurias būtų tikslinga investuoti ir pateikti rinkodaros gaires.

Rengiant strategiją, remiantis pasauline praktika ir pripažintomis panašių strategijų rengimo metodikomis, buvo klasifikuoti turimi turizmo išteklių, pateikiamas ir pagrindžiamas būsimų objektų poreikis bei numatomi veiksmai, kurie padėtų pritraukti daugiau turistų, didintų rajono žinomumą ir sektoriaus indėlį į rajono BVP.

Ekonominė nauda yra labai svarbus kriterijus, vertinant turizmą kaip ūkio sektorių, tačiau ne mažiau svarbu ir tai, kad turizmas prisideda prie socialinės gerovės augimo – rūpinantis esamais ir kuriant naujus turizmo objektus yra gerinama infrastruktūra, kuria nuolat naudojasi ne tik turistai, bet ir vietos gyventojai. Todėl turizmo sektoriaus plėtra yra daugelio pasaulio regionų prioritetas, o kryptingas turizmo strategijos įgyvendinimas tiesiogiai veikia regiono ekonomiką, visuomenę ir aplinką:

Ekonomikos augimas. Planingai plėtojamasis turizmas gali prisidėti prie rajono ekonomikos augimo, privataus verslo plėtros, augančių pajamų iš turistų išlaidų, kuriamų darbo vietų, ir pajamų ne tik tiesiogiai turizmo, bet ir su juo susijusiuose sektoriuose, tokiuose kaip restoranų paslaugos, prekyba, transportas ir kt.

Infrastruktūros plėtra. Kryptinga infrastruktūros plėtra, siekiant patenkinti turistų poreikius, apima geriau išvystytus transporto tinklus, viešbučių ir maitinimo įstaigų įrengimą, kultūrinių ir pramoginių paslaugų plėtrą. Remiantis daugelio šalių patirtimi ir regionų žinomumo didinimo teorija, pirmiau nei verslo investicijos, turi ateiti viešosios investicijos sukuriant bent vieną objektą, kuris būtų traukos taškas turistams, ir aplink kurį galėtų burtis verslas. Todėl kryptinga infrastruktūros plėtra leidžia vietos verslui planuoti savo veiksmus, o tokios investicijos gerina ne tik turistų patirtį, bet ir gyvenimo kokybę vietos gyventojams.

Vietos prekių ir paslaugų plėtra. Turizmo strategijoje įvardinami pagrindiniai objektai (kultūriniai, gamtiniai ir kt.), kurie bus svarbūs ateinančiame periode, tad vietos verslas gali planuoti savo veiklą numatydamas, kur bus koncentruoti pagrindiniai turistų srautai.

Tarptautinis bendradarbiavimas. Augantis turistų skaičius kuria tarptautinio bendradarbiavimo ir partnerystės tinklus ne tik tiesiogiai turizmo sektoriuje. Pasaulyje pripažįstama, kad didelė dalis investuotojų keliaudami atranda naujas vietas savo verslui.

Kultūrinė ir socialinė plėtra. Turistų vartojamos paslaugos leidžia išsaugoti vietos kultūrą ir tradicijas.

Aplinkosaugos palaikymas: Turizmo strategijoje numatyti tvarios plėtros principai ir aplinkos apsauga. Darniai plėtojamasis turizmas nekenkia gamtai, o rajonas išnaudoja savo išteklius atsakingai, ilgalaikėje perspektyvoje išsaugant aplinką.

Ši Kėdainių rajono turizmo strategija padės optimaliai išnaudoti turizmo potencialą, tokiu būdu inicijuojant ekonominį augimą ir gerinant gyvenimo kokybę vietos gyventojams.

1. LIETUVOS RESPUBLIKOS, KĖDAINIŲ RAJONO STRATEGINIŲ PLANAVIMO DOKUMENTŲ APŽVALGA IR PASAULIO TENDENCIJŲ ANALIZĖ

Kėdainių rajono turizmo strategija rengiama atsižvelgiant į šalies ir rajono patvirtintus strateginius tikslus, todėl atliekant parengiamuosius darbus Kėdainių rajono turizmo plėtros strategijos sukūrimui buvo atlikta turizmo planavimui aktualių dokumentų apžvalga.

Analizės tikslas buvo visapusiškai įvertinti Kėdainių rajono savivaldybės valdymo srities plėtrai svarbius vidaus ir išorės veiksnius, pateikti bendrąją informaciją apie Kėdainių rajoną, atlikti turizmo infrastruktūros, gamtos ir kultūros paveldo objektų analizę. Šiuo tikslu buvo analizuojami:

Turizmo strategijos ir plėtros planai: analizuota Lietuvos ilgalaikė ūkio plėtros strategija, kuri apibrėžia tikslus, prioritetus ir veiksmus, kurių reikia imtis siekiant plėsti turizmo sektorių.

Turizmo įstatymas: nagrinėti teisės aktai, kurie reglamentuoja visą turizmo sektoriaus veiklą ir apima viešbučių veiklą, turizmo agentūrų darbą, lankytinų vietų apsaugą ir kt. Analizės metu nustatyta, kad įstatymo svarba turizmo strategijos kūrimui yra minimali.

Regioninės ir vietos valdžios planai: atlikta išsami Kėdainių miesto ir rajono strategijos analizė.

Tarptautinės sutartys ir susitarimai: Lietuvos turizmo prioritetus labai stipriai įtakoja ES teisės aktai ir nubrėžtos kryptys, todėl pateikiama išsami strateginių prioritetų analizė.

1.1. Lietuvos pažangos strategija – Lietuva 2030

Lietuvos pažangos strategija „Lietuva 2030“ (toliau – LPS „Lietuva 2030“) apima valstybės viziją ir raidos prioritetus bei jų įgyvendinimo kryptis iki 2030 metų. Tai pagrindinis planavimo dokumentas, kuriuo turi būti vadovaujama priimant strateginius sprendimus ir rengiant valstybės planus ar programas.

"Lietuvos pažangos strategija Lietuva – 2030" yra ilgalaikis valstybinis dokumentas, kurį parengė Lietuvos Vyriausybė ir kuris nusako šalies plėtros viziją, tikslus ir prioritetus iki 2030 metų. Ši strategija buvo patvirtinta 2017 metais ir orientuota į skirtingų sričių, įskaitant ekonominę, socialinę, aplinkos ir kultūros plėtrą bei gerovę.

Valstybės vizija yra „Lietuva – sumani šalis, kurioje gera gyventi ir dirbti“. Išskiriamos pažangai svarbios vertybės – atvirumas, kūrybingumas ir atsakomybė bei trys pažangos sritys – visuomenė, ekonomika ir valdymas. Pokyčiai šiose srityse įtvirtins pažangos vertybes ir remsis darnaus vystymo principais. Šie prioritetai yra detalizuojami rengiant vidutinio laikotarpio strateginius dokumentus, programas, planus. Strategijai įgyvendinti parengta Nacionalinės pažangos programa – pagrindinis valstybės plėtros strateginis dokumentas, kuriame išskiriami šie siektini tikslai:

- Veikli ir solidari visuomenė (socialinių inovacijų diegimas, gyventojų gerovės, socialinės aprėpties, bendruomenių ir nevyriausybinių organizacijų vaidmens, kokybiško užimtumo didinimas);
- Ekonominiam augimui palanki aplinka (augimui palankios reguliacinės ir mokesčių aplinkos užtikrinimas, palankių sąlygų verslumui ir verslo plėtrai sudarymas, tvarios, tolygios ir efektyvios ekonominės infrastruktūros kūrimas bei teritorinės sanglaudos regionuose didinimas);

- Į aukštą pridėtinę vertę orientuota integrali ekonomika (į globalias rinkas orientuotų vertės kūrimo tinklų plėtra).

Strategijoje "Lietuva – 2030" nurodomi šie pagrindiniai prioritetai:

Švietimas, mokslas ir inovacijos: Didinti investicijas į švietimą, stiprinti mokslo ir inovacijų sistemą, skatinti akademinis tyrimus, mokslinius tyrimus ir naujovių diegimą verslo srityje.

Aplinkos tvarumas ir klimato kaita: Skatinti aplinkosaugines iniciatyvas, mažinti šiltnamio efektą sukeliančių dujų išmetimą, skatinti atsinaujinančių šaltinių naudojimą ir energijos efektyvumą.

Verslumas ir darbo rinka: Skatinti verslininkystę, inovacijas ir eksportą, gerinti verslo aplinką, skatinti mažųjų ir vidutinių įmonių plėtrą, taip pat tobulinti darbo rinkos veikimą.

Socialinė gerovė ir sveikata: Skatinti socialinį teisingumą, gerinti sveikatos apsaugos sistemą, didinti gyventojų sveikatą ir gerovę.

Kultūra, turizmas ir kultūrinis paveldas: Skatinti kultūrinius renginius, kūrybiškumą, kultūros paveldo išsaugojimą ir turizmo plėtrą.

Transportas ir infrastruktūra: Plėtoti transporto ir komunikacijų infrastruktūrą, gerinti šalies jungtis su tarptautiniais tinklais.

Ši pažangos strategija nusako ilgalaikę viziją ir tikslus, kuriais vadovaujantis Lietuva siekia plėtoti savo ekonomiką ir visuomenę. Ji taip pat nurodo būdus, kaip šie tikslai gali būti pasiekti per konkrečius veiksmus ir priemones. Taip strategija tampa svarbiausiu dokumentu, lemiančiu šalies vystymąsi ateinančiais metais.

Dokumente suformuota valstybės vizija yra „*Lietuva – sumani šalis, kurioje gera gyventi ir dirbti*“ ir nurodoma, kad visos valstybės valdymo institucijos, nepaisant jų valdymo lygmens, prisidės prie LPS „Lietuva 2030“ įgyvendinimo.

Turizmo viešosios politikos srities bendrieji tikslai, nustatyti Lietuvos pažangos strategijoje „Lietuva 2030“ bei Nacionalinėje plėtros programoje (NPP), reprezentuoja kryptingą nuostatą į ateitį, kurios pagrindiniai bruožai susiję su kitais svarbiais valstybės vystymosi aspektais. Šie tikslai atsiranda kaip būtinybė atremti daugialypius iššūkius, kylančius ne tik iš turizmo plėtros, bet ir iš bendrųjų visuomenės poreikių bei vystymosi tendencijų.

Turizmas, kaip ekonominė veikla, paremta gamtiniais ir kultūriniais turiniais išteklių, kuriuos įvairiais būdais pristatome šalies ir tarptautiniams lankytojams, prisideda prie ilgalaikių valstybės plėtros tikslų, kuriuos apibrėžia Lietuvos pažangos strategija. Turizmo sektoriuje teikiamos paslaugos prisideda prie tvaraus išteklių naudojimo ir aplinkos apsaugos užtikrinimo, atitinkančio ilgalaikius aplinkos išsaugojimo reikalavimus, kuriuos nustato Nacionalinė plėtros programa. Plėtojant turizmą ir pristatant kraštą lankytojams išsaugoma bei paryškina nacionalinė tapatybė, sustiprinama žmonių istorinė sąmonė ir pasididžiavimas šalimi, atitinkant NPP numatytą poreikį stiprinti pilietinį sąmoningumą. Turizmo plėtra skatina regioninę sanglaudą, suartina skirtingus regionus ir sujungia juos per bendrą paveldo ir kultūros bruožų prisistatymą.

Turizmo svarba yra akivaizdi ne tik ekonominiu aspektu, bet ir socialine bei kultūrine prasme. Regiono pristatymas lankytojams suteikia galimybę iš naujo interpretuoti kultūrinio paveldo objektus, išlaikant jų

autentiškumą. Kuriamos turizmo paslaugos veikia kaip tiltas tarp praeities ir dabarties, stiprinant žmonių sąsajas su savo kultūrine praeitimi bei padedant išsaugoti tradicijas ir istorinį tęstinumą.

Turizmo sektoriaus plėtra sietina su Lietuvos pažangos strategijos „Lietuva 2030“ iškeltais tikslais – kurti sumanią ekonomiką, kuriai būdingas gebėjimas prisitaikyti prie kintančių sąlygų, sumanią visuomenę, kurioje svarbų vaidmenį vaidina švietimas, inovacijos ir socialinė teisingumas, bei sumanią valdyseną, kuri veikia efektyviai ir atsižvelgia į visuomenės nuomonę. Svarbiausia čia yra nuolatinis, platesnis ir kritiškesnis požiūris į turizmo poveikį ir jo padarinius, kartu su atsakomybės prisiėmimu įgyvendinant konkrečias veiksmų programas. Toks įsivertinimas ir atsakomybės jausmas skiria tvarųjį/atsakingąjį turizmą nuo pasenusio požiūrio į turizmo plėtrą, kuri buvo vykdoma chaotiškai, dažnai teikiant prioritetą lankytojo patogumui, o ne gamtos ir istorijos išsaugojimui.

1.2. 2021 - 2030 metų Nacionalinės pažangos planas

Nacionalinės pažangos planas, toliau – NPP, patvirtintas LR Vyriausybės 2020 m. rugsėjo 9 d. 2021–2030 m. NPP siekiama įgyvendinti LPS „Lietuva 2030“ ir sukurti pažangią, modernią ir stiprią valstybę, pasižyminčią sumanios visuomenės, sumanios ekonomikos ir sumanaus valdymo derme.

"2021–2030 metų Nacionalinis pažangos planas" yra Lietuvos valstybinis dokumentas, kuris nurodo pagrindinius ilgalaikio vystymosi tikslus, prioritetus ir veiksmus per laikotarpį nuo 2021 iki 2030 metų. Šis planas yra suderintas su ilgalaikės valstybinės plėtros strategija "Lietuva 2030" ir nurodo, kaip šalies valdžia sieks įgyvendinti šios strategijos tikslus ir užtikrinti tvarų ekonominį, socialinį bei aplinkosauginį vystymąsi.

"2021–2030 metų Nacionalinis pažangos planas" apima įvairias sritis ir sektorius, įskaitant ekonomiką, švietimą, mokslą, sveikatą, infrastruktūrą, aplinkos apsaugą ir kt. Pagrindiniai planavimo principai yra šie:

Tvarumas. Planas įpareigoja siekti tvaraus vystymosi, kuriame ekonominės, socialinės ir aplinkosaugos dimensijos derinamos siekiant išvengti neproporcingos aplinkos degradacijos ir socialinės nelygybės.

Inovacijos ir mokslas. Skatinama inovacijų plėtra ir mokslo stiprinimas, kad būtų galima įgyvendinti pažangią technologijų plėtrą ir ekonomikos modernizavimą.

Švietimas ir kompetencijos. Akcentuojama švietimo ir kompetencijų ugdymo svarba siekiant užtikrinti piliečių pajėgumus prisitaikyti prie sparčiai kintančios darbo rinkos ir visuomenės poreikių.

Sveikata ir gerovė. Skiriama dėmesio gerovės skatinimui, sveikatos priežiūros sistemos stiprinimui ir gyventojų sveikatos gerinimui.

Aplinkos apsauga. Į planą įtraukiamos priemonės, skirtos kovai su klimato kaita, atsinaujinančių energijos šaltinių plėtrai ir aplinkos apsaugai.

Socialinės sanglaudos stiprinimas. Skatinamos priemonės, kurios padėtų mažinti socialinius skirtumus ir didinti socialinį teisingumą.

Regionų vystymasis. Į planą įtraukiamos iniciatyvos, skirtos skatinti regioninį vystymąsi ir gerinti gyvenimo sąlygas visuose šalies regionuose.

Šis planas yra dinamiškas ir gali būti atnaujinamas ar pritaikomas per numatytą laiką, atsižvelgiant į kintančias sąlygas, iššūkius ir galimybes. Jis veikia kaip vadovas valstybės veiksams ir investicijoms, siekiant ilgalaikės pažangos, ekonominio klestėjimo ir visuomenės gerovės.

Plane užsibrėžti 10 tikslų, kuriuos planuojama pasiekti iki 2030 metų:

- 1 TIKSLAS. Pereiti prie mokslo žiniomis, pažangiosiomis technologijomis, inovacijomis grįsto darnaus ekonomikos vystymosi ir didinti šalies tarptautinį konkurencingumą.
- 2 TIKSLAS. Didinti gyventojų socialinę gerovę ir įtrauktį, stiprinti sveikatą ir gerinti Lietuvos demografinę padėtį.
- 3 TIKSLAS. Didinti švietimo įtrauktį ir veiksmingumą, siekiant atitikties asmens ir visuomenės poreikiams.
- 4 TIKSLAS. Stiprinti tautinį ir pilietinį tapatumą, didinti kultūros skvarbą ir visuomenės kūrybingumą.
- 5 TIKSLAS. Gerinti transporto, energetinį ir skaitmeninį vidinį ir išorinį junglumą.
- 6 TIKSLAS. Užtikrinti gerą aplinkos kokybę ir gamtos išteklių naudojimo darną, saugoti biologinę įvairovę, švelninti Lietuvos poveikį klimato kaitai ir didinti atsparumą jos poveikiui.
- 7 TIKSLAS. Tvariai ir subalansuotai vystyti Lietuvos teritoriją ir mažinti regioninę atskirtį.
- 8 TIKSLAS. Didinti teisinės sistemos ir viešojo valdymo veiksmingumą.
- 9 TIKSLAS. Stiprinti Lietuvos įtaką pasaulyje ir ryšius su diaspora.
- 10 TIKSLAS. Stiprinti nacionalinį saugumą.

1.3. Nacionalinės regioninės plėtros politikos prioritetai iki 2030 metų

Nacionaliniu lygmeniu reikšmingas yra Lietuvos Respublikos regioninės plėtros įstatymas, kurio paskirtis – nustatyti nacionalinės regioninės politikos tikslą, įgyvendinimo žingsnius ir finansavimą, bei teritorijas kuriose įgyvendinama nacionalinė regioninė politika. Įstatyme nurodomas nacionalinės regioninės politikos tikslas – mažinti socialinius ir ekonominius skirtumus tarp regionų ir pačiuose regionuose, skatinti visoje valstybės teritorijoje tolygią ir tvarią plėtrą.

Vadovaujantis įstatymu yra parengti nacionalinės regioninės politikos prioritetai iki 2030 metų, kuriuose pabrėžiama LR teritorijos bendrojo plano svarba ir ilgalaikiai valstybės įsipareigojimai vykdant darnią regionų plėtrą. Dokumente pažymima, kad kiekviename regione reikia apibrėžti svarbiausias ekonomines plėtros kryptis ir planingai telkti finansines, mokslo ir švietimo, technologines priemones šių tikslų įgyvendinimui.

Vertinant svarbiausias turizmo sektoriaus plėtros kryptis pagrindiniuose šalies dokumentuose buvo nustatyti šie prioritetai: regionų savitumo atskleidimas, įvairių formavimas per turizmo produktų kūrimą, gamtinių ir kultūrinių išteklių saugojimas.

1.4. Turizmo sektoriaus uždaviniai

Nacionalinio lygmens dokumentuose įvardinamos pagrindinės strateginės Lietuvos turizmo sektoriaus problemos: neefektyvus turizmo valdymas, lėta sektoriaus transformacija, pritaikytos infrastruktūros trūkumas, žemas Lietuvos, kaip patrauklios turizmo šalies, žinomumas užsienyje, prastas Lietuvos pasiekiamumas ir regionų junglumas, bei nustatyti ilgalaikiai turizmo sektoriaus tikslai:

- Grįžti prie iki pandemijos pasiekto sektoriaus augimo;
- Sulaukti daugiau nei trijų milijonų turistų per metus;

- Pasiiekti 3,9 proc. BVP;
- Pasiiekti 2,3 mlrd. Eur paslaugų eksporto;
- Pasiiekti 57 vietą pasaulio kelionių ir turizmo konkurencingumo indekse.

Atlikus Lietuvos turizmo prioritetinių krypčių analizę nustatytos strateginės turizmo kryptys:

- atvirų duomenų užtikrinimas ir statistikos šešėlio mažinimas;
- turizmo produktų plėtra ir rinkodara;
- infrastruktūros plėtra;
- verslumo skatinimas ir žmogiškojo kapitalo ugdymas.

Siekiant pažangos turizmo sektoriuje būtina laikytis darnumo principų ir taikyti inovatyvius sprendimus, skaitmeninimo galimybes, specializuoti paslaugas konkrečioms rinkoms, tikslinėms turistų grupėms. Turizmo sektoriuje svarbu kurti naujas darbo vietas ir naujas turizmo paslaugas, stiprinti socialinio jautrumo ir atsakomybės nuostatas. Ateityje svarbu subalansuoti ir tvariai plėtoti aktualias turizmo kryptis, didinti turizmo srityje kuriamą pridėtinę vertę ir mažinti sezoniškumą, išryškinti regionų savitumą, skatinti keliautojus daugiau laiko praleisti ne tik šalies sostinėje.

Tačiau svarbu paminėti, kad Lietuva neturi patvirtintos turizmo strategijos, todėl visi išvardinami uždaviniai nėra oficialiai patvirtinami ar privalomi vykdyti, tik buvo rasti įvairiuose planavimo dokumentuose.

1.5. Kėdainių rajono strateginis plėtros planas iki 2030 m.

Kėdainių rajono savivaldybės plėtros iki 2030 m. vizija:

- Kraštas išsiskiriantis istoriniu Radvilų miestu su unikaliu senamiesčiu bei daugiakultūriu paveldu;
- Klestintis Vidurio Lietuvos žinių ekonomikos, plėtojamo transporto ir logistikos, chemijos ir maisto pramonės bei modernaus žemės ūkio centras;
- Kraštas, kuriame kuriama darnų žmogaus ir aplinkos vystymąsi užtikrinanti infrastruktūra, sukurta saugi bei sveika aplinka gyvenimui, darbui ir poilsiui bei gyvena tolerantiškumą puoselėjanti, kūrybingų bei iniciatyvių žmonių bendruomenė.

Apibendrinimas

Strateginio planavimo dokumentuose apibrėžiamos pagrindinės šalies ar regionų vystymosi sritys – ekonomika, visuomenė, darnus regionų vystymas ir darnus valdymas. Turizmas prisideda prie regionų ekonomikos augimo, užimtumo skatinimo, socialinio vystymosi, turizmo plėtra turi įtakos rajono paveldo, gamtos vertybių išsaugojimui ir naujų objektų plėtrai.

Šalies prioritetas yra didinti regionų integralumą, užtikrinti vienodą gyvenimo kokybę ir žiniomis grindžiamą ekonominį potencialą.

Nacionaliniuose dokumentuose turizmo sektoriaus veiklos yra orientuotos į paveldo svarbos apibrėžimą, regionų, rajonų junglumą skatinančius veiksmus, inovacijas, skaitmeninimo galimybes, duomenų atvirumą, aktualių turizmo krypčių plėtojimą, sezoniškumo mažinimą, žmogiškųjų išteklių stiprinimą.

Todėl galima teigti, kad turizmo sektorius, kuris prisideda prie vietos gyvenimo kokybės didinimo (plėtojama infrastruktūra) ir naujų vietų kūrimo (vienoda gyvenimo kokybė) yra svarbi Lietuvos ūkio dalis.

1.6. Pasaulio turizmo tendencijų analizė ir rekomendacijos

Vertinat Kėdainius, kaip Europos turizmo ekosistemos dalį, ne mažiau svarbu užtikrinti, kad ilgalaikiai tikslai ir nustatomos strateginės nuostatos neprieštarautų pasaulio tendencijoms ir ES keliamiems tikslams, ypačiai, kadangi tai tiesiogiai sietina su finansavimo galimybėmis.

Darnus turistinių vietovių valdymas, tai procesas, kuris efektyviai spręstų keliautojų, juos aptarnaujančio turizmo sektoriaus, priimančios bendruomenės ir aplinkos (gamtos ir kultūrinių išteklių) sąveiką. Siekiant paskatinti darnią turizmo plėtrą, būtina stipri lyderystė, glaudus dialogas ir partnerystė su turizmo sektoriaus dalyviais.

Turistinės vietovės valdymas apima koordinuotą ir integruotą produktų valdymą. Suinteresuotos šalys turi bendradarbiauti tobulindamos turizmo produktų ir jų elementų (traukos objektų infrastruktūros, aplinkos ir pan.) kokybę. Konkurencingos turistinės vietovės keliautojams turi pasiūlyti integruotą turizmo produktą ir patirtį, kuri tenkintų ir/ar viršytų turistų lūkesčius apsilankymo metu.

Turizmo sektoriaus skaitmeninimas yra kita tiek Pasaulio turizmo organizacijos tiek ir Europos komisijos išskiriama kryptis. Turizmo paslaugų skaitmeninimas tai individualizuotos paslaugos, geresnė prieiga prie informacijos ir turinio, patobulintos pramogos ir supaprastintos operacijos visoje pramonės šakoje.

Kita vertus, vartotojas turi jaustis labiau susietas ir gaunantis žinių kiekviename savo kelionės taške su mažiau administracinių rūpesčių. Todėl labai svarbu skaitmeninti mokėjimus, automatizuotus procesus, bekontaktes paslaugas, virtualią patirtį ir informaciją realiuoju laiku.

Įgyvendinti turizmo sektoriaus skaitmeninimo priemones rekomenduojama visose nagrinėtose turizmo organizacijų ataskaitose.

Pasaulio turizmo organizacija rekomenduoja:

- Elektroninių kelionių vadovų ir turistams skirtų mobiliųjų aplikacijų plėtrą;
- Turizmo svetainių, socialinių paskyrų ir skaitmeninių informacijos platformų plėtrą;
- Elektroninių mokėjimų sistemų, leidžiančių saugiai mokėti už paslaugas, plėtrą;
- Skaitmeninių rinkodaros ir reklamos priemonių didesnę naudojimą.
- Aukštą pridėtinę vertę kuriančių darbo vietų kūrimą.

Europos kelionių komisija skatina sektoriaus skaitmeninimą:

- Gerinant turistų patirtis;
- Skatinant skaitmeninės rinkodaros naudojimą;
- Skaitmeninių priemonių naudojimą rengiant ir apdorojant duomenis;
- Skaitmeninių priemonių naudojimą koordinuojant informacijos pateikimą apie kelionių reikalavimus ir apribojimus;

Technologijos daro vis didesnę įtaką turizmui ir tampa vienu svarbiausių veiksnių vertinant paklausą ir pasiūlą. Vadovaujantis Pasaulio turizmo organizacijos (*angl. UNWTO – United Nations World Tourism Organization*) ir Europos Kelionių Komisijos (*angl. ETC – European Travel Commission*) leidiniu „Elektroninės

rinkodaros vadovas turizmo vietovėms“ bei Lietuvos turizmo komunikacijos ir rinkodaros strategija, pateikiami šie veiksniai, darantys įtaką turizmo rinkai:

- Žmonių nuomonės galia. Žmonių paliekami atsiliepimai ar rekomendacijos gerai žinomuose tinklalapiuose, tokiuose kaip „TripAdvisor“, „Booking.com“ ir pan., smarkiai įtakoja potencialaus turistą sprendimą vykti ar nevykti į pasirinktą vietą. Taip pat nuomonę formuoja ir įvairūs socialiniai tinklai, tokie kaip „Facebook“, „Twitter“, „YouTube“ ir pan., kuriuose suteikiama vartotojui galimybė palikti atsiliepimą ir atlikti vertinimą.
- Informacijos prieinamumas. Patyrę turistai vis dažniau didžiąją dalį turizmo produktų užsisako internetu, o greitos paieškos sistemos skatina aršesnę turizmo šalių konkurenciją virtualioje erdvėje bei didina turistų spontaniško ir greito apsisprendimo tikimybę. Išsamios informacijos apie konkrečius turizmo produktus buvimas vienoje vietoje bei tiesioginės rezervacijos funkcijos galimybės tampa svarbiais veiksniais, kurie nulemia tinklalapio lankomumą bei jo sėkmę.
- Elektroninės rinkodaros priemonių svarba. Dėl technologijų tendencijų ir besikeičiančios vartotojų elgsenos turizmo rinkodara virtualioje erdvėje tampa vis efektyvesnė, stipriai įtakoja potencialų vietinį ir užsienio turistą.

Europos kelionių komisija išskiria keturias pagrindines veiksmų kryptis:

Viešasis reguliavimas (siekiant prisitaikyti prie naujų pokyčių ir reikalavimų): prieiga prie viešųjų ir privačių duomenų sektoriaus labui, vieninga paslaugų atšaukimo politika, ekologiškas reguliavimas, išmaniosios paskirties vietos reikalavimai ir kt.

Žalioji ir skaitmeninė perėjimas: tvarus mobilumas, poveikio aplinkai ir ekologinio pėdsako mažinimas, tvaraus verslo skatinimas, elgsenos kodeksai, turizmo duomenų erdvė ir kt.

Atsparumas: vizų procedūrų suvienodinimas, koordinuotas informacijos ir judėjimo per sieną valdymas, turizmo švietimo atnaujinimas, teisingumas ir lygybė turizmo užimtumo srityje ir kt.

Finansavimas: daugiau paramos skirti skaitmeninių paslaugų plėtrai ir mažoms bei vidutinėms įmonėms.

Apibendrinant Pasaulio turizmo organizacijos ir Europos Komisijos rekomendacijas, nustatėme šias aktualias kryptis:

- Inovacija ir kūrybiškumas - turizmo sektorius turi nuolat tobulintis ir keistis, kad atitiktų keliautojų lūkesčius. Svarbu stebėti naujausias rinkos tendencijas ir pasiūlyti naujas, inovatyvias paslaugas, o tai galima pasiekti per kūrybiškumo ir inovacijų skatinimą.
- Dėmesys į tvarumą - turizmas turi didelę įtaką aplinkai ir kultūriniam paveldui. Todėl būtina skatinti tvarų turizmą, kuris mažintų neigiamą poveikį aplinkai ir kultūriniam paveldui, taip pat skatintų vietos ekonomikos plėtrą ir vietos gyventojų gerovę.
- Reklama ir rinkodara - svarbu, kad turizmo sektoriuje teikiamos paslaugos būtų efektyviai reklamuojamos, pasinaudojant visomis rinkodaros priemonėmis.
- Bendradarbiavimas ir partnerystė - turizmo sektorius susijęs su daugybe suinteresuotųjų šalių, įskaitant viešąjį sektorių, privačias įmones ir vietos gyventojus. Todėl svarbu skatinti bendradarbiavimą ir partnerystę tarp šių šalių, kad būtų galima pasiekti geriausių rezultatų.
- Mokymasis ir specialistų rengimas - turizmo sektorius yra dinamiškas ir nuolat keičiasi, todėl svarbu, kad darbuotojai nuolat mokytųsi ir tobulintų savo žinias ir įgūdžius. Be to, reikia skatinti specialistų rengimą turizmo srityje, kad sektorius galėtų pasiekti aukštus standartus ir kokybę.

Toliau, siekiant užtikrinti daugiakultūriškumo išsaugojimą Europos Sąjungoje, greta strateginių tikslų pateikiami ir taktinio planavimo reikalavimai, kuriuose įvardinami šie kriterijai:

Poveikis. Plėtra turi būti pakankamai didelė, kad turėtų didelį teigiamą poveikį turizmo sektoriui, bet ne tokia didelė, kad sukeltų problemų suinteresuotoms šalims ir aplinkai.

Autentiškumas. Plėtra turi būti paremta autentiška vietovės istorija ir kultūra.

Bendruomenės parama. Gyventojai turi neprieštarauti plėtrai ir palaikyti šį procesą.

Konkurencija. Pasiūlymai turėtų skirtis nuo konkurentų siūlomų paslaugų.

Inovacijos. Plėtra turi apimti inovacijas turizmo sektoriuje.

Vizija. Plėtra turi atitikti ilgalaikę vietovės viziją.

Integracija. Plėtra turi būti integruota su esamais turizmo produktais.

Rinkos poreikiai. Plėtra turi būti paremta rinkos poreikiais ir atitikti finansines galimybes.

Darnumas. Plėtra neturi neigiamai veikti vietovės gamtinės, kultūrinės ir socialinės aplinkos.

Suinteresuotų šalių parama. Būtinai skirtingų suinteresuotų šalių pozicijų suderinimas.

Unikalūs pasiūlymai. Plėtra turi išryškinti vietovės išskirtinumą.

Taip pat išskiriamos po pandemijos naujai iškylančios turizmo tendencijos:

1. Strategija ir kryptis. Būtina turėti strateginius prioritetus.
2. Saugumas ir švara. Ypač svarbu galimos pandemijos akivaizdoje.
3. Kultūrinis turizmas. Kaip galima daugiau akcentuojant kultūrinius skirtumus ir unikalumą.
4. Socialinė medija ir technologijos. Rinkodaros inovacijos reklamuojant turizmo paslaugas.
5. Bleisure - poilsio ir verslo derinimas – naujų turistų tipų įtraukimas.
6. Kelionių krypties (regiono, angl. destination) unikalumas, tvarumas.
7. Transformacija, patirtys. Svarbu skatinti ne tik pamatyti, bet visapusiškai patirti regiono unikalumą.
8. Bendruomeniškumas ir vietos gyventojų įsitraukimas kuriant lankytojų patirtį.

Bei pagrindinės turizmo plėtros problemos regionuose:

- Neišnaudojamas gamtinio ir kultūrinio turizmo potencialas.
- Nepakankamas informacijos apie turizmo produktus išvystymas.
- Nepakankamai išnaudojamos viešojo ir privataus sektoriaus bendradarbiavimo galimybės.

Kadangi ES turizmo politika yra orientuota į tvarų ir konkurencingą turizmo sektorių, skatinant tvarios plėtros ir naujovių diegimo priemones, pateikiamos ES rekomendacijos turizmo regionuose plėtrai:

- Skatinti tvarų turizmą: turizmo sektoriaus plėtra turėtų būti orientuota į tvarius sprendimus, siekiant apsaugoti gamtą, kultūros paveldą ir socialinę gerovę. Reikia skatinti tvarias keliones ir suteikti galimybes turistams patirti vietinę kultūrą ir tradicijas.
- Diversifikuoti turizmo produktus: reikia plėtoti naujus turizmo produktus, siekiant pritraukti skirtingas turistų rinkas ir padidinti turistų skaičių. Galimi produktų variantai yra kultūrinis, kulinarijos, gamtos ir pramogų turizmas.
- Diegti naujas technologijas: reikia diegti naujas technologijas ir skatinti jų naudojimą turizmo sektoriuje. Pavyzdžiui, virtualios realybės technologijos gali padėti pritraukti turistus į rečiau lankomas vietas.

- Užtikrinti kokybišką turizmo produktų ir paslaugų teikimą: reikia užtikrinti, kad turistams būtų teikiamos kokybiškos paslaugos ir turizmo produktai. Tai galima padaryti gerinant darbuotojų kvalifikaciją, stiprinant viešbučių ir turizmo paslaugų teikėjų kontrolę ir užtikrinant kokybišką infrastruktūrą.
- Skatinti viešųjų ir privačiųjų subjektų partnerystę, siekiant geriau koordinuoti pastangas siekiant tvarios ir konkurencingos turizmo plėtros.

Apibendrinimas

Lietuvos Strateginio planavimo dokumentuose įvardintas šalies prioritetas didinti regionų integralumą, užtikrinti vienodą gyvenimo kokybę ir žiniomis grindžiamą ekonominį potencialą.

Nacionaliniuose dokumentuose turizmo sektoriaus veiklos yra orientuotos į paveldo aktualizavimą, rajono junglumą skatinančius veiksmus, inovacijas, skaitmeninimo galimybes, duomenų atvirumą, turizmo plėtojimą, sezoniškumo mažinimą.

Europos sąjungos tikslas skatinti viešąją ir privačią partnerystę, užtikrinti turizmo sektoriaus darbuotojų kompetencijų augimą, skatinti tvarų turizmą ir paslaugų skaitmeninimą.

Šie, bendrojo planavimo dokumentuose įvardinti prioritetai, yra pagrindas naujai kuriamai Kėdainių rajono turizmo strategijai.

2. TURIZMO APLINKOS TYRIMAS

Rengiant šią Kėdainių rajono turizmo plėtros strategiją buvo atlikta turizmo išteklių ir infrastruktūros analizė, apibendrinta apgyvendinimo ir maitinimo infrastruktūra, gamtiniai, socialiniai ir kultūriniai resursai ir kiti turimi turizmo objektai. Remiantis šia analize pateikiama SSGG analizė, kuri išskiria rajono stiprybes, silpnybes, grėsmes ir galimybes.

2.1. Apgyvandinimo infrastruktūra

Rengiant Kėdainių rajono turizmo strategiją buvo atlikta išsami infrastruktūros analizė, gauti rezultatai palyginti su kitų, panašių rajonų turimais ištekliais ir sukurtas tvarus pagrindas rengiamiems pasiūlymams.

Kėdainių rajono lankytojų skaičių apskaičiuoti sudėtinga, kadangi Lietuvoje tik 2024 metais pradės veikti turistų apskaitos sistema, tad galime remtis tik dviem rodikliais – nakvynių ir turizmo centro lankytojų skaičiumi. Abu šie kriterijai yra naudojami šioje ataskaitoje.

Vertinant turizmo centro pateikiamus statistinius duomenis matome, kad turistų skaičius rajone tolygiai auga, ir didžiąją dalį lankytojų sudaro vietiniai (lietuviai) turistai.

	Bendras lankytojų skaičius	Užsienio turistų skaičius
2020	6908	414
2021	8007	688 (Lenkijos turistai 402)
2022	10316	1867
2023 (rezultatas už 6 mėnesius)	4771 (+13 %)	987 (+61%) Lenkijos ir Latvijos turistų skaičius beveik susilygina (363 latviai ir 317 lenkų), tiesa vėlesniais mėnesiais lenkų turistų atvyksta daugiau nei latvių.

Vertinant lankytojų skaičių pagal rajone užsakomų nakvynes Kėdainių rajonas patenka į trečią savivaldybių grupę – daugiau nei 5 tūkstančiai turistų per metus. Viso šalyje yra 60 savivaldybių ir jos skirstomos į keturias grupes:

Turistų skaičius apgyvendinimo įstaigose
Daugiau nei 50 tūkst.. turistų per metus
Daugiau nei 15 tūkst.. turistų per metus
Daugiau nei 5 tūkst.. turistų per metus
5 tūkst.. turistų per metus ar mažiau

2013–2019 m. laikotarpiu Kėdainių rajono savivaldybėje apgyvendintų Lietuvos turistų skaičius didėjo nežymiai (1,4 proc.), kai šalyje ir Kauno apskrityje rodiklio augimas buvo ženklus (atitinkamai 56,3 proc. ir 92,0 proc.). Tačiau šiuo laikotarpiu Kėdainių rajono savivaldybėje apgyvendintų užsienio šalių turistų skaičius augo sparčiau (106,0 proc.) nei šalyje (38,4 proc.) ir Kauno apskrityje (63,0 proc.).

Po pandeminius duomenis vertinti labai sudėtinga, atsižvelgiant į tai, kad dėl pandemijos ir regione vykstančio karo trijų metų (2020 – 2022) rezultatai negali būti vertinami, o 2023 metų rezultatai bus vėliau nei pateikiama ši strategija.

Tačiau vertinant silpnai išvystytą apgyvendinimo infrastruktūrą, galime daryti prielaidą, kad šiuo metu Kėdainių rajonas sulaukia daugiau vienadienių, nenakvojančių rajone, turistų.

Kėdainių rajone veikia penkios oficialiai registruotos, apgyvendinimo paslaugas teikiančios įmonės, keturios iš jų turi suteiktas 3 arba 3+ žvaigžduotes.

Vertinant Kėdainių rajoną pagal sulaukiamų turistų skaičių (oficialiai galime skaičiuoti tik pagal užsakomas nakvynes), pastebime, kad Kėdainių rajonas atitinka kitų aštuoniolikos rajonų esančių šioje grupėje vidurkį:

Rajonas	Viešbučių vertinamų 3* skaičius	Viešbučių vertinamų 4* skaičius
Alytaus m.	3	1
Alytaus r.	-	-
Biržų r.	1	-
Ignalinos r.	11	-
Jonavos r.	7	-
Kėdainių r.	4	-
Lazdijų r.	1	-
Marijampolės r.	3	1
Pakruojo r.	1	-
Panevėžio r.	7	2
Prienų r.	1	1
Radviliškio r.	2	-
Raseinių r.	3	-
Rokiškio r.	-	-
Šiaulių r.	3	5
Šilalės r.	-	-
Telšių r.	2	2
Varėnos r.	-	-
Zarasų r.	-	-

2.2. Kėdainių rajono turizmo objektai

Šioje dalyje pateikiamas bendras Kėdainių rajono turizmo objektų sąrašas, suskirstant juos į tematinės grupes.

Dvarai, svirnai, sodybos, jų fragmentai:	
Dotnuvos dvaro sodyba (Akademija); Šlapaberžės dvaro sodyba (Šlapaberžės k.); Zacišės buv. dvaro sodybos fragmentai (Naujaberžės k.); Paberžės dvaras, 1863 m. sukilimo muziejus (Paberžės k.); Terespolio dvaro sodyba (Terespolio k.); Vincgalio dvaro sodyba (Vincgalio k.); Lipliūnų dvaro sodyba (Lipliūnų k.); Buvusio dvaro (XVIII a.) svirnas (Jasnagurkos k.); Kėdainių miestiečio sodyba (XIX–XX a. I p.) (Kėdainiai); Pašušvio dvaro sodyba (Pašušvio k.); Tautodailininko Vytauto Ulevičiaus sodyba (Krakių mstl.); Aukupėnų buv. dvaro sodyba (Aukupėnų k.);	Labūnavos dvaro bokštai ir kryžius, atminimo lenta bokšte žuvusiems Lietuvos partizanams (Labūnavos k.); Kalnaberžės dvaro sodyba (Kalnaberžės k.); Sirutiškio dvaro sodyba (Sirutiškio k.); Pašumerio dvaro sodybos fragmentai (Pašumerio k.); - Vaiškonių dvaro sodybos fragmentai (Vaiškonių k.); Pavermenio dvaro sodyba (Pavermenio k.); Apytalaukio dvaro sodyba (Apytalaukio k.); Buv. dvaro sodybos fragmentai (Zavišinės k.); Lančiūnavos dvaro sodyba (Lančiūnavos k.); Stasinės dvaro sodyba (Stasinės k.).

Bažnyčios vienuolynai, koplyčios, sinagogos	
<p>Dotnuvos Viešpaties Apreiškimo Švč. Mergelei Marijai bažnyčios ir Bernardinų vienuolyno ansamblis (Dotnuva); Šlapaberžės Jėzaus Nukryžiuotojo bažnyčia (Šlapaberžės k.);</p> <p>Gudžiūnų Švč. Jėzaus širdies bažnyčia (Gudžiūnų mstl.);</p> <p>Paberžės Švč. Mergelės Marijos apsilankymo bažnyčia ir klebonija (Paberžės k.);</p> <p>Josvainių Visų Šventųjų bažnyčia (Josvainių mstl.);</p> <p>Evangelikų liuteronų bažnyčios kompleksas (Kėdainiai);</p> <p>Evangelikų reformatų bažnyčios kompleksas (Kėdainiai);</p> <p>Kristaus Atsimainymo cerkvė (Kėdainiai);</p> <p>Kunigaikščių Radvilų mauzoliejus Evangelikų reformatų bažnyčioje (Kėdainiai);</p> <p>Sinagoga (Kėdainiai);</p> <p>Šv. Juozapo bažnyčia (Kėdainiai);</p> <p>Šv. Jurgio bažnyčia (Kėdainiai);</p> <p>Krakių Šv. Kotrynos vienuolynas (Krakių mstl.);</p> <p>Krakių Šv. Mato bažnyčia (Krakių mstl.);</p>	<p>Pajieslio Švč. Mergelės Marijos liūdinčiųjų guodėjos bažnyčia (Pajieslio k.);</p> <p>Aukupėnų kapinių laidojimo koplyčia (Aukupėnų k.);</p> <p>Gelnų koplytėlė (Gelnų k.);</p> <p>Zabielų memorialinė koplyčia (Vainikų g. 8, Labūnavos k.);</p> <p>Pernaravos Nukryžiuotojo Jėzaus bažnyčia (Pernaravos k.);</p> <p>Koplytėlė (Surviliškio mstl.);</p> <p>Surviliškio Nukryžiuotojo Jėzaus bažnyčia (Surviliškio mstl.);</p> <p>Pagirių kapinių koplyčia (Pagirių mstl.);</p> <p>Šėtos sinagoga (Šėtos mstl.);</p> <p>Šėtos Švč. Trejybės bažnyčia (Šėtos mstl.);</p> <p>Veličkų šeimos koplyčia-mauzoliejus (Šėtos mstl.);</p> <p>Apytalaukio Šv. Apaštalų Petro ir Povilo bažnyčia (Apytalaukio k.);</p> <p>Lančiūnavos Šv. Kazimiero bažnyčia (Lančiūnavos k.);</p> <p>Šventybrasčio Kristaus Atsimainymo bažnyčia (Šventybrasčio k.).</p>
Aikštės, gatvės, pan.:	
<p>Buvusi Kėdainių uosto vieta (Nevėžio upės pakrantėje, Kėdainiai);</p> <p>Didžioji gatvė (Kėdainiai);</p> <p>Didžiosios Rinkos aikštė (Kėdainiai);</p> <p>Janušavos aikštė (Kėdainiai);</p> <p>Josvainių gatvė (Kėdainiai);</p> <p>Knypavos Rinkos aikštė (Kėdainiai);</p>	<p>Kranto 2-oji gatvė (Kėdainiai);</p> <p>Radvilų gatvė ir pastatai joje (Kėdainiai);</p> <p>Senoji gatvė ir pastatai joje (Kėdainiai);</p> <p>Senosios Rinkos aikštė ir sinagogų kompleksas (Kėdainiai);</p>
Malūnai:	
Dotnuvos vandens malūnas (Dotnuva).	
Kiti reikšmingi architektūros objektai:	
<p>Rotušė (Didžiosios Rinkos a. 6) ir Saulės laikrodžio kiemelyje (Kėdainiai);</p> <p>Kėdainių šviesioji gimnazija su istoriniais rūšiais (XVII a.) (Kėdainiai);</p> <p>Krematoriumas (Kėdainiai);</p> <p>Minaretas (XIX a.) (Kėdainiai);</p>	
Istorinės vietos:	
<p>1863–1864 m. sukilimo mūšio ties Mantviliškiu vieta (Mantviliškio k.);</p> <p>Lietuvos partizanų Prisikėlimo apygardos vado Juozo Paliūno-Ryto žūties vieta (Padotnuvio k.);</p> <p>Senkapis (Vainotiškių k.);</p> <p>Lietuvos partizanų kautynių, žūties vieta ir kapas (Ruseinių k.);</p> <p>Žydų masinių žudynių vieta ir memorialas „Atminties siena“ (Kėdainiai);</p> <p>Lietuvos partizanų vadavietė (Milžemių k., Dovydų miškas);</p> <p>Lietuvos partizanų kovos ir žūties vieta (Peiksvos k.);</p> <p>Nobelio literatūros premijos laureato, Kėdainių krašto garbės piliečio Česlovo Milošo gimtinė (Šetenių k.);</p> <p>Pirmojo žuvusio Lietuvos savanorio Povilo Lukšio žūties vieta ir paminklas (Taučiūnų k.).</p> <p>Daukšių kaimo žydų sušaudymo vieta.</p>	
Paminklai, monumentai, skulptūros, koplytstulpiai:	
<p>Akademijos parko įkūrėjo Henriko Kreico kapavietė ir paminklas (Akademija);</p>	<p>Kryžius partizanų žuvimo vietoje (Guptilčių k.);</p> <p>Kryžius visiems Krakių žmonėms (Krakių mstl.);</p>

<p>Paminklas agronomui selekcininkui Stasiui Nacevičiui (Akademija);</p> <p>Paminklas 1923 m. Klaipėdos sukilimo dalyviams (Akademija);</p> <p>Paminklas Žemės ūkio akademijos dėstytojams – tremtiniams ir kaliniams (Akademija);</p> <p>Monumentalus kryžius su horeljefais (N. Lažų k.);</p> <p>Nepriklausomybės kryžius (Akademija);</p> <p>Paminklas partizanams (Dotnuva);</p> <p>Vinco Svirskio kryžius (N. Bakainių k.);</p> <p>Biustas Vytautui Didžiajam (Alksnėnų k.);</p> <p>Kunigo Mykolo Algirdo Dobrovolskio – Tėvo Stanislovo kapas ir paminklas (Paberžės k.);</p> <p>Paminklas, skirtas 1863 m. sukilimo 150-mečiui paminėti (Paberžės k.);</p> <p>Paminklinis akmuo rezistentams (Gudžiūnų mstl.);</p> <p>Stogastulpis Paberžei ir Tėvui Stanislovui (Paberžės k.);</p> <p>Jaunlietuvių paminklas (Ruseinių k.);</p> <p>Koplytstulpis tremtiniams (Josvainių mstl. naujosiose kapinėse);</p> <p>Paminklinis akmuo partizanams (Josvainių mstl.);</p> <p>Koplytstulpis, pastatytas miesto ribai pažymėti (XIX a.) (Kėdainiai);</p> <p>Lietuvos geografinis vidurys ir paminklas (Ruoščių k.);</p> <p>Paminklas 1940–1990 m. kankiniams (Šv. Jurgio bažnyčia, Kėdainiai);</p> <p>Paminklas kunigaikščiui Jonušui Radvilai „Skrynia“ (Kėdainiai);</p> <p>Paminklas Lietuvos laisvės kovotojams (Kėdainiai);</p> <p>Paminklinė lenta Lietuvos partizanų vadui generolui Jonui Žemaičiui-Vytautui (Kėdainiai);</p> <p>Paminklinis akmuo Kėdainių burmistrui Pranui Povyliui (Kėdainiai);</p> <p>Paminklinis akmuo rezistentams (Kėdainiai);</p> <p>Paminklinis akmuo senosios evangelikų reformatų bažnyčios (1629 m.) vietoje (Kėdainiai);</p> <p>Paminklinis akmuo žuvusiems už Tėvynę (Kėdainiai);</p> <p>Stogastulpis Vytautui Didžiajam (Kėdainiai);</p>	<p>Paminklas Lietuvos partizanams, žuvusiems 1940–1960 m. (Pušynės miške);</p> <p>Paminklas Lietuvos vardo paminėjimo 1000-mečiui (Krakių mstl.);</p> <p>Paminklas pirmajai Krakių mokyklai (1579 m.) (Krakių mstl.);</p> <p>Paminklas sovietinių represijų aukoms (Krakių mstl. senosios kapinės);</p> <p>Paminklas žuvusiems už Lietuvos laisvę (Krakių mstl.);</p> <p>Koplytstulpis lietuvių raštijos pradininko Mikalojaus Daukšos „Postilės“ 400 metų jubiliejui (Krakių mstl.);</p> <p>Paminklas 1944–1955 m. žuvusių Slikių ir Akmenių kaimų Vyčio apygardos partizanų atminimui (Slikių k.);</p> <p>Paminklas Lietuvos partizanams (Pernaravos k. naujosiose kapinėse);</p> <p>Akmeninė skulptūra dievdirbiui Vincui Svirskiui atminti (Surviliškio mstl.);</p> <p>Dievdirbio Vinco Svirskio kryžiai (Surviliškio mstl.);</p> <p>Kryžius Lietuvos Nepriklausomybei (Kalnaberžės k.);</p> <p>Monumentalus kryžius su Nukryžiuotojo skulptūra (Pakruostės k.);</p> <p>Paminklas Lietuvos partizanams (Surviliškio mstl. naujosiose kapinėse);</p> <p>Koplytstulpiai (XIX a.) (Pašėtės ir Gumbių k.);</p> <p>Koplytstulpis prelado Adomo Jakšto atminimui (Kuronų k.);</p> <p>Kryžius ant simbolinio tremtinio kapo (Šėtos mstl. kapinėse);</p> <p>Paminklas Lietuvos partizanams (Šėtos mstl. kapinėse);</p> <p>Paminklas žuvusiems už Lietuvos laisvę ir nepriklausomybę (Pagirių mstl.);</p> <p>Paminklinis akmuo Pagirių miesteliui ir jo apylinkių gyventojams (Pagirių mstl.);</p> <p>Pavasarininkų organizacijos kryžius (Šėtos mstl.);</p> <p>Kryžius sovietų okupacijos metu žuvusiųjų, mirusiųjų ir ištremtųjų atminimui (Apytalaukio k.);</p> <p>Paminklas Lietuvos Nepriklausomybei (Šventybrasčio k.);</p> <p>Stogastulpis tarpukario nepriklausomos Lietuvos užsienio reikalų ministrui Juozui Urbšui atminti (Gineitų k.).</p> <p>Paminklas Pirmosioms Lietuvos kariuomenės kautynėms atminti (Koliupės k.)</p>
<p>Kapinės, kapai:</p>	
<p>Gėlainių kapinės (agronomo selekcininko prof. Dionizo Rudzinsko kapas; tremtinio, politinio kalinio, Nepriklausomybės kovų partizanų organizatoriaus, Žemės ūkio akademijos rektoriaus, agronomo prof. Juozo Tonkūno kapas) (Gėlainių k.);</p> <p>Senkapis (Vainotiškių k.);</p> <p>Lietuvos karių kapai (Gudžiūnų mstl. kapinės);</p>	<p>Prozininko, etnografo, liaudies švietėjo Mikalojaus Katkaus kapas (Ažytėnų k.);</p> <p>Rezgių senųjų kapinių kompleksas, 1831 m. sukilėlių kapai (Rezgių k.);</p> <p>Žydų senosios kapinės (Krakių mstl.);</p> <p>Nociūnų k. kapinės (Nociūnų k.);</p>

<p>Lietuvos literatūros istoriko, vieno iš žymiausių senosios lietuvių literatūros ir kultūros tyrinėtojų Jurgio Lebedžio kapas (Devynduonių k.);</p> <p>Lietuvos partizanų kapas (Gudžiūnų mstl. kapinės);</p> <p>Ruseinių kaimo senųjų kapinių, Sovietų Sąjungos teroro aukų ir Lietuvos partizanų rėmėjos Onos Lisiūtės kapų kompleksas (Ruseinių k.);</p> <p>Skulptoriaus Kosto Remeikos kapas (Josvainių mstl. kapinėse);</p> <p>Žydų senosios kapinės (Josvainių mstl.);</p> <p>Dotnuvos g. kapinės (Kėdainiai);</p> <p>Kauno g. kapinės (Kėdainiai);</p> <p>Senosios žydų kapinės (Kėdainiai);</p> <p>Knygnešių kapai (Krakių mstl. kapinės);</p>	<p>Tautinio atgimimo veikėjos Jadvygos Juškytės kapas (Pernaravos k. kapinėse);</p> <p>Dievdirbio Vinco Svirskio kapas (Surviliškio mstl. kapinėse);</p> <p>Lietuvos partizanų užkasimo vieta ir kapai (Šėtos mstl.);</p> <p>Šėtos žydų senosios kapinės (Šėtos mstl.);</p> <p>Anciško k. kapinės (Anciško k.);</p> <p>Truskavos mstl. kapinės (Truskavos mstl.);</p> <p>Šventybrasčio kapinės.</p>
Memorialai:	
<p>Memorialas Josvainių žemės partizanams (Josvainių mstl.);</p> <p>Ansainių memorialas (Ansainių k.);</p> <p>Juciūnų kapinių statinių kompleksas (Juciūnų k.).</p>	
Muziejai, galerijos:	
<p>Tėvo Stanislovo liturginio meno saugotuvės (Paberžės k.);</p> <p>Janinos Monkutės-Marks muziejus-galerija (Kėdainiai);</p> <p>Kėdainių krašto muziejaus Tradicinių amatų centras Arnetų name (Kėdainiai);</p> <p>Kėdainių krašto muziejus, buvusiam senosios regulos Karmelitų vienuolyne (Kėdainiai);</p> <p>Vytauto Ulevičiaus medžio skulptūrų muziejus (Kėdainiai);</p> <p>Mikalojaus Katkaus sodyba-memorialinis muziejus (Ažytėnų k.).</p>	
Namai	
Kėdainių krašto garbės pilietės, gydytojos Teklės Bružaitės namas su atminimo lenta.	
Parkai:	
<p>Akademijos parkas (Akademija);</p> <p>Kėdainių miesto parkas su buv. Kėdainių dvaro sodybos elementais (Kėdainiai);</p> <p>Skinderiško dendrologinis parkas (netoli Pilsupių k.);</p> <p>„Neregėtos Lietuvos“ Tūkstantmečio ąžuolynas (Pašilių k.).</p>	
Piliakalniai:	
<p>Vosbučių piliakalnis (Vosbučių k.);</p> <p>Pilionių piliakalnis (Pilionių k.);</p> <p>Ambraziūnų piliakalnis (Ambraziūnų k.);</p> <p>Pilsupių piliakalnis (Pilsupių k.);</p> <p>Plinkaigalio piliakalnis (Plinkaigalio k.);</p> <p>Stašaičių piliakalnis (Stašaičių k.);</p>	<p>Bakainių piliakalnis (Bakainių k.);</p> <p>Kalnaberžės piliakalnis (Kalnaberžės k.);</p> <p>Lomeikiškių piliakalnis (Lomeikiškių k.);</p> <p>Vaidatonių piliakalnis (Vaidatonių k.);</p> <p>Sangailų piliakalnis (Sangailų k.);</p> <p>Šukionių piliakalnis (Šukionių k.).</p>
Akmenys, rieduliai:	
Siponių pėduotasis akmuo (Ožakmenis) (Siponių k.).	
Medžiai:	
<p>Nykio vinkšna (netoli Miegėnų k.);</p> <p>Lietuvių raštijos pradininko Mikalojaus Daukšos ąžuolas (Kėdainiai);</p> <p>Šaravų ąžuolas (Skaistgirių girininkijos Šaravų miške);</p> <p>Šventybrasčio ąžuolai (Šventybrasčio k.).</p>	
Atodangos, skardžiai:	
<p>Pilsupių atodanga (Pilsupių k.);</p> <p>Vosbučių atodanga (Vosbučių k.).</p>	
Kiti:	

Meninė instaliacija Nobelio literatūros premijos laureatui, Kėdainių krašto garbės piliečiui Česlovui Milošui „Milosozofonas“ (Kėdainiai).

Kėdainiai, kaip vienas iš seniausių Lietuvos miestų, turi gausų istorinį paveldą ir kultūrinį palikimą, rajone susipina įvairių kultūrų palikimas, architektūrinis ir kultūrinis paveldas.

2.3. Gamtinė aplinka: Kėdainių rajono rekreaciniai ištekliai

Tvenkinių skaičius, vnt. 18

Upių skaičius, vnt. 64,

Ežerų skaičius, vnt. 10

Miškų skaičius, vnt. 4

Šaltinis: www.kedainiumonitoringas.lt

Kėdainių rajono savivaldybės teritorijoje įsteigta 30 draustinių (4 valstybiniai, 26 savivaldybės), be to, rajone yra dalis Krekenavos regioninio parko. Draustinius sudaro: 10 kraštovaizdžio, 8 botaniniai, 3 ornitologiniai, 5 botaniniai-zoologiniai, 1 telmologinis, 1 geomorfologinis, 2 hidrografiniai. Kėdainių rajone yra 8 valstybinės reikšmės gamtos paveldo objektai, iš jų 2 geologiniai gamtos paminklai.

Tačiau, nepaisant gamtos objektų gausos, lankytojų patogumui skirta infrastruktūra juose yra minimali, rajone trūksta vietų šeimų poilsiui, vaikų žaidimų aikštelių. Šeimoms ir vaikams skirtos poilsiavietės yra nepaprastai svarbios bet kurioje gyvenamojoje ar lankomoje aplinkoje, tačiau Kėdainių rajone pastebimas trūkumas tokių vietų, kur vaikai turėtų saugią aplinką žaidimams.

Norint sustiprinti bendruomenės ryšius ir gerovę, būtina investuoti į šeimoms skirtas erdves. Šios vietos ne tik padėtų šeimoms rasti poilsiui skirtą erdvę, bet ir skatintų žmonių buvimą viešose vietose. Svarbu atkreipti dėmesį, kad kokybiškos šeimoms skirtos vietos ne tik pagerintų gyvenamosios aplinkos patrauklumą, bet ir prisidėtų prie bendruomenės darnos.

Kiekviena šeima ieško ne tik vietos poilsiui, bet ir aplinkos, kurioje galima būtų saugiai žaisti ir socializuotis su kitomis šeimomis. Naujos ir kūrybiškos šeimoms skirtos vietos skatintų tvarų gyvenimą ir galėtų tapti svarbiu urbanistinio planavimo aspektu. Investicijos į šeimoms draugiškas vietas turėtų tapti prioritetu siekiant didinti rajono patrauklumą ir skatinant bendruomenės tvarumą. Tiek gyventojams, tiek ir miesto svečiams reikia aplinkos, kuri skatina šeimų integraciją ir suteikia galimybių kiekvienai kartai augti patogioje ir saugioje aplinkoje.

Turistai ir miesto svečiai ieško vietų, kurios gausiai lankomos vietos gyventojų, norėdami pajusti autentišką vietinę atmosferą ir gauti išskirtinį įžvalgų į šalį ar miestą. Jų pageidavimas lankyti vietas, kuriose daugybė vietinių gyventojų, atspindi norą pažinti kultūrą per vietinių bendruomenių akimirkas. Dažnai turistai įsitraukia į gyvenimą, kuriame dominuoja vietiniai, nes tai suteikia jiems išskirtinę patirtį ir atskleidžia kasdienio gyvenimo spalvingumą. Turistai vertina bendravimą su vietiniais gyventojais, nes tai ne tik plečia jų pažinimo horizontus, bet ir leidžia geriau suprasti aplankytoje vietoje glūdinčią tikrąją gyvenimo esmę. Šeimos poilsiui skirtos vietos būtent ir kuria tokias miesto erdves, kuriose galima patirti kasdienį gyvenimą ir autentišką kultūrą.

2.4. Susisiekimo infrastruktūra

Kėdainių rajono savivaldybės, kaip administracinio teritorinio vieneto, centras yra Kėdainių miestas. Kėdainiai nutolę nuo Vilniaus apie 150 km, Kauno – apie 50 km, Klaipėdos – apie 200 km. Kėdainių rajone yra vienas miestas – Kėdainiai, dešimt miestelių – Akademija, Dotnuva, Gudžiūnai, Josvainiai, Krakės, Pagiriai, Pernarava, Surviliškis, Šėta, Truskava ir 534 kaimai. Kėdainių rajono savivaldybė suskirstyta į vienuolika seniūnijų: Dotnuvos, Gudžiūnų, Josvainių, Kėdainių miesto, Krakių, Pelėdnagių, Pernaravos, Surviliškio, Šėtos, Truskavos, Vilainių.

Rajono teritoriją kerta automagistralės: Vilnius - Klaipėda (A1), Sitkūnai - Panevėžys (A8, dalis „Via Baltica“ kelio), 5 krašto ir 32 rajono keliai. Geležinkelio linija jungia su Vilniumi, Kaunu, Klaipėda ir kitomis gyvenvietėmis.

Susisiekimas yra esminis veiksnys turizmo plėtotei, nes efektyvus transporto ir ryšių tinklas užtikrina lengvą ir patogų turistų judumą. Gerai išplėtotas susisiekimas skatina ekonominį augimą, prisideda prie vietinių verslų plėtros ir darbo vietų kūrimo. Geras susisiekimas taip pat didina regiono patrauklumą, padeda išnaudoti turizmo potencialą ir skatina investicijas. Tai lemia didesnį turistų srautą, pagerina vietinių gyventojų gyvenimo kokybę ir skatina kultūrinį bei ekonominį mainų tarpregioninį aspektą. Tinkamas susisiekimas prisideda prie tvaraus turizmo plėtros, mažina neigiamą poveikį aplinkai ir išsaugo natūralius ir kultūrinius resursus. Toks susisiekimo vystymas skatina ilgalaikį turizmo sektoriaus gyvybingumą bei regioninį augimą. Bendras požiūris į susisiekimo plėtrą ir turizmą leidžia sujungti ekonominius, socialinius ir aplinkos apsaugos tikslus, kurie būtini sėkmingai ir tvariai turizmo industrijos raidai.

Atlikus vietos vertinimą nustatyta, kad susisiekimas su Kėdainių miestu yra labai geras, tačiau atvykusiems į Kėdainius autobusu arba traukiniu yra labai sunku pasiekti miesto centrą – trūksta tiek informacijos tiek ir nuorodų. Ypač tai pažymėtina vertinant traukinių stotį – iš šio objekto nėra jokių nuorodų, kaip miesto svečias galėtų apsiekti miesto centrą.

Todėl siekiant plėtoti turizmą rajone būtina pasirūpinti ne tik bazinėmis susisiekimo galimybėmis, bet ir turistų patogumą kuriančiomis paslaugomis – nuorodomis, pėsčiųjų takais, galimybe per parką pasiekti miesto centrą ar traukinių stotį.

2.5. Kultūrinė aplinka

Kultūrinė aplinka yra pagrindinis veiksnys, skatinantis keliautojus lankytis mieste ar rajone. Unikali istorija, meno kūriniai, tradicijos ir kultūrinės patirtys keliautojams suteikia išskirtinę patirtį. Čia yra keletas aspektų, kaip kultūrinė aplinka gali paskatinti keliautojų dėmesį:

Istorija ir architektūra: istoriniai pastatai, senovinės gatvės ir architektūriniai šedevrai traukia keliautojus, kurie siekia susipažinti su regiono praeitimi.

Kėdainiai, esantys Lietuvos širdyje, garsėja įdomia istorija ir unikalia architektūra. Šis miestas turi gilią kultūrinę šaknis, siekiančias XVII a., ir jį paliečia daug įvairių istorinių įvykių.

Kėdainiai buvo svarbus prekybos ir pramonės centras. Jis buvo viena iš pirmaujančių prekybos vietų Vidurio ir Rytų Europoje, dalyvavęs Hanza sąjungoje. Miestas garsėjo savo turgumi ir įvairiomis amatų dirbtuvėmis. Kėdainiai taip pat buvo vienas iš mažiausių Lietuvos miestų, kuriame gyveno gausi žydų bendruomenė.

Senamiestis: Kėdainių senamiestis išsiskiria savo unikalia architektūra. Čia galima rasti įvairių pastatų, pradedant gotikiniais ir baigiant barokiniais bei renesansiniais ansambliais. Senamiestyje yra nemažai renovuotų pastatų, atgaivinančių istorinį miesto kraštovaizdį.

Kėdainiai, kaip vienas seniausių Lietuvos miestų, išsiskiria turtinga istorija, kuri yra atspindėta jo architektūroje ir kultūrinėje įvairovėje. Tai puiki vieta tiek istorijos entuziastams, tiek kultūrinių atradimų ieškotojams.

Meniniai ir kultūriniai įvykiai: Įvairūs meno renginiai, teatrai, koncertai ir kitos kultūrinės šventės pritraukia keliautojus, suteikdami jiems galimybę įsitraukti į vietinę meno ir kultūros sceną.

- Kėdainių Broma Jazz festivalis
- Čz. Milošo festivalis
- Agurkų festivalis
- Radviliada

Tai tik keli, bet labai svarbūs nacionaliniu mastu renginiai, vykę ar vykstantys Kėdainių rajone.

Vietinė virtuvė: Unikali vietinė virtuvė yra svarbus keliautojų magnetas. Vietiniai skoniai ir tradicijos pritraukia tuos, kurie nori išbandyti autentiškus maisto patiekalus. Kėdainių rajonas garsėja net keliais patiekalais – pirmiausiai tai Kėdainių blynai, na ir žinoma agurkai.

Muziejai ir kultūros institucijos: Muziejai, meno galerijos ir kultūros institucijos, kuriose saugomi vietiniai istoriniai, meno ir kultūriniai paminklai, pritraukia žingeidžius keliautojus.

Be neseniai atnaujinto Kėdainių krašto muziejaus, paminėtini yra Tėvo Stanislovo liturginio meno saugotuvės, Daugiakultūris centras įkurtas mažojoje sinagogoje Kėdainiuose ir Janinos Monkutės Marks muziejus pasižymintis unikalia POP ART kolekcija.

Bendras šių elementų derinys sukuria įdomią ir unikalią kultūrinę aplinką, skatinančią keliautojus atrasti bei suprasti vietas ir jų gyventojus.

Atlikus turistams skirtų objektų analizę, galime teigti, kad Kėdainių rajone yra daug lankytinų objektų.

2.6. Socialinė aplinka: Žmogiškieji ištekliai ir verslo aplinka

Socialinė aplinka, kuriai priskiriami žmogiškieji ištekliai ir verslo aplinka, yra kompleksiškas ir svarbus veiksnys rajono gyvavimui. Žmogiškieji ištekliai, t. y. pirmiausiai darbuotojai, yra ne tik produktyvumo variklis, bet ir pagrindiniai kultūros ir inovacijų kūrėjai. Jų kvalifikacija, motyvacija ir įtrauktis tiesiogiai veikia regiono gebėjimą konkuruoti ir kurti inovacijas rinkoje. Tuo pačiu sėkminga socialinė aplinka skatina nuolatinį darbuotojų mokymą ir profesinį tobulėjimą, kuriuo ne tik gerinamas jų darbo efektyvumas, bet ir didinamas jų pasitenkinimas darbu, kūrybingumas bei lojalumas.

Verslo aplinka regione skatina įmonių socialinę atsakomybę ir jų sąveiką su bendruomene. Socialinė atsakomybė yra vis aktualesnis verslo aspektas, o bendruomenės lūkesčiai dėl įmonių etinės veiklos ir prisidėjimo prie socialinių reikmių tampa lemiamais veiksniais įmonės reputacijai ir rinkos pozicionavimui. Sėkmingas verslas neįmanomas be įsipareigojimo bendruomenei, paramos socialinėms iniciatyvoms ir tvarumo principų diegimo.

Be to, socialinė aplinka apima ir vietos įmonių vidinę kultūrą bei vertybes. Įmonių kultūra formuoja bendrą požiūrį, darbuotojų bendradarbiavimą ir vizijos siekimą, tuo pačiu ir saugią rajono socialinę aplinką. Vertybės, integruoti etiniai principai ir elgesio normos, skatina darnų psichologinį klimatą, kuris apima sąžiningumą, atvirumą ir pasitikėjimą.

Dėl visų šių veiksnių, palanki socialinė aplinka ne tik sukuria įmonėje motyvuotą ir produktyvų darbuotojų kolektyvą, bet ir padeda įmonei įsitvirtinti kaip atsakingai veikianči subjektui visuomenėje. Tai tampa ne tik įmonės sėkmės, bet ir ilgalaikės darnaus verslo plėtros pagrindu regione.

Valstybės įmonės Registrų centro duomenimis, 2022 m. gruodžio 31 d. Kėdainių rajone veikė 1312 verslo įmonių. Lyginant su 2021 m. tuo pačiu laikotarpiu, veikiančių įmonių skaičius beveik nepakito. Pagal verslo įmonių teisinį statusą daugiausiai veikiančių buvo UAB ir MB. Kėdainių rajone UAB ir AB vidutiniškai sudarė 50,0 proc., IĮ – 20,0 proc., o MB sparčiai ir toliau populiarėjo: jų skaičius didėjo ir sudarė daugiau kaip 29 proc. (2021 m. sudarė 24,1 proc.) nuo visų veikiančių verslo įmonių. Sparčiai augant mažųjų bendrijų skaičiui, mažėjo individualių įmonių bei uždarytų akcinių bendrovių. t. y., lyginant su 2021 m., šių įmonių veiklą vykdančių skaičius mažėjo atitinkamai: IĮ – 17,6 proc., UAB 6,6 proc.

Kėdainių rajono savivaldybėje veikia daugiausiai labai mažų ir mažų verslo įmonių, kuriose dirba iki 50 darbuotojų. 2022 m. pabaigoje Kėdainių rajone veiklą vykdė 5 stambios verslo bendrovės: 3 pramonės įmonės – AB „Lifosa“, AB „LTP Texdan“, UAB „Krekenavos agrofirma“, viena transporto įmonė – UAB „Transporto vystymo grupė“. Jos buvo didžiausios mūsų rajono gyventojų darbdavės praeitais metais. Taip pat Kėdainių rajono savivaldybėje yra registruota ir parduotuvių tinklą „Moki-veži“ valdanti UAB „Makveža“.

Pernai verslo ir ekonomikos augimui didelę įtaką turėjo atlaisvinti karantino ribojimai ir sparčiai atsigavęs privatus vartojimas. Vertinant pagal sektorius, didžiausią poveikį ekonomikos augimui darė pramonė ir paslaugų sektorius, ypač prekybos, transporto, apgyvendinimo ir maitinimo paslaugų veikla, kuri per pirmąją pandemijos bangą labiausiai nukentėjo, o po jos – labiausiai augo.

Verslumo lygį nusakantis rodiklis – įregistruotų ūkio subjektų skaičius. 2022 m. buvo įregistruotas rekordinis, didžiausias nuo 2015 m., naujų juridinių asmenų skaičius – 120. 2022 m. įregistruotų smulkaus ir vidutinio verslo įmonių skaičius per metus didėjo 4,3 proc. Daug metų buvusią populiariausią verslo formą UAB pakeitė mažoji bendrija. Per 2022 m. uždarytų akcinių bendrovių registruota 37, o MB – 74. IĮ tapo jau nepatrauklia verslo forma ir pernai įregistruota tik viena. Per 2022 m. mažųjų bendrijų registruota 10 proc. mažiau, o UAB verslo formą rinkosi 19 proc. didesnis pradedančių verslą asmenų skaičius, lyginant su 2021 m. Augant įmonių skaičiui – jos smulkėja, tad pradeda ryškėti mažesnio ekonominio efektyvumo požymis.

Ir nors buvo prognozuota kitaip dėl karo Ukrainoje bei gilėjančios ekonominės krizės visame pasaulyje, 2022 metais bankrutuojančių juridinių asmenų skaičius mažėjo iki vieno, o dar trims įmonėms bankroto procedūra tęsiama. Pernai likviduojamos įmonės statusas suteiktas 54 (10 proc. mažiau nei 2021 m.) verslo įmonėms. Manoma, kad ilgalaikių pasekmių verslui ir šalies ekonomikai turės karas Ukrainoje, energetinių išteklių kainų šuolis, išaugusi infliacija ir ekonominė krizė visame pasaulyje bei valdžios politiniai sprendimai.

Kėdainių rajono savivaldybės gyventojai skatinami užsiimti veiklomis, kuriomis gali būti verčiamasi turint verslo liudijimą. Mokiniais ir studentams, tradiciniams amatininkams, neįgalumą turintiems asmenims nustatomos nuo 20 iki 80 proc. lengvatos verslo liudijimams. 2022 m. fiksuoto dydžio pajamų mokestis nepasikeitė ir buvo taikomas vykdomai veiklai su verslo liudijimu – nuo 1 Eur iki 684 Eur, kuris priklausė nuo vykdomos veiklos rūšies ir vykdomos veiklos teritorijos.

Vadovaujantis LR Valstybinės mokesčių inspekcijos pateiktais duomenimis, per 2022 m. Kėdainių rajono savivaldybėje buvo išduoti 955 verslo liudijimai fiziniams asmenims, iš jų 248 fiziniai asmenys naudojami Kėdainių rajono savivaldybės teikiama mokesčine lengvata. Asmenų, dirbančių su verslo liudijimu, populiariausia veikla išlieka kirpyklų, kosmetikos kabinetų ir salonų, soliariumų veikla, – jos sudaro beveik 30 proc. išduotų verslo liudijimų per metus. Antroje vietoje pagal populiarumą – mažmeninė prekyba ir specializuoti statybos darbai. Daugėja ir gyvenamosios paskirties patalpų nuomotojų (išduoti 103 verslo liudijimai)

2022 m. pabaigoje Kėdainių rajono savivaldybėje pagal individualios veiklos pažymą dirbo 759 asmenys. Daugiausiai su individualios veiklos pažyma pagal ekonomines veiklos rūšis vykdė kurjerių paslaugas – 45 asmenys; teikė kelių sausumos transporto paslaugas – 61 asmuo (veiklos populiarumui turėjo įtakos „Bolt“ taksi veikla), statybos paslaugas vykdė 109 asmenys.

Auganti ekonomika, kvalifikuotų darbuotojų trūkumas, mažėjantis į darbo rinką įsiliejančių jaunų žmonių skaičius, įvairios darbo rinkos politikos priemonės, įskaitant nuoseklų darbo užmokesčio didinimą, lemia darbo užmokesčio kilimą. LR Statistikos departamento pateiktais duomenimis, 2022 m. 3 ketvirtį vidutinis bruto darbo užmokestis, be individualių įmonių, Kėdainių rajone buvo 1 662,1 Eur, tai sudarė beveik 92,4 proc. šalies vidutinio bruto darbo užmokesčio. Pagal mokamą vidutinį darbo užmokestį Lietuvoje (1799,0 Eur) mūsų savivaldybė buvo aštuntoje vietoje – didesnis darbo užmokestis buvo mokamas Vilniaus, Kauno ir Klaipėdos miestų savivaldybėse bei Kauno, Vilniaus, Mažeikių ir Jonavos rajonų savivaldybėse.

Sėkmingam Kėdainių rajono savivaldybės ekonominiam ir socialiniam vystymuisi, konkurencingumui ir plėtrai įtaką turi darbo rinkos situacija ir jos pokyčiai. Ilgalaiį nedarbą lemia nenoras dirbti, tobulinti kvalifikacijos, kompetencijų trūkumas, laisvų vietų stoka, žalingi įpročiai, įtakos turi vis dar egzistuojantis nelegalus darbas. darbo vietos dažnai kuriamos aukštesnės kvalifikacijos darbuotojams, nes pastarųjų jaučiamas didelis trūkumas. Esami bedarbiai (neturintys aukštos/tinkamos kvalifikacijos), ypač bedarbiai vyresni kaip 50 metų, stokoja motyvacijos dirbti, nepasitiki savimi. Todėl atsižvelgiant į jų turimą kvalifikaciją, jiems dažnai siūloma tik šiek tiek didesnis darbo užmokestis negu minimali alga ar prastesnės darbo sąlygos. Bedarbystė Kėdainių rajono kaimo teritorijoje viršijo 50 proc., nes beveik visas verslas sukonzentruotas Kėdainių mieste, todėl nedarbas kaimiškose seniūnijose ypač didelis, nes su miestu yra ribotos susisiektimo galimybės laiku nuvykti į darbą ar grįžti namo. Taip pat bedarbius, gyvenančius kaime, nemotyvuoja įmonėse mokamas beveik minimalus darbo užmokestis, kad sutiktų dirbti mieste.

Vadovaujantis LR Užimtumo tarnybos duomenimis, 2022 m. gruodžio pabaigoje Kėdainių rajono savivaldybėje nedarbas siekė 10,0 proc.: buvo registruoti 2 842 bedarbiai (2021 m. – 2 999 bedarbiai), iš jų tarp bedarbių iki 29 m. – 523 (2021 m. – 512), kurių nedarbas siekė 7,5 proc. Nedarbo lygis šalyje buvo 8,9 proc., jaunimo nedarbas iki 29 m. – 7,3 proc. Nedarbas Lietuvoje 2022 m. gruodžio 31 d. buvo 1,1 proc. punkto mažesnis negu mūsų rajone. Kauno apskrities vidurkis taip pat šiek tiek mažesnis negu mūsų rajone ir siekė 9,5 proc. Dar didesnė problema surasti darbą bedarbiams, kuriems yra per 50 metų. Šalyje tokio amžiaus bedarbiai sudarė 10,5 proc., Kauno apskrityje – 11,1 proc., o mūsų rajone – net 12,4 proc. Kėdainių rajono savivaldybėje didesniai nedarbai įtakos turėjo sustabdyta didžiausios mūsų rajono įmonės AB „Lifosa“ veikla.

Tiesioginės užsienio investicijos (toliau – TUI) yra makroekonominis rodiklis, jų pagrindu kuriami tiesioginiai šalių ryšiai, skatinama ekonomikos plėtra, sudaranti sąlygas naujoms darbo vietoms kurti, modernioms technologijoms diegti, eksporto apimtims didinti. 2021 m. pabaigoje Kėdainių rajono savivaldybėje TUI siekė 291,44 mln. Eur. Tai sudarė 1,1 proc. šalies (27 109,91 mln. Eur) bei 11,80 proc. Kauno apskrities (2 468,88 mln. Eur) rodiklio. Pagal tiesioginių užsienio investicijų srautą 2021 m. Kėdainiai buvo 8-oje vietoje tarp

Lietuvos savivaldybių. Kėdainių savivaldybei TUI tenkanti dalis vienam gyventojui – 6 348 Eur (15,22 proc. mažesnis nei 2020 m.) ir buvo pačios didžiausios Kauno apskrityje, t. y. 2021 m. pabaigoje Kėdainių rajone TUI buvo beveik 1,5 karto didesnės už Kauno apskrities TUI vidurkį (4 335 Eur), tenkantį vienam gyventojui.

Kėdainių rajono savivaldybėje, kaip ir visose Lietuvoje, dominuoja smulkusis ir vidutinis verslas, kuris yra vienas svarbiausių ekonomikos augimo bei konkurencingumo veiksnių, turintis esminį poveikį naujų darbo vietų kūrimui ir socialiniam stabilumui. Siekdama sukurti kuo palankesnę smulkiajam verslui aplinką bei prisidėti prie verslo sąlygų gerinimo ir naujų darbo vietų kūrimo skatinimo, 2022 m. Kėdainių rajono savivaldybė Kėdainių rajone registruotiems verslo subjektams teikė finansinę paramą iš Smulkiojo verslo rėmimo fondo pagal 10 priemonių. Per 2022 m. Kėdainių rajono smulkiojo verslo rėmimo fondo parama pasinaudojo 38 verslo subjektai. Smulkiesiems verslininkams savivaldybės parama siekė nuo kelių šimtų eurų iki net 4 000,00 Eur vienam paramos gavėjui. Per 2022 m. smulkiajam verslui buvo suteikta finansinė parama daugiau kaip už 76 tūkst. Eur. Populiariausios Smulkiojo verslo rėmimo fondo paramos priemonės buvo dvi: įrangos/darbo priemonių įsigijimo dalinis išlaidų kompensavimas (pasinaudojo 21 pradedančios veiklą įmonės, skirta parama už 42,2 tūkst. Eur) ir naujų darbo vietų kūrimo – sukurta 19 naujų darbo vietų. Finansinės paramos pagal šią priemonę buvo suteikta už 32,18 tūkst. Eur

2022 m. Kėdainių rajono savivaldybės suteiktos vidutinis finansinės paramos dydis vienam verslo subjektui buvo 2 012,42 Eur, o vidutinė finansinė parama naujai darbo vietai – 1 693,98 Eur.

Kėdainių rajono savivaldybės suteikta finansinė parama buvo labai svarbi ir reikalinga verslo subjektams, ypač naujai įsikūrusioms įmonėms ir pradedantiems pirmuosius žingsnius versle.

Kėdainių rajonas įgyvendina įvairias verslo kūrimą skatinančias priemones, kurių tikslas yra pritraukti įmones, skatinti jų augimą ir kurti palankią verslo aplinką.

Kėdainių rajono savivaldybės smulkiojo verslo rėmimo fondo nuostatai nustato Kėdainių rajono savivaldybės teikiamos finansinės paramos smulkiojo verslo subjektams skyrimo reikalavimus, prioritetines kryptis, priemones ir dydžius, fondo administravimo tvarką, paramos teikimo bei atsiskaitymo už gautų lėšų panaudojimą tvarką.

Smulkiojo verslo subjektas pripažįstamas tinkamu gauti Fondo finansavimą pagal Nuostatų 33 punkte nurodytas priemones, jei jis atitinka Lietuvos Respublikos smulkiojo ir vidutinio verslo plėtros įstatymo 3 straipsnio 2 ir 3 dalies nuostatas, kuris veiklą registravęs ne vėliau kaip prieš dvejus metus ir yra įregistruotas ir vykdomas veiklą savivaldybės teritorijoje.

Fondo finansine parama smulkiojo verslo subjektas gali naudotis ne daugiau kaip 2 kartus per 3 metus. Bendra suteikta parama vienam smulkiojo verslo subjektui per trejus (einamuosius ir prieš taiėjusius paskutinius dvejus) metus negali viršyti 4 000 Eur;

Fondas paramą teikia kompensavimo principu, tai yra kompensuoja visas ar dalį verslo subjekto patirtų išlaidų be pridėtinės vertės mokesčio (PVM). Smulkiojo verslo subjektas, pageidaujantis gauti paramą, gali kreiptis ne vėliau kaip per tris mėnesius po finansinės paramos priemonių įgyvendinimo, išskyrus dalinį palūkanų kompensavimą.

Pagal tiesioginių užsienio investicijų (TUI) srautą Kėdainiai yra 6-oje vietoje tarp Lietuvos savivaldybių. Kėdainių savivaldybei TUI tenkanti dalis vienam gyventojui - 5 159 Eur. 2018 m. pabaigoje TUI Kėdainių rajone buvo beveik 1,5 karto didesnės už Kauno apskrities TUI vidurkį, tenkantį vienam gyventojui. Pagal TUI augimo tempus rajono savivaldybėse, išskyrus tris didžiausius Lietuvos miestus kaip Vilnius, Klaipėdą ir

Kauną - Kėdainiai nusileidžia tik Mažeikių ir Kazlų rūdų savivaldybėms. Į Kėdainių ekonominę veiklą daugiausiai investavo apdirbamąją pramonę tokios šalys kaip Rusija, Danija ir Suomija.

*Informacija apie verslo aplinką parengta remiantis Kėdainių turizmo ir verslo informacijos centro duomenimis.

2.7. Kėdainių rajono palyginimas su kitais Lietuvos rajonais. SSGG analizė

2022 metais atlikto turizmo objektų infrastruktūros vertinimo metu nustatyta, kad Kėdainių mieste esantys objektai turi geriau nei vidutiniškai sutvarkytą turizmo infrastruktūrą, tačiau rajone esantys objektai yra tvarkytini.

Šalies vidurkis yra 2,71 balo, dauguma Kėdainių mieste esančių objektų šį vidurkį viršija ir tai atspindi miesto tikslą plėtoti turizmo sritį.

Bendras visų Kėdainių rajono objektų vidurkis 2022 m.	2,58
Bendras visų Kėdainių rajono objektų vidurkis 2021 m.	2,69
Bendras visų Kėdainių rajono objektų vidurkis 2020 m.	2,79
Objektai Kėdainių rajone	Objekto vertinimo vid.
Kėdainių turizmo ir verslo informacijos centras	3,39
Kėdainių evangelikų reformatų bažnyčios statinių kompleksas	3,15
Kėdainių autobusų stotis	3,01
Šv. Juozapo bažnyčia	3,08
Kėdainių miesto parkas	2,94
Janinos Monkutės-Marks muziejus-galerija	2,99
Kėdainių geležinkelio stotis	2,85
Didžiosios Rinkos aikštė	2,79
Stiklių namas	2,63
Kėdainių krašto muziejus / Karmelitų vienuolynas	2,71
Šviesioji gimnazija (Gymnasium Illustre)	2,72
Minaretas	2,59
Sinagogos ir Senosios rinkos aikštė	2,53
Liuteronų bažnyčia	2,66
Mikalojaus Daukšos ąžuolas	2,05
Rotušė	2,90
Sukkot namelis	2,47
Kelionė Nevėžiu Vytine "Vėtra"	3,06
Isos slėnio kelias	2,66
Tradicinių amatų centras Arnetų namas	2,40
Škoto burmistro Jurgio Andersono namas	2,59
1863 metų sukilimo muziejus ir Tėvo Stanislovo liturginio meno saugotuvės	2,56
Skinderiško dendrologinis parkas	2,29
Česlovo Milošo giminė / rezidentinis konferencijų centras	2,18
Lietuvos geografinis vidurys	2,15
Šventybrastis: bažnyčia, paminklai sukilėliams ir Lietuvos Nepriklausomybės 20-mečiui, gamtos paminklai ąžuolai	2,27
Bakainių piliakalnis	2,11
Pilionių piliakalnis	2,11
Dotnuvos Viešpaties Apreiškimo Švč. Mergelei Marijai bažnyčios ir vienuolyno ansamblis	2,23
Pilsupių atodanga	2,11
Pramogų ir poilsio parkas Adomaitynė	2,39
Sinagoga, Smilgos g. 13	2,86

Džiazo gatvė	2,31
Ūkininko Grūdės Žirgynas	2,32
Terespolio dvaras ir parkas	2,22

Vertinant savivaldybių grupės, sulaukiančios panašaus turistų skaičiaus vidurkj, Kėdainių rajono turistinių objektų sutvarkymas atitinka vidurkj:

Bendras visų objektų vidurkis 2022 m.	2,62
Bendras visų objektų vidurkis 2021 m.	2,71
Bendras visų objektų vidurkis 2020 m.	2,81
Savivaldybių grupė sulaukianti daugiau nei 5 tūkst. turistų per metus	
Alytaus m.	2,66
Alytaus r.	2,65
Biržų r.	2,57
Ignalinos r.	2,37
Jonavos r.	2,81
Kėdainių r.	2,58
Lazdijų r.	2,60
Marijampolės r.	2,75
Pakruojo r.	2,34
Panevėžio r.	2,50
Prienų r.	2,58
Radviliškio r.	2,68
Raseinių r.	2,80
Rokiškio r.	2,51
Šiaulių r.	2,73
Šilutės r.	2,64
Telšių r.	2,78
Varėnos r.	2,67
Zarasų r.	2,47

Pažymėtina, kad vertinimo metu buvo susidurta su ribojančiomis aplinkybėmis – Kėdainių mieste buvusios elektromobilių įkrovos stotelės nebuvo pažymėtos google.com rodomuose šaltiniuose, todėl rajono vertinimas buvo prastesnis. Šiuo metu ši problema jau sutvarkyta, tad Kėdainių rajone esanti infrastruktūra gautų aukštesnį vertinimą.

SSGG analizė:

Stiprybės	Silpnybės
Gausūs kultūriniai (istorinio pažintinio turizmo) ištekčiai	Nepakankamai išplėtotą turizmo infrastruktūrą.
Palanki geografinė padėtis. Rajonas yra Lietuvos centre ir lengvai pasiekiamas iš skirtingų Lietuvos ir kaimyninių šalių miestų.	Bendradarbiavimo stoka viešojo ir privataus turizmo sektoriuose.
Geras krašto pasiekiamumas, rajoną kerta vienas pagrindinių Lietuvos magistralinių kelių.	Trūksta kompleksinių turizmo paketų ir parengtų klientams pasiūlymų.
Pakankamai aukšto lygio apgyvendinimo įstaigos, galinčios suteikti paslaugas patyrusiems ir komforto ieškantiems keliautojams.	Per mažai išvystyta privačių ir viešojo turizmo paslaugų tiekėjų elektroninė rinkodara.
Kėdainių miesto senamiestis.	Ryškus sezoniškumas turizmo veikloje.

Puoselėjamos senos meno ir kultūros tradicijos (amatai, renginiai ir kt.).	Mažas užsienio turistų srautas lyginant su vietos turistų srautu.
Religiniam turizmui tinkami objektai.	Aktyvaus poilsio objektų nebuvimas.
Gerai žinomos kulinarinio paveldo tradicijos.	Neįveiklintos viešosios erdvės.
Patrauklūs kultūriniai renginiai (Džiazo festivalis)	
Aukšto lygio meno muziejai.	
Augantis apsistojančių turistų skaičius, ypač kaimo turizmo sektoriuje.	
Atnaujinti istorijos muziejai.	
Grėsmės	Galimybės
Nepakankamas finansavimas turizmo sektoriuje.	Turizmo produktų kūrimas ir infrastruktūros gerinimas panaudojant ES paramos ir vietinio kapitalo lėšas.
Rekreacinių išteklių mažėjimas plėtojant pramonę.	Plėtoti tarpreginės svarbos turistinius kelius bei kurti ir viešinti vandens, dviračių ir pėsčiųjų maršrutus.
Informacijos apie turizmo paslaugas ir produktus trūkumas.	Kurti ir viešinti kompleksinius turizmo paketus.
Investicijų nepritraukimas.	Padidinti turistų srautus ne sezono metu.
Nesinaudojimas šiuolaikinėmis rinkodaros priemonėmis.	Efektyvių rinkodaros ir elektroninės rinkodaros priemonių parinkimas ir jų taikymas.
Mažos turistų išlaidos ir nežymi dalis rajono bendrajame vidaus produkte.	Tarptautinio bendradarbiavimo plėtra turizmo sektoriuje.
	Bendradarbiaujant regione siekti pritraukti užsienio turistų, stiprinant Lietuvos, kaip turistinio krašto, įvaizdį ir didinant jos žinomumą.

Apibendrinimas

Įvertinus turimą infrastruktūrą galime pažymėti kad:

- Rajonas pasižymi išskirtiniais istoriniais, religiniais objektais.
- Rajone yra daugiau nei trys traukos vietovės, galinčios generuoti nemažą turistų skaičių (Kėdainių miestas, Paberžė, Dotnuva – Akademija, Čz. Milošo gimtinė (Isos slėnis)
- Rajone esančių apgyvendinimo, maitinimo ir kultūrinių pramogų vietų skaičius atitinka šalies vidurkį.
- Rajone trūksta aktyviam laisvalaikiui skirtų pramogų.

3. EMPIRINIAI TYRIMAI

3.1. Turizmo sektoriaus profesionalų nuomonių tyrimas

Rengiant Kėdainių rajono turizmo plėtros strategiją atlikti keturi atskiri tyrimai: fokus (tikslinės) grupės, sudarytos iš rajone dirbančių svetingumo sektoriaus atstovų, fokus (tikslinės) grupės, sudarytos iš Lietuvos turizmo profesionalų tyrimų, darbo grupės apklausos ir rajono gyventojų apklausos.

Pirmasis fokus grupės tyrimas vyko rugsėjo mėnesį, antrasis lapkričio mėnesį. Tiek Kėdainių rajono tiek ir Lietuvos svetingumo sektoriaus profesionalams buvo užduoti tie patys klausimai.

Pateikiame apibendrintą fokus grupių tyrimo ataskaitą

Klausimas	I fokus grupė (Kėdainių rajono profesionalai)	II fokus grupė (Lietuvos profesionalai, ne iš Kėdainių raj.)
Kuo Kėdainių rajonas skiriasi nuo kitų Lietuvos rajonų?	<ul style="list-style-type: none"> Istorija Kultūriniu paveldu 	<ul style="list-style-type: none"> Radvilų istorija Lenkišku ir žydišku paveldu Kulinariniu paveldu
Kokie yra pagrindiniai objektai, kuriems reikėtų daugiau investicijų ir kurie galėtų pritraukti daugiau turistų?	<ul style="list-style-type: none"> Rinkos aikštė. Miesto parkas. Upė – laivyba. Skinderišio Kęstučio Kaltenio dendrologinis parkas. Akademija, Paberžė, Krakės, Dotnuva Č.Milošo gimtinė Tėvo Stanislovo muziejus 	<ul style="list-style-type: none"> Senamiestis – trūksta veiklos, priešasties pabūti ilgiau. Kulinarinio paveldo pristatymas pačiame mieste. Žydų paveldas – unikalūs, niekur kitus nerandami objektai – Sukoto namas, Vilniaus Gaono istorija.
Kokio / kokių objektų trūksta Kėdainių rajone? Reiktų vieno / dviejų, bet esminių ir galinčių generuoti finansinę naudą, objektų.	<ul style="list-style-type: none"> Šeimų poilsiui skirtų objektų 	<ul style="list-style-type: none"> Inovatyvus, šiuolaikinio objekto, skirto šeimų pramogoms
Kaip apibūdintumėte turistą, kuris atvyksta dabar?	<ul style="list-style-type: none"> Vienai dienai atvykstantis kultūrinis turistas. Moksleivių grupės. 	<ul style="list-style-type: none"> Moksleivių grupės Vienadienis lietuvis klientas Pavieniai užsienio turistai užsukantys 1-2 val.
Kokie turistai galėtų atvykti ateityje?	<ul style="list-style-type: none"> Dviejų ir daugiau dienų turistas. Šeimos. 	<ul style="list-style-type: none"> Lietuviai turistai atvykstantys su nakvyne, nes Kėdainių rajone yra daug vertingų objektų. Užsienio turistas, kuris pasinaudotų vietos pramogomis ir net jei neliktų nakvoti, bent praleistų daugiau laiko.

Apibendrinant galime įvardinti rajono turizmo plėtros tikslus:

- Pratęsti turisto buvimo trukmę, kuriant interaktyvias ekspozicijas ir naujus objektus.
- Sukurti papildomas erdves, kuriomis galėtų naudotis ir vietos gyventojai ir turistai.

- Plėtoti kultūrinę aplinką: Muzikiniai ir kultūriniai festivaliai, Daugiakultūriškumo pristatymas, Č.Milošo paveldo pristatymas.
- Išplėsti turistų maršrutus, kurie siektų labiau nutolusias vietas.
- Turizmo infrastruktūros tobulinimas.

3.2. Darbo grupės nuomonių tyrimas

Svarbiausi Kėdainių rajone esantys objektai.

Rajono gyventojams svarbios turistinės vertybės apibrėžia tam tikras vietas, objektus ar kultūrinius elementus, kurie yra ypatingai reikšmingi konkrečiam rajono gyventojams ir kartu gali atkreipti turistų dėmesį. Šios vertybės gali turėti įvairias formas ir būti susijusios su gamtos grožiu, kultūrine paveldu, tradicijomis ar kitais unikalumais, kurie tampa pritraukiančiu turistams ir prisideda prie vietinės bendruomenės identiteto.

Dauguma tyrimų atskleidė esmines gyventojams svarbių objektų ir kultūrinių elementų grupes:

Kultūriniai ir istoriniai objektai: istoriniai paminklai, muziejai, architektūriniai kompleksai, kurie yra unikalūs tam šiame rajone ir svarbūs vietiniams gyventojams.

Gamtos stebuklai: gamtos vietos, parkai, rezervatai, ežerai, kurie ne tik suteikia grožio, bet taip pat yra tinkami poilsio ir laisvalaikio objektai.

Tradiciniai renginiai: vietiniai šventiniai ar kultūriniai renginiai, kurie kuria gyventojų bendrystę ir traukia lankytojų dėmesį.

Vietinė virtuvė: unikalios vietos, kurios siūlo autentiškus vietinius patiekalus arba garsėja tam tikra virtuve, kurios yra svarbios tiek vietos gyventojams tiek ir turistams.

Liaudies menas ir amatų tradicijos: vietiniai meistrai, kurie išlaiko senovines amatų tradicijas arba kurių kūryba atspindi vietos kultūrą ir gyvenimo būdą.

Aktyvus laisvalaikis: sporto objektai, takai arba kitos galimybės aktyviai leisti laiką, kurios yra svarbios tiek gyventojams, tiek ir turistams.

Rajono gyventojams svarbios turistinės vertybės yra vietinės tapatybės simbolis, kuris skatina vietinę bendruomenę pasidalyti savo unikaliomis vertybėmis su pasauliu, prisideda prie vietos ekonominės plėtros ir skatina turizmą. Tai yra svarbus akcentas kuriant ir plėtojant regionų turizmo strategijas bei bendrąją vietos pristatymo veiklą.

Todėl atliktas tyrimas yra svarbus numatant tolimesnės turizmo strategijos raidos prioritetus ir galimas naudoti kartu su profesionalų tarpe atliktu analogišku tyrimu.

Klausimas: ką Kėdainių rajone svarbiausia pamatyti:



Šiuo tyrimu nustatyti Kėdainių rajono turizmo strategijos rengimo darbo grupėje esančių profesionalų **prioritetai**, kurie yra labai svarbūs tolimesniame strategijos sudaryme. Darbo grupė sudaryta iš atrinktų profesionalų, todėl jų nuomonė yra vertinga tolimesniam tyrimui ir plėtojimui.

Kėdainių rajono gyventojams svarbios vertybės

Rinkodaros tyrimai apie žmonėms svarbias moralines vertybes teikia informaciją apie rajono gyventojų elgesį, prioritetus ir požiūrį į įvairius produktus ar paslaugas. Šie tyrimai gali būti naudingi siekiant suprasti, kaip suvokiamos vietos, įmonės ar prekės ženklo vertybės ir kaip jos atitinka kūrėjų moralinę sistemą.

Vertybių tyrimas labai svarbus, nes remiantis prekės ženklo teorija ir praktinėmis rekomendacijomis, siūloma, kad prekės ženklo kuriamas įvaizdis turi būti maksimaliai artimas kūrėjams ir šio ženklo valdytojams. Teigiama, kad sunku valdyti prekės ženklą, jei jo komunikuojamos vertybės labai skiriasi nuo prekės ženklo valdytojų elgesio. Kai kuriame turistinės vietos įvaizdyje, galvojame kaip rajonas bus pristatomas lankytojams, labai svarbu pasirinkti vertybes artimas vietos gyventojams – nes būtent juos atvykę lankytojai ir pamatys. Rekomenduojama vengti šabloninių terminų „graži gamta“, „svetingumas“, nes šie būdvardžiai gali būti taikomi visoms pasaulio vietoms, todėl vertinimui pasitelkiami šie kriterijai:

Reputacija ir pasitikėjimas: tyrimai gali parodyti, kaip vartotojai suvokia prekės ženklo reputaciją pagal moralinius principus. Vartotojai linkę rinktis prekės ženklus, kurie atitinka jų moralines vertybes nes šis pasirinkimas yra susijęs su pasitikėjimu.

Produkto ar paslaugos patrauklumas: vartotojų moralinės vertybės gali turėti įtakos tam, ar produktas ar paslauga yra laikoma patrauklia ir priimtina. Jei produktas atitinka vartotojų moralinės sistemos normas, jis gali būti laikomas prasmingu ir pageidautinu.

Pirkimo motyvacijos: tyrimai gali išaiškinti, kokie faktoriai lemia vartotojų pirkimo sprendimus, atsižvelgiant į jų moralines vertybes. Pavyzdžiui, vartotojai gali būti linkę rinktis tvarius produktus arba produktus iš įmonių, kurios remia tam tikrus socialinius arba humanitarinius projektus.

Klientų lojalumas: įmonės, kurių veikla ir vertybės atitinka vartotojų moralinę sistemą, gali lengviau įgauti ir išlaikyti klientų lojalumą. Vartotojai dažnai yra linkę rinktis prekes ar paslaugas iš įmonių, kurios atitinka jų vertybinius požiūrius.

Bendruomenės įtrauktis: rinkodaros tyrimai taip pat gali atskleisti vartotojų požiūrį į bendruomenės įtrauktį ir socialinę atsakomybę. Vartotojai gali būti linkę palaikyti įmones, kurios prisideda prie bendruomenės gerovės ir skatina teigiamus pokyčius.

Visi šie aspektai gali būti vertingi norint suprasti vartotojų elgesį renkantis prekės ženklus, taip pat kurti efektyvias rinkodaros strategijas, kurios atspindi vartotojų moralines vertybes. Tai yra svarbus veiksnys, siekiant užmegzti ryšius su vartotojais ir kuriant ilgalaikį sėkmės modelį.

Remiantis rinkodaros teorija teigiama, kad vartotojas, šiuo atveju turistai, renkasi prekės ženklus, atitinkančius jo moralines vertybes, todėl labai svarbu apibrėžti naujai kuriamo Kėdainių prekės ženklo vertybines nuostatas.

Atlikus darbo grupėje vertybių tyrimą, buvo nustatytos Kėdainių rajono gyventojams svarbiausios vertybės:



3.3. Vietos savivaldos atstovų fokus grupės tyrimas

2023 m. gruodžio mėnesį buvo atliktas vietos savivaldos bendruomenių fokus grupės tyrimas. Tai yra įrankis, naudojamas siekiant gauti įvairiapusę informaciją apie bendruomenių poreikius, lūkesčius, iššūkius ir pageidavimus. Šis tyrimas svarbus, kadangi turizmo strategija skirta viso rajono gyventojams ir joje bus apibrėžti daugeliui seniūnijų svarbūs prioritetai. Priimant sprendimus dėl bendruomenių plėtros, socialinės gerovės, infrastruktūros ir kitų svarbių sričių buvo svarbu apibendrinti šiuos aspektus:

Bendruomenės poreikiai: tai apėmė socialinius, ekonominius, švietimo arba kultūrinius poreikius, kurie yra unikalūs kiekvienai bendruomenei.

Socialinės problemos ir iššūkiai: užimtumo problemų, švietimo galimybių trūkumo, socialinės nelygybės arba kitus svarbius aspektus.

Kultūrinės ir tautinės identiteto išsaugojimas: siekiant įvertinti kaip gyventojai vertina savo kultūrinę ir tautinę identitetą, ir kaip savivalda gali prisidėti prie šios identiteto išsaugojimo.

Viešoji nuomonė apie esamą savivaldos veiklą: Bendruomenių fokus grupės suteikia galimybę sužinoti, kaip gyventojai vertina esamą situaciją, ar jie yra patenkinti ir kokios sritys jiems kelia didžiausią susirūpinimą.

Apibendrinus vietos savivaldos atstovų fokus grupės tyrimą buvo nustatyta:

- Vietos savivaldos atstovai neprieštaruja rengiamos Kėdainių rajono turizmo strategijos prioritetiniams tikslams, kurie jiems buvo pristatyti tyrimo metu;
- Vietos savivaldos atstovai neprieštaruja pateiktam svarbiausių kultūrinių ir architektūrinių vertybių sąrašui.
- Vietos savivaldos atstovai neturėjo papildomų pasiūlymų ar prieštaravimų.

3.4. Visuomenės nuomonių tyrimas

Visuomenės nuomonės tyrimas buvo atliktas viešinant anketą Kėdainių rajono savivaldybės socialinių tinklų paskyrose, naujienų portaluose „Rinkos aikštė“ ir „Mugė“ ir jų socialinių tinklų paskyrose. Daugiau nei 80 proc. visų dalyvavusių respondentų buvo moterys gyvenančios Kėdainių rajone. Beveik po lygiai respondentai pasiskirstė trijose amžiaus grupėse – nuo 31 iki 40, nuo 41 iki 50 ir nuo 51 iki 60 metų.

Apklausoje dalyvavo daugiau nei 359 respondentai.

Beveik 90 proc. respondentų norėtų, kad Kėdainių rajoną aplankytų daugiau turistų. Tai yra labai svarbus rodiklis – pirmojoje šio dokumento dalyje, apibendrintuose ES ir kitų šalių rekomendacijose teigiama, kad vietos gyventojų palaikytas turizmo sektorius plėtrai yra būtinas elementas, ne tik dėl vietos gyventojų pasitenkinimo, bet ir dėl bendruomenės įsitraukimo pristatant rajono vertybes.

40 proc. respondentų teigia, kad Kėdainių rajonas išsiskiria savo istorija, 32 proc. – architektūra, ir tik 11 proc. ir 9 proc. respondentų išskyrė maisto tradicijas ir unikalią gamtą.

Tačiau vertinant svarbiausius objektus nuomonės išsiskyrė ir apibendrinti ar išskirti lyderius būtų sunku:

Kėdainių rajonas pasižymi kitomis, man svarbiomis, vertybėmis

- prieš 12 val. tai mano gimtasis miestas
- prieš 12 val. Senamiestis
- prieš 19 val. Miškais
- prieš 20 val. .
- prieš 21 val. daugiakultūriškumu
- prieš 22 val. -
- prieš 22 val. Nesutvarkytai ir neįveikintais dvarais
- prieš 22 val. Geografinė padėtimi
- prieš 22 val. Tautinis paveldas, senamiestis
- prieš 23 val. xxx
- prieš 24 val. Paberžėje įkurtas vienintelis Lietuvoje 1863 m. sukilimo muziejus, kur prasidėjo lietuvių tautos išsivadavimas iš Rusijos carinės priespaudos.
- prieš 1 d. Sakraliniu paveldu
- prieš 1 d. Daug dirbtinių vandens telkinių, puiki geografinė vieta ir geras susisiekimas
- prieš 1 d. Gimtinė
- prieš 1 d. Atvirumas, bendruomeniškumas
- prieš 1 d. Čia gyvenę įžymūs žmonės
- prieš 1 d. Iškilomis asmenybėmis
- prieš 1 d. Bažnytinis paveldu
- prieš 2 d. Kūrybingais žmonėmis
- prieš 2 d. Nėra vietos pasiūlymams, manau, reikia legendos, naujo paminklo, kas būtų dar vienas traukos centras
- prieš 2 d. Senamiestis
- prieš 2 d. Verslumu, džiazu puoselėjimu (buvo, pastaruoju metu savivaldybė neskiria džiazui dėmesio).

Analogiškai nuomonės išsiskyrė ir siūlant objektus, į kuriuos reiktų daugiau investuoti:

Manau, kad daugiausiai dėmesio reiktų skirti (nurodyti savo siūlomą objektą)

prieš 10 val.

Babėnų šilui, ir laisvalaikio bei poilsio zonų prapletimui naujas baseinas su spa zona būtų labai reikalinga pramoga tiek turizmo prasme tiek gyventojų laisvalaikio ir užimtumo prasme

prieš 12 val. miesto istorijos pristatymui

prieš 12 val. Babenu silui

prieš 12 val. Gamtinio turizmo plėtrai

prieš 21 val. Dvarams

prieš 22 val. -

prieš 22 val. Apleistiems dvarams

prieš 22 val. Kėdainių senamiesčiui

prieš 22 val. Atstatyti griūvančius dvarus ir jų parkus atkurti

prieš 22 val.

Varlaupio krantų sutvarkymo.tai galėtų virsti šalia šv. Jurgio bažnyčios seniausio Kėdainių miesto mūrinio pastato poilsio parkų o ne šiukšlynų ir baisių kvapų vieta

prieš 23 val. Senamiesčiui, išnaudoti aikštės, mini kioskelių su tautinių paveldų

prieš 23 val. xxx

prieš 24 val. 1863 m.sukilimui prieš carinę priespaudą.

prieš 1 d. Bažnyčioms

prieš 1 d. Nevėžiui

prieš 1 d. minaretui

prieš 1 d. Isos slėnis

prieš 1 d. Lietuvos Žemės Ūkio akademijos istorijai

prieš 1 d. Miesto parko įveiklinimui

prieš 1 d. Kaltenio dendrologinis parkas

prieš 1 d.

Senamiestis, bet, kad ne tik Didžioji gatvė bet ir gretimos sutvarkytos, nes dabar situacija tokia, kad turistai atvežami į aikštę, kaip į muziejų, apsidairo ir atgal į autobusą nes toliau jau nėra ką parodyti.

prieš 1 d. Istorinis kelias Šventybrasčio kraštovaizdžio teritorijoje

prieš 1 d. Rinkos aikštė

prieš 1 d. Šeimų užimtumui, kultūriniam gyvenimui

prieš 1 d. Senamiesčiu, muziejams

prieš 1 d. Dotnuvos vienuolyną

prieš 1 d. Įvairaus laikotarpio istorijai

prieš 1 d. Babėnų šilui

prieš 2 d. Visas senamiestis turi būti pristatomas, ne atskiri pastatai. Pristatant senamiestį kaip vienį puikiai įsipaišytų kulinarinis paveldas.

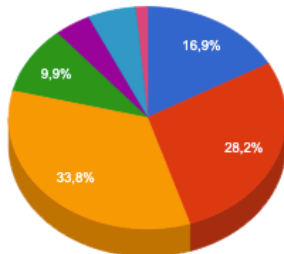
prieš 2 d. Krašto etno paveldui

prieš 2 d. Reikėtų daugiau lankytinų objektų keliautojams su vaikais.

Numatant šią nuomonių išsiskyrimo galimybę buvo parengti klausimai apie prioritetus, kuriuos išskyrė turizmo sektoriaus profesionalai. Viešajai apklausai buvo parinkti jau profesionalų išskirti pagrindiniai rajono turizmo objektai. Visuomenei išreitingavus šiuos prioritetus matome rezultata, kurį jau galima analizuoti ir apibendrinti:

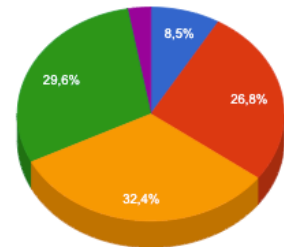
Planuojant ateities turizmo prioritetus manau, kad daugiausiai dėmesio reiktų skirti

- LDK istorijos pristatymui
- Daugiakultūriškumo pristatymui
- Gamtinio turizmo plėtrai
- Č.Milošo paveldo pristatymui
- Tėvo Stanislovo istorijos pristatymui
- Agurkų ir kulinarinio paveldo pristatymui
- Neatsakė į klausimą



Kėdainių rajone, planuojant savo laisvalaikį, man labiausiai trūksta

- Naujų muziejų
- Įrengtų poilsio gamtoje vietų
- Pramogų parkų šeimoms
- Pėsčiųjų ir dviračių takų
- Neatsakė į klausimą



Pastebima aiški tendencija, kad vietos gyventojai labiausiai norėtų turėti daugiau poilsui skirtų vietų.

Labai aiškios tendencijos matosi ir vertinant svarbiausias Kėdainių miesto vietas (nors kai kurios respondentų pažymėtos vietos yra Kėdainių rajone, ne mieste):



Balsuojant už labiausiai dėmesio vertas Kėdainių rajono vietas nuomonės buvo itin vieningos ir išskiriami du pagrindiniai objektai – traukos centrai – Paberžė ir Dotnuva / Akademija.

Vertinant tai, kad vietos gyventojų, vietos profesionalų ir Lietuvos profesionalų nuomonės tyrimo metu buvo suderinamos ir daugeliu atvejų vieningos, galime teigti, kad išskirti kultūriniai, istoriniai objektai ir veiklos tikrai geriausiai reprezentuoja Kėdainių rajoną.

3.5. Nustatytos Kėdainių rajono turizmo sektoriaus problemos

PROBLEMA	PAGRINDIMAS
I problema: žinomumo trūkumas.	Kėdainių rajonas pasižymi išskirtiniais turistiniais objektais, tačiau ne visi jie pritraukia pakankamai svečių.
II problema: pramogų vietų trūkumas.	Tiek Kėdainių mieste, tiek ir rajone trūksta laisvalaikui ir ypač šeimų laisvalaikui, pritaikytų vietų.
III problema: prioritetų išskyrimas.	Kėdainių rajone infrastruktūra išvystyta tolygiai, tačiau siekiant pritraukti turistus, turi būti nustatyti prioritetai ir pasirinktai daliai objektų skiriamas išskirtinis dėmesys.

Ketvirtoje dalyje pateikiamos Kėdainių rajono turizmo strategijos kryptys remiasi atliktais tyrimais, nustatytomis problemomis ir bendrosios Kėdainių rajono strategijos prioritetais:

- *Kraštas išsiskiriantis istoriniu Radvilų miestu su unikaliu senamiesčiu bei daugiakultūrio paveldo objektais;*
- *Klestintis Vidurio Lietuvos regiono žinių ekonomikos, plėtojamo transporto ir logistikos, chemijos ir maisto pramonės bei modernaus žemės ūkio centras;*
- *Kraštas, kuriame išplėtotą darnų žmogaus ir aplinkos vystymąsi užtikrinanti infrastruktūra, sukurta saugi bei sveika aplinka gyvenimui, darbui ir poilsiui bei gyvena tolerantiškumą puoselėjanti, kūrybingų bei iniciatyvių žmonių bendruomenė.*

4. KĖDAINIŲ RAJONO TURIZMO PLĖTROS VIZIJA: PRIORITETAI, TIKSLAI, UŽDAVINIAI.

Kėdainių rajono turizmo plėtros strategijos 2025 - 2035 metams vizija apima išskirtinų vietų išryškiniimą, istorinius naratyvus ir ateities perspektyvą. Ši vizija siekia pažymėti Kėdainių rajono unikalumą, ypatingą istorinį paveldą, tačiau ne mažiau svarbu nuolatos plėtoti rajono infrastruktūrą atsižvelgiant į šiuolaikinės visuomenės poreikius.

Vizijos prioritetai, atspindi įvairiapusį regiono turistinį potencialą. Ryškiausi turtai apima ne tik gamtos grožį, bet ir turtingą istorinį paveldą, kurį būtina išsaugoti ir perduoti ateities kartoms. Istoriniai naratyvai, susiję su miesto ir regiono praeitimi, tampa svarbia dalimi turistų patirties, kuriant ryšį tarp praeities ir dabarties. Įvairialypis patrauklumas pasiūlo kiekvienam lankytojui kažką ypatingo, pradedant turtinga LDK istorija ir baigiant kultūrų įvairove, bei garsiu kulinariniu paveldu. Tačiau rajone trūksta pramogų, kurios galėtų įtraukti visą šeimą ir papildyti istorinę bei kulinarinę patirtį aktyviais užsiėmimais.

Be to, strategijoje pabrėžiamas inovatyvių technologijų ir rinkodaros metodų naudojimas, siekiant efektyviau komunikuoti su turistais ir pasiūlyti jiems unikalias patirtis. Turi būti išnaudotos sparčiai kintančios informacinės ir komunikacijos technologijų galimybės siekiant pasiūlyti turistams modernius ir patrauklius sprendimus.

Sudarant priemonių planą siekėme, kad ši vizija įtrauktų visuomenę į turizmo plėtrą, remiantis gyventojų nuomone ir pasiūlymais. Koordinacinė grupė surengė susitikimus su gyventojais, verslininkais ir rajono seniūnais, siekdama surinkti įvairiapusį požiūrį ir pasiūlymus dėl turizmo plėtros. Tai atspindi įsipareigojimą įtraukti visuomenę į turizmo sektoriaus ateities formavimą ir skatinti institucijų bendradarbiavimą su verslu bei vietos bendruomenėmis.

Išsamus tyrimas, susijęs su stiprybėmis, silpnybėmis, galimybėmis ir grėsmėmis (SSGG), leido identifikuoti svarbiausias sritis, kurias reikia įvertinti ir plėtoti. Tai apima ne tik turizmo infrastruktūrą, bet ir kultūrinius ir ekologinius aspektus, kurie tampa integralia strategijos dalimi.

Galiausiai, svarbu yra užtikrinti tvarią ir atsakingą turizmo plėtrą, įtraukiant vietos bendruomenę, saugant kultūrinį paveldą ir gamtą. Tai atspindi įsipareigojimą formuoti ilgalaikius ir darnius turizmo sprendimus, atsižvelgiant į sparčiai kintančius turistų elgesio pokyčius ir didėjančią konkurenciją turizmo rinkoje.

Remiantis pripažintomis prekės ženklų, tame tarpe ir turistinių vietovių prekės ženklų, kūrimo geriausiomis praktikomis, labai svarbu, kad visuomenė būtų įsitraukusi į prekės ženklo komunikaciją, kad jis atitiktų visuomenei būdingas savybes ir nuostatas. Šiuolaikiniai vartotojai, gali labai lengvai identifikuoti atvejus, kuomet prekės ženklas neįrodo savo komunikacijoje naudojamų pažadų, tai iš karto lemia neigiamą nuostatą. Tuo metu vietos gyventojams sunku patvirtinti prekės ženklo komunikacijoje naudojamas vertybes, jei jos stipriai nutolusios nuo jiems būdingų. Vadinas, kai kalbame apie paslaugas ir ypač tokias sudėtingas kaip turizmo paslaugas, kurių teikime dalyvauja daugelis regiono gyventojų, labai svarbu užtikrinti visuomenės palaikymą ir sutikimą.

Strateginiai tikslai / turizmo plėtros kryptys:

Didinti rajono žinomumą.

- Diversifikuoti turizmo produktus: plėtoti naujus turizmo produktus, siekiant pritraukti skirtingas keliautojų rinkas ir padidinti turistų skaičių. Galimi produktų variantai yra kultūrinis, kulinarijos, gamtos ir pramogų turizmas.

Saugoti istorinį ir kultūrinį paveldą.

- Skatinti darnią turizmo plėtrą: turizmo sektoriaus plėtra turėtų būti orientuota į tvarius sprendimus, siekiant apsaugoti gamtą, kultūros paveldą ir socialinę gerovę. Reikia skatinti tvarias keliones ir suteikti galimybes turistams patirti vietinę kultūrą ir tradicijas.

Kurti naujus turistinius objektus.

- Išnaudojant modernias technologijas: reikia diegti naujas technologijas ir skatinti jų naudojimą turizmo sektoriuje. Technologijos gali padėti pritraukti turistus į rečiau lankomas vietas.
- Plėsti gamtinį turizmą ir šeimoms skirtas pramogas.

Misija. Vizija.

- *Kraštas išsiskiriantis istoriniu Radvilų miestu su unikaliu senamiesčiu.*
- *Kraštas, kuriame pristatomas jo daugiakultūris paveldas.*
- *Kraštas, kuriame galima aktyviai leisti laiką.*

Daugiakultūris turizmas dažnai siejamas su skirtingomis kultūromis, tradicijomis ir patirtimis. Siūlomi šūkiei, kurie galėtų tapti prasmingi daugiakultūrio turizmo skatinimui:

"Kėdainiai: Vidurio Lietuva, kur kultūros kryžkelėje susitinka"

"Kėdainiai: skirtingos kultūros, vienas kraštas"

Šie šūkiei siekia atkreipti dėmesį į Kėdainių turtingą kultūrinį paveldą (lietuvių, lenkų, žydų, škotų) ir skatina turistus tyrinėti įvairias kultūras, kurios susilieja šiame mieste, rajone. Jie taip pat pabrėžia draugišką ir priimančią atmosferą, kurią Kėdainiai siekia kurti savo svečiams. Stiprūs religiniai, kultūriniai, skirtingų tautų kurti objektai išskiria Kėdainių kraštą iš kitų Lietuvos regionų.

Kulinarijas turizmas yra kita plėtotina kryptis – neabejotinai Kėdainiai žinomi dėl ypatingų Kėdainių blynų ir agurkų. Verta pabrėžti Kėdainių kulinarijas paveldą, ir kviesti turistus į skanią kelionę, kur galima būtų susipažinti su vietiniu agurkų paruošimo būdu, kultūra ir istorija. Tai gali sukelti smalsumą ir pritraukti žmones, ieškančius unikalių kulinarijas patirčių. Be to Kėdainių rajonas, pasižymi giliomis mokslo tradicijomis, kurias verta įtraukti į savo išskirtinumą sąrašą.

Trečia kryptis būtų labai svarbi, kuriant kokybiškas sąlygas rajone ne tik ilsėtis, pažinti, bet ir gyventi. Viešų erdvių įveiklinimas, vietinių žmonių pritraukimas būtų svarbus tiek turistams tiek ir vietos gyventojams – centrinės aikštės, skverai, parkai ir šilai gali tapti naujomis susibūrimo vietomis. Tai labai svarbu miestui,

siekiančiam ne tik pritraukti turistus, bet ir sulaukyti juos ilgesniam laikui. Vertinant kitų šalių ir miestų patirtį, vietos, kuriose yra daugiau žmonių traukia turistus, skatina juos likti ilgiau.

Svarbiausias prioritetas, išskiriamas skirtingų šalių ir regionų turizmo plėtros strategijose, yra kokybiškas apjungimas vietos gyventojams ir turistams svarbios infrastruktūros, be viso kito suteikiantis turistams galimybę įsilieti į vietos gyvenimą. Būtent toks apjungimas ir užtikrina tvarią turizmo plėtrą, kuri būtų tinkama ne tik verslo plėtrai, bet ir vietos gyventojų patogiam ir kokybiškam laisvalaikiui.

4.1. Kėdainių rajono darnios turizmo plėtros strateginiai prioritetai 2025 - 2035

Ši turizmo plėtros vizija, grindžiama poreikiu:

Išsaugoti kultūrinį paveldą: Kėdainiai turi tęsti savo pastangas išsaugoti ir atgaivinti kultūrinį paveldą. Ši veikla turi apimti senų pastatų restauravimą, tradicinių švenčių ir renginių skatinimą, taip pat kultūros paveldo vietų įveiklinimą.

Plėsti turizmo infrastruktūrą: svarbu investuoti į turizmo infrastruktūrą kuriant naujus, šiuolaikiniam vartotojui – turistui pritaikytus produktus, skatinti inovacijas.

Išnaudoti gamtinį potencialą: nauji takai, dviračių maršrutai, laivų keliai ir pan. skatintų aktyvių turistų dėmesį ir aktyvų vietos gyventojų laisvalaikį.

Pristatyti kulinarinį paveldą: Kėdainiai turi išryškinti savo kulinarijos paveldą ir pasiūlyti turistams galimybę ragauti tradicinius regiono patiekalus. Maitinimo įstaigose galima skatinti naudoti vietinius produktus ir tradicines receptūras.

Plėtoti galias edukacijos tradicijas (Akademija).

Pritraukti skirtingo amžiaus turistų grupes: kultūriniai, muzikos ir sporto renginiai, festivaliai, šeimoms pritaikytos pramogos.

2025 – 2035 metams nustatyti keturi strateginiai prioritetai:

- **Istorinio paveldo įveiklinimas.**
- **Kultūrinio paveldo, tame tarpe maisto, įveiklinimas.**
- **Naujo objekto / -ų sukūrimas.**
- **Regiono žinomumo didinimas.**

I prioritetas – greitai įgyvendinami darbai, dėl to priskirti strategijos įgyvendinimo pradžiai. Tuo pačiu tai yra tęstiniai darbai – nuolatinis inovacijų diegimas ir renginių organizavimas, todėl prioritetas bus aktualus visą strategijos įgyvendinimo laiką.

Prioritetas I	Istorinio paveldo įveiklinimas.
I Tikslas	Nauji turizmo maršrutai.
Uždavinys	Sukurti naujus maršrutus Lietuvos turistams.
Uždavinys	Sukurti produktus, skirtus užsienio lietuviams.
Uždavinys	Sukurti naujus maršrutus užsienio turistams.

Priemonės	Kėdainių rajono kelių dienų maršrutas.
II tikslas	Inovacijų naudojimas istorinio paveldo pristatyme.
Uždavinys	Diegti istorinio paveldo pristatymo metodus patrauklius jaunam vartotojui.
Priemonės	Inovacijų taikymas.
Priemonės	Renginiai, pamokos ir edukacijos.
Priemonės	Virtualios realybės technologijos.
Priemonės	Video (vaizdo) pristatymai.

II prioritetas – nuolatinio palaikymo reikalaujantys darbai.

Prioritetas II	Kultūrinio paveldo įveiklinimas.
I Tikslas	Viešųjų erdvių įveiklinimas.
Uždavinys	Kėdainių miesto centrinių aikščių, upių ir ežerų pakrančių ir parkų įveiklinimas.
Uždavinys	Skongalio laisvalaikio erdvės įveiklinimas.
Priemonės	Prekyba, vaikų žaidimo aikštelės, karuselės, sporto įranga.
II Tikslas	Kulinarinio paveldo pristatymas.
Uždavinys	Skatinti privačias iniciatyvas.
Priemonės	Vertinimo sistema, komunikacinis palaikymas.

III prioritetas – nauji objektai, kuriems sukurti bus reikalingos investicijos ir papildomi tyrimai.

Prioritetas III	Naujų objektų kūrimas
I Tikslas	Gamtinio – aktyviam laisvalaikiui skirto objekto / -ų sukūrimas
Uždavinys:	Inovatyvus, šeimų poilsiui skirto objektų sukūrimas.
Priemonės	Išnaudoti Kėdainių miesto parko teritoriją.
Priemonės	Išnaudoti Babėnų šilo teritoriją.
Priemonės	Išnaudoti Skinderiščio Kęstučio Kaltenio dendrologinio parką.
I a Tikslas	Turistų buvimo laiko ilginimas.
Uždavinys	Sukurti aktyvaus laisvalaikio objektą / -us, kuriame būtų galima praleisti ne mažiau nei tris valandas.
Priemonės	Inovatyvios, aktyvaus laisvalaikio galimybes užtikrinančios, pramogos.
II tikslas	Edukacinio – kulinarinio paveldo objekto / -ų sukūrimas
Uždavinys	Specialiai pritaikyto objekto sukūrimas, kuriame būtų galima praleisti bent kelias valandas.
Priemonės	Inovatyvus kulinarinio paveldo pristatymas (muziejus, edukacijų vieta).
Priemonės	Akademijos miestelyje, Dotnuvoje esančio potencialo išnaudojimas.
III tikslas	Kultūrinio objekto pritaikymas lankymui
Uždavinys	Č.Milošo gimtinės pritaikymas turistų lankymui ir šios kultūrinės temos plėtojimas rajone.
Priemonės	Išsamus ir inovatyvus Nobelio premijos laureato istorijos įamžinimas ir pateikimas.
IV tikslas	Religinio – piligriminio objekto pritaikymas turistų lankymui
Uždavinys	Paberžėje esančio muziejaus ir piligrimų centro plėtra.
Priemonės:	Nauji, piligriminio turizmo maršrutai, produktai.

Uždavinys	Religinio piligriminio centro įkūrimas Dotnuvos vienuolyne ar kitoje tam tinkamoje vietoje.
V tikslas	Daugiataučio paveldo platesnis pristatymas
Uždavinys:	Žydiško paveldo pristatymo tobulinimas.
Priemonės	Interaktyvios, naujos ekspozicijos.
Priemonės	Pramoginiai renginiai – Sukkot tradicijų pristatymas.
Uždavinys	Škotiško paveldo pristatymas.
Priemonės	Platesnė informacijos, apie Kėdainiuose gyvenusius škotus, sklaida ir objektų pritaikymas lankymui.
Uždavinys	Formuoti patogią tarpinio sustojimo aplinką.
Priemonės	Informacijos apie turimas istorines vertybes pristatymas užsienio turistams.
Priemonės	Objektų pritaikymas turistų lankymui.

IV prioritetas – rinkodaros priemonės, skirtos visų, kituose prioritetuose įvardintų, sukurtų produktų viešinimui ir pristatymui vartotojui – turistui.

Prioritetas IV	Regiono žinomumo ir turistų srautų didinimas.
I Tikslas	Informacijos apie rajono turizmo galimybes sklaida Lietuvoje
Uždavinys	Vieningo Kėdainių rajono taktinio rinkodaros ir komunikacijos plano parengimas ir įgyvendinimas, taikant inovatyvias komunikacijos priemones, prioritetą teikiant socialinių platformų (kanalų) naudojimui.
Priemonės	Komunikacijos plano įgyvendinimas priskiriant šią funkciją dedikuotiems darbuotojams.
Priemonės	Informacijos rengimas ir pateikimas.
Priemonės	Mokymai turizmo sektoriaus darbuotojams.
Priemonės	Integruotos ir partnerysčių rinkodaros metodų taikymas.
II Tikslas	Informacijos apie rajono turizmo galimybes sklaida prioritentinėse užsienio rinkose.
Uždavinys	Informacijos pateikimas užsienio lietuvių, lenkų, latvių ir žydų turistams, taip pat bendradarbiavimas su broliškais miestais.
Priemonės	Informacijos sklaida socialinėje žiniasklaidoje.
Priemonės	Dalyvavimas turizmo parodose tikslinėse rinkose ir užsienio lietuvių dienos.
III tikslas	Skirtingų amžiaus grupių turistų pritraukimas.
Uždavinys	Interaktyvus informacijos pateikimas.
Priemonės	Socialinė žiniasklaida, nuomonės formuotojai.
Priemonės	Šeimoms pritaikytų paslaugų plėtra.
IV tikslas	Turizmo sezoniškumą mažinančios priemonės.
Uždavinys	Šeimų pritraukimas į muziejus.
Priemonės	Renginiai, kurių metu galima aplankyti edukacijas be išankstinio užsakymo.
Uždavinys	Kultūros renginių organizavimas.
Priemonės	Festivalių, kurie pritrauktų lankytojus, organizavimas (džiazo ir kitos muzikos, kulinarinių, skirtų istorinių datų minėjimui).
Uždavinys	Sporto renginių organizavimas.
Priemonės	Tarptautinių, respublikinių ir rajoninių sporto renginių organizavimas.

Numatyti tikslai, uždaviniai ir priemonės atliepia Lietuvos strateginius tikslus: kurti atvirą, kūrybingą ir atsakingą visuomenę, diegti sumanias technologijas, skirti ypatingą dėmesį inovacijoms, švietimui ir socialiniai sanglaudai.

4.2. Kėdainių rajono turizmo strategijos atitiktis Nacionaliniam pažangos planui – 7 iš 10 tikslų

	10 tikslų, kuriuos numatyta pasiekti iki 2030 metų	
1 TIKSLAS	Pereiti prie mokslo žiniomis, pažangiosiomis technologijomis, inovacijomis grįsto darnaus ekonomikos vystymosi ir didinti šalies tarptautinį konkurencingumą.	Naujų, inovatyvių objektų kūrimas, bei inovacijų taikymas Kėdainių rajono istorijos pristatyme.
2 TIKSLAS	Didinti gyventojų socialinę gerovę ir įtrauktį, stiprinti sveikatą ir gerinti Lietuvos demografinę padėtį	Viešųjų erdvių ir parkų įveiklinimas
3 TIKSLAS	Didinti švietimo įtrauktį ir veiksmingumą, siekiant atitikties asmens ir visuomenės poreikiams	Akademijos miestelio potencialo išnaudojimas, inovacijų taikymas istoriniuose objektuose, kuris gali pritraukti jaunesnius lankytojus.
4 TIKSLAS	Stiprinti tautinį ir pilietinį tapatumą, didinti kultūros skvarbą ir visuomenės kūrybingumą	Inovacijų taikymas istoriniuose objektuose, kuris sudomintų jaunesnius lankytojus.
5 TIKSLAS	Gerinti transporto, energetinį ir skaitmeninį vidinį ir išorinį junglumą	-
6 TIKSLAS	Užtikrinti gerą aplinkos kokybę ir gamtos išteklių naudojimo darną, saugoti biologinę įvairovę, švelninti Lietuvos poveikį klimato kaitai ir didinti atsparumą jos poveikiui	Tvarus ir planingas turizmo plėtojimas prisideda darnaus išteklių vartojimo, gamtos ir istorinių vertybių saugojimo.
7 TIKSLAS	Tvariai ir subalansuotai vystyti Lietuvos teritoriją ir mažinti regioninę atskirtį	Turistinių paslaugų paskirstymas rajone: Akademija, Dotnuva, Krakės, Paberžė, Isos slėnis – kuriant naujas darbo vietas.
8 TIKSLAS	Didinti teisinės sistemos ir viešojo valdymo veiksmingumą	-
9 TIKSLAS	Stiprinti Lietuvos įtaką pasaulyje ir ryšius su diaspora	Č. Milošo, škotiško ir žydiško paveldo plėtros projektai.
10 TIKSLAS	Stiprinti nacionalinį saugumą	-

5. KĖDAINIŲ RAJONO 2025 – 2035 METŲ TURIZMO PLĖTROS STRATEGIJOJE NUMATYTŲ PRIORITETŲ ĮGYVENDINIMO PRIEMONIŲ PLANAS

5.1. Siūlomų priemonių aprašymas

Prioritetas I	Istorinio paveldo įveiklinimas.
I Tikslas	Nauji turizmo maršrutai (produktų kūrimas)
Uždavinys	Sukurti naujus maršrutus Lietuvos turistams.
Uždavinys	Sukurti produktus, skirtus užsienio lietuviams.
Uždavinys	Sukurti naujus maršrutus užsienio turistams.
Priemonės	Kėdainių rajono kelių dienų maršrutas.

Tikslas	Uždavinys	Priemonė	Aprašymas
Nauji turizmo maršrutai	Sukurti naujus maršrutus Lietuvos turistams	Kėdainių rajono kelių dienų maršrutas	Šis maršrutas kviečia keliautojus pažinti ne tik įspūdingus kraštovaizdžius, bet ir susipažinti su rajono gyventojų gyvenimo būdu, tradicijomis bei įdomiais istoriniais įvykiais. Maršrutas, kuris apjungia įspūdingus kultūrinius, istorinius ir gamtos objektus, kurie atskleidžia Kėdainių rajono įvairovę ir unikalumą. Tai ne tik kelionė, bet ir nuotykis, kuris leidžia geriau pažinti šį regioną ir jo gyventojus.
		Kelis kaimyninius rajonus apjungiantys tematiniai maršrutai: istoriniai	Pateikiami galimi tematinių maršrutų pavyzdžiai, bet atsižvelgiant į aplinkybes ir būsimą objektų plėtrą, gali atsirasti ir kitų temų. Laisvės kovų maršrutas. Šaltojo karo pėdsakais (Kėdainiai - Raseiniai).
		Piligriminiai	Piligriminis kelias. Pėsčiųjų maršrutas (Kėdainiai - Raseiniai). Religinis maršrutas (Kėdainiai - Šeduva – Šiluva – Kryžių kalnas).
		Kulinariniai	Maisto - gurmanų kelias.
		Specifiniai, tik šiam rajonui būdingi	Augalininkystės kelias.
	Sukurti produktus, skirtus užsienio lietuviams	Turistinis maršrutas, skirtas užsienio lietuviams	Dviejų dienų maršrutas skirtas užsienio lietuviams, kuomet vieną dieną susipažįstama su rajono istoriniais ir kultūriniais objektais, o kita skirta gimtųjų vietų lankymui.
	Sukurti naujus maršrutus užsienio turistams	Kėdainių rajono kelių dienų maršrutas	Maršrutas skirtas lenkų ir žydų turistams formuojant tarpinio sustojimo vietą.

II tikslas	Inovacijų naudojimas istorinio paveldo pristatyme.
Uždavinys	Diegti istorinio paveldo pristatymo metodus patrauklius jaunam vartotojui.
Priemonės	Inovacijų taikymas.
Priemonės	Renginiai ir edukacijos.
Priemonės	Virtualios realybės technologijos.
Priemonės	Video (vaizdo) pristatymai.

Tikslas	Uždavinys	Priemonė	Aprašymas
Inovacijų naudojimas istorinio paveldo pristatyme	Diegti istorinio paveldo pristatymo metodus patrauklius jaunam vartotojui	Inovacijų taikymas	<p>Inovacijos kultūrinio paveldo pristatyme gali žymiai pagerinti lankytojų patirtį ir prisidėti prie paveldo išsaugojimo bei supratimo. Greta interaktyvių parodų ir virtualios realybės, kuri jau yra taikoma kai kuriuose Kėdainių rajono muziejuose, papildomai reiktų kokybiškai naujų inovacijų.</p> <p>Kultūrinio paveldo pristatyme turi būti integruotos socialinio tinklo funkcijos, leidžiančios lankytojams dalintis savo patirtimi, nuotraukomis ar komentarais su kitais. Tai skatina bendruomenės dalyvavimą ir padeda sukurti įvairius pasakojimus apie paveldą.</p> <p>Įvairios meno formos, tokios kaip projekcijos, šviesos šou, skaitmeninės instaliacijos ar netgi virtualūs performansai, gali būti naudojami siekiant atnaujinti paveldo pristatymą ir pritraukti naują auditoriją.</p> <p>Inovacijos ne tik praturtina kultūrinio paveldo pristatymą, bet ir skatina naujus būdus išsaugoti ir interpretuoti paveldą, prisidedant prie didesnio lankytojų dalyvavimo ir suvokimo. Tai svarbus žingsnis į priekį siekiant užtikrinti, kad paveldas būtų prieinamas ir prasmingas šiuolaikiniai visuomenei.</p>
		Renginiai ir edukacijos	<p>Svarbiausia, kad būtų reguliariai, nustatytu metu vykstantys užsiėmimai. Esminė problema daugelyje Lietuvos rajonų, kad renginiai ir edukacijos organizuojami tik pagal išankstinį užsakymą ir tik grupėms, tai iš esmės prieštarauja turizmo tendencijoms, kuomet keliaujama spontaniškai ir dažnai nedidele kompanija, kuri negali pasinaudoti edukacijomis ir tokiu būdu ši paslauga dažnai lieka tik teorinė.</p>
		Virtualios realybės technologijos	<p>Virtualiosios realybės (VR) ir papildytosios realybės (AR) technologijos gali suteikti lankytojams unikalią galimybę "keliauti laike" arba "pajusti" senovinių vietų atmosferą. Įrenginiai, tokie kaip VR akiniai arba AR programos, gali padėti atkurti istorines scenas arba įkūnyti senovinius objektus tiesiogiai iš lankytojo prietaiso.</p>
		Video (vaizdo) pristatymai	<p>Muziejai gali įtraukti video (vaizdo) pristatymus į savo veiklą įvairiais būdais, siekdami pagerinti lankytojų patirtį, pasidalinti informacija ir suteikti naujų perspektyvų.</p> <p>Virtualiosios ekskursijos gali būti naudingos norintiems giliau suprasti ekspoziciją ar planuojantiems būsimą vizitą, t.y. kaip reklaminės žinutės.</p> <p>Informacijos skaidymas: video pristatymai gali būti naudojami siekiant paaiškinti sudėtingesnius eksponatus ar istorinius kontekstus. Trumpi video įrašai gali būti integruoti tiesiai į ekspoziciją, papildydami</p>

			<p>rašytinę informaciją ir padedantys lankytojams greičiau suvokti svarbiausius punktus.</p> <p>Audiovizualinės instaliacijos: kūrėjai gali kurti audiovizualines instaliacijas, kurios sujungia daugiaekranines projekcijas, garsą ir netgi judesį, siekdami kurti menines, įtaigias patirtis. Tai gali būti naudinga interpretuojant tam tikrus istorinius ar meno kūrinius.</p> <p>Lankytojų patirties gausinimas: kamera gali būti naudojama fiksuoti lankytojų reakcijas, atsiliepimus ar netgi prisiminimus. Šie vaizdo įrašai gali būti dalijamasi socialiniuose tinkluose arba naudojami kitaip, kad skatintų kitus lankytojus dalytis savo patirtimis.</p> <p>Virtualios realybės (VR) pristatymai: muziejai gali sukurti VR pristatymus, kuriuose lankytojai gali būti perkelti į kitą erdvę ar laiką.</p> <p>Edukaciniai video seminarai: kuratoriai ar ekspertai gali kurti video seminarus, kuriuose dalijamasi savo žiniomis ir analize apie konkrečius eksponatus arba tematiką. Tokie seminarai gali būti tiesiogiai transliuojami arba įrašyti ir pateikti muziejaus tinklalapyje.</p>
--	--	--	---

Prioritetas II	Kultūrinio paveldo įveiklinimas.
I Tikslas	Viešųjų erdvių įveiklinimas.
Uždavinys	Kėdainių miesto centrinių aikščių ir parkų, upių ir ežerų krantinių įveiklinimas.
Uždavinys	Skongalio laisvalaikio erdvės įveiklinimas.
Priemonės	Prekyba, vaikų žaidimo aikštelės, karuselės.
II Tikslas	Kulinarinio paveldo pristatymas.
Uždavinys	Skatinti privačias iniciatyvas ir NVO.
Priemonės	Vertinimo sistema, komunikacinis palaikymas.

Tikslas	Uždavinys	Priemonė	Aprašymas
Viešųjų erdvių įveiklinimas	Kėdainių miesto centrinių aikščių ir parkų, upių ir ežerų krantinių įveiklinimas	Prekyba, vaikų žaidimo aikštelės, karuselės	<p>Miesto centrinių aikščių ir parkų įveiklinimas yra procesas, kurio tikslas yra pagerinti šių viešųjų erdvių funkcionalumą, estetiką ir prieinamumą miestiečiams bei lankytojams. Įveiklinimas gali apimti įvairius aspektus, pradedant infrastruktūros patobulinimais ir baigiant kultūrinių renginių organizavimu. Tačiau keli svarbiausi elementai užtikrintų pastovų lankytojų srautą:</p> <p>Infrastruktūra: vaikų žaidimų aikštelės ir pėsčiųjų zonos gali būti įrengiamos pagal poreikius.</p> <p>Prieinamumas: centrinių aikščių ir parkų projektavimas turi būti orientuotas į prieinamumą visiems miestiečiams, įskaitant neįgalius asmenis. Rampos, lietimui įrenginiai ir tinkama ženklų sistema gali</p>

			<p>pagerinti prieinamumą ir padaryti šias erdves draugiškesnes visai bendruomenei.</p> <p>Žaliosis dizainas: integravus daugiau augalų, medžių ir žalumos, galima sukurti gražias ir sveikas aplinkas. Žaliosis dizainas taip pat gali padėti mažinti oro užterštumą ir palaikyti biologinę įvairovę.</p> <p>Meninės instaliacijos: meninės instaliacijos, skulptūros ar šviesos šou gali praturtinti centrinės aikštės ar parko aplinką, kuriant unikalias ir neeilines patirtis miestiečiams ir lankytojams.</p> <p>Įveiklinimu turi būti siekiama transformuoti centrinės aikštės ir parko erdves į gyvybingas ir bendruomenę jungiančias vietas, kurios tampa miesto tapatybės ir socialinio gyvenimo centru.</p>
Kulinarinio paveldo pristatymas	Skatinti privačias iniciatyvas	Vertinimo sistema	<p>Kulinarinio paveldo vertinimo sistema yra struktūra arba kriterijai, kurie naudojami įvertinti maisto, gaminio arba kulinarijos tradicijų kultūrinį, istorinį ir estetinį vertinimą. Šios sistemos padeda įtvirtinti ir išsaugoti kulinarinį paveldą, skatina kultūrinę įvairovę ir prisideda prie vietinių maisto tradicijų puoselėjimo. Vietinės kulinarinės asociacijos arba bendruomenės gali kurti savo vertinimo sistemas, skatinančias vietinius šefus, gamintojus ar virtuvės menininkus gerbti ir puoselėti tradicijas. Šios sistemos siekia pripažinti ir apsaugoti kultūrinį paveldą, kuris išreiškiamas maiste, puoselėti vietinius skonius ir tradicijas.</p>
		Komunikacinis palaikymas	<p>Vietos savivalda gali atlikti svarbų vaidmenį skatinant vietos verslo iniciatyvas per efektyvų komunikacinį palaikymą. Gerai suplanuota ir vykdoma komunikacija gali ne tik palaikyti esamus verslo subjektus, bet ir pritraukti naujus investuotojus, klientus bei padėti sukurti palankią verslo aplinką. Pateikiami pagrindiniai elementai, kaip vietos savivalda gali skatinti vietos verslo iniciatyvas per komunikacinį palaikymą:</p> <p>Informatyvios kampanijos: savivalda gali organizuoti informacines kampanijas, kurios pristato vietos verslo galimybes, paslaugas ir privalumus. Tai gali apimti įvairius kanalus, tokius kaip viešieji renginiai, socialiniai tinklai, leidiniai ir vietos naujienų portalai. Vengiant viešųjų ir privačiųjų interesų konflikto, tokia komunikacinė kampanija gali būti organizuojama vieno sektoriaus, o ne atskirų verslo subjektų palaikymui.</p> <p>Verslo sektoriaus palaikymas: komunikacija gali būti nukreipta į tam tikrą verslo sritį arba sektorių, pabrėžiant vietos savivaldos įsipareigojimą remti konkretų verslą. Tai gali būti daroma per specialias konferencijas, seminarus. Savivalda gali įgyvendinti rinkodaros kampanijas, skatinančias investuotojus ir turistus susipažinti su vietos verslo galimybėmis. Tai gali būti tiek vietinė, tiek tarptautinė kampanija.</p>

			<p>Bendradarbiavimas su verslo bendruomene: komunikacija turėtų būti dvipusė, skatinant dialogą su vietos verslo bendruomene. Geras ryšys leidžia savivaldai geriau suprasti verslo poreikius ir sukurti politiką, kuri atitinka vietinių įmonių lūkesčius bei sužinoti naujienas.</p> <p>Geras komunikacinis palaikymas gali padėti sukurti palankią ir skaidrią verslo aplinką, kurioje verslo subjektai gali augti ir plėtoti savo iniciatyvas. Tai yra ilgalaikė investicija į vietos ekonominį augimą ir gerovę.</p>
--	--	--	---

Prioritetas III	Naujų objektų kūrimas
I Tikslas	Gamtinio – aktyviam laisvalaikiui skirto objekto / -ų sukūrimas
Uždavinys	Sukurti inovatyvų, šeimų poilsiui skirtą objektą.
Priemonės	Išnaudoti Kėdainių miesto parko teritoriją.
Priemonės	Išnaudoti Babėnų šilo teritoriją.
Priemonės	Išnaudoti Skinderišio Kęstučio Kaltenio dendrologinį parką.
I a Tikslas	Turistų buvimo laiko ilginimas.
Uždavinys	Sukurti aktyvaus laisvalaikio objektą / -us, kuriame būtų galima praleisti ne mažiau nei tris valandas.
Priemonės	Inovatyvios, aktyvaus laisvalaikio galimybes užtikrinančios, pramogos.

Tikslas	Uždavinys	Priemonė	Aprašymas
Gamtinio – aktyviam laisvalaikiui skirto objekto / -ų sukūrimas	Inovatyvaus, šeimų poilsiui skirto objekto sukūrimas	Išnaudoti Kėdainių miesto parko teritoriją	<p>Miesto ar parko inovatyvūs pramogų sprendimai, skirti šeimų poilsiui, gali padėti sukurti patrauklią laisvalaikio erdvę. Tokios inovacijos gali pritraukti skirtingas amžiaus grupes ir patenkinti įvairius poreikius. Pateikiamos pagrindinės šiuolaikinių parkų plėtros kryptys:</p> <p>Interaktyvios žaidimų zonos: kūrybingos ir interaktyvios žaidimų zonos gali įtraukti vaikus ir suaugusiuosius. Įdiegti išmanius paviršius, lietimui jautrias ekrano sistemas arba virtualiosios realybės žaidimus, leidžiančius šeimoms bendrauti ir žaisti kartu.</p> <p>Vandens tvenkinių įveiklinimas parke (vandens pramogos).</p> <p>Augintiniams draugiškos zonos: parkas gali turėti specifines zonas, kurios yra draugiškos augintiniams. Tai gali būti vietos skirtos veikloms, tokios kaip šunų treniruotės aikštelės, specialūs maršrutai ar netgi organizuotos šunų šeiminkų susitikimo dienos.</p> <p>Sporto ir sveikatos takai bei zonos: kombinuoti takai, kurie jungia judėjimo trasas su sporto įranga, skatina šeimas aktyviai judėti. Sveikatos takai su sportinėmis stotelėmis arba netgi mobiliais treniruokliais, skatinančiais lankytojus judėti.</p> <p>Gamtinės mokymosi zonos: gamtos mokymosi zonos, kuriose vaikai gali pažinti augalus ir gyvūnus,</p>

			<p>ekosistemos tvarumą, arba netgi dalyvauti ugdymo programose, kurios skatina supratimą apie gamtos procesus.</p> <p>Ekologinės zonos: skatinant ekologinį sąmoningumą, parkai gali kurti ekologines veiklos zonas, kuriose vietos gyventojai galėtų dalyvauti augalų sodinime, kompostavime ar kitoje veikloje.</p> <p>Inovatyvūs pramogų sprendimai gali pritraukti vietos gyventojus ir turistus, skatinti aktyvų poilsį ir suteikti unikalias patirtis, prisidedančias prie bendros laisvalaikio kokybės.</p>
		Išnaudoti Babėnų šilo teritoriją	<p>Aktyvaus laisvalaikio parkų kūrimo tendencijos keičiasi atsižvelgiant į kintančius visuomenės poreikius ir naujausias technologijas. Šiuo metu pastebimos šios svarbiausios tendencijos:</p> <p>Draugiško gamtai (eco-friendly) ir tvarumo principai: daugiau parkų kuriama, atsižvelgiant į ekologijos ir darnaus vystymosi principus. Tai apima ne tik natūralių gamtos resursų išsaugojimą, bet ir ekologinės architektūros, taupančios energiją ir mažinančios atliekas, įgyvendinimą.</p> <p>Prasmingas technologijų panaudojimas: aktyvaus laisvalaikio parkuose naudojamos technologijos siekiant pagerinti lankytojų patirtį. Tai gali būti išmanieji mobilieji aplikacijos, žaidimai su išmaniaisiais įrenginiais, virtualiosios realybės arba papildytos realybės įrenginiai, praturtinantys parko pramogas ir edukacinius momentus.</p> <p>Sporto ir sveikatos zonos: daugiau parkų įtraukia fitneso zonas, sporto aikšteles ir takus, skatinančius aktyvų gyvenimo būdą. Šie parkai tampa ne tik poilsia vietėmis, bet ir sveikatos ir sporto centrais.</p> <p>Gamtos integravimas: bandoma maksimaliai išsaugoti natūralią gamtą ir ją įtraukti į parko dizainą. Sodai, eko koridoriai ir palaikymas yra svarbūs vietinių rūšių augalų bei gyvūnų įvairovei.</p> <p>Ekstremalios pramogos: kai kuriuose parkuose įrengiamos linksmos ir adrenalino kupinos aktyvių pramogų vietos, tokios, kaip kalnų dviračių trasos, laipiojimo sienelės, slidinėjimo trasos ir pan.</p> <p>Edukaciniai elementai: parkuose dažniau integruojami edukaciniai elementai, kurie moko lankytojus pažinti gamtą, aplinkos išsaugojimą, kultūrinį paveldą ir kitus edukacinius aspektus.</p> <p>Šeimai draugiški elementai: dauguma naujų parkų yra suprojektuoti taip, kad atitiktų šeimų poreikius. Tai apima žaidimų aikšteles, pikniko vietas, šeimai draugiškus takus ir kitus pramogų elementus, kurie yra pritaikyti įvairaus amžiaus grupėms.</p> <p>Kūrybinis dizainas ir menas: parkuose vis daugiau dėmesio skiriama kūrybiniais dizaino elementams ir</p>

			<p>meninėms instaliacijoms, kurios ne tik praturtina parko aplinką, bet ir suteikia lankytojams unikalią patirtį.</p> <p>Bendruomenės įvykiai ir renginiai: parkai tampa vietomis, kuriose organizuojami įvairūs renginiai ir švenčių proga vykdomi projektai, įtraukiantys vietines bendruomenes ir skatinantys socialinį sąveikavimą.</p> <p>Šios tendencijos siekia sukurti daugiavfunkcinius ir inovatyvius parkus, kurie patenkintų skirtingus lankytojų poreikius, būtų draugiški aplinkai ir skatintų aktyvų gyvenimo būdą.</p> <p>Siekiant pritaikyti parko teritoriją aktyviam laisvalaikiui reikia atlikti Babėnų šilo galimybių studiją. Geriausia studiją atlikti iki pradedant įgyvendinti ilgalaikę turizmo plėtros strategiją (2024).</p>
		Išnaudoti Skinderišio Kęstučio Kaltenio dendrologinį parką.	Gamtai draugiško pažintinio parko sukūrimas ir pažintinių ekskursijų magnolijų žydėjimo metu organizavimas, bei kitu metu išnaudojamos kitos unikalios ir šiam parkui būdingos temos (medžių ir paukščių pažinimo takai).
Turistų buvimo laiko ilginimas	Sukurti aktyvaus laisvalaikio objektą / -us, kuriame būtų galima praleisti ne mažiau nei tris valandas	Inovatyvios, aktyvaus laisvalaikio galimybes užtikrinančios, pramogos	Aktyviam poilsiui skirto parko sukūrimas pailgintų turistų praleidžiamą laiką rajone ir paskatintų juos apsistoti bent vienai nakvynei.

II tikslas	Edukacinio – kulinarinio paveldo objekto / -ų sukūrimas
Uždavinys	Specialiai pritaikyto objekto sukūrimas, kuriame būtų galima praleisti bent kelias valandas.
Priemonės	Inovatyvus kulinarinio paveldo pristatymas (muziejus, edukacijų vieta).
Priemonės	Akademijos miestelyje, Dotnuvoje esančio potencialo išnaudojimas.

Tikslas	Uždavinys	Priemonė	Aprašymas
Edukacinio – kulinarinio paveldo objekto / -ų sukūrimas	Naujo objekto sukūrimas ar esamo atnaujinimas, kuriame būtų galima praleisti bent kelias valandas	Inovatyvus kulinarinio paveldo pristatymas (muziejus, edukacijų vieta)	<p>Inovatyvus kulinarinio paveldo pristatymas apima kūrybiškus ir naujoviškus būdus pristatyti, pabrėžti arba interpretuoti vietinį maisto paveldą. Tai yra procesas, kuriuo siekiama sujungti tradicijas su šiuolaikinėmis tendencijomis, kad maisto kultūra taptų įdomi, įvairi ir patraukli plačiajai auditorijai.</p> <p>Inovatyvus kulinarinio paveldo pristatymas dažnai apima pasakojimus apie maisto kilmę, istoriją ir tradicijas. Maisto istorija gali būti pristatoma kaip įdomus ir prasmingas naratyvas, kuris prisideda prie vartotojų susidomėjimo.</p> <p>Tai gali būti maisto degustacijos, kulinarijos pamokos, kitos patirtys, kurios leidžia lankytojams aktyviai dalyvauti maisto gamybos procese.</p>

			<p>Kulinarinį paveldą galima integruoti į meno ir kultūros renginius. Pavyzdžiui, maisto festivaliai, parodos ar muziejai gali pristatyti vietinius maisto produktus ir tradicijas kaip meninį kūrinį.</p> <p>Šios inovacijos siekia įtraukti žmones į maisto pasaulį ne tik skoniu, bet ir patirties, pasakojimo ir kultūros lygiais, suteikiant jiems naujus ir įdomius būdus patirti ir suprasti maistą.</p>
		Akademijos miestelyje, Dotnuvoje esančio potencialo išnaudojimas.	<p>Akademijos miestelis gali tapti pagrindiniu kulinarinio ir agronominio paveldo centru, supažindinant rajono lankytojus su turtingu rajono kulinarijos paveldu, organizuojant edukacijas.</p> <p>Inicijuoti teatralizuotas ekskursijas Dotnuvos dvare.</p>
		Krakių miestelyje esančio potencialo išnaudojimas	<p>Skulptoriaus V. Ulevičiaus muziejaus įveiklinimas.</p> <p>Kulinarijos ir kultūrinio paveldo edukacinės programos.</p> <p>Tobulinant esamas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. „Žydų kaimynystėje 150 metų“ 2. „Kelias į marčias: išverptas, išaustas, išsvajotas“ 3. „Arbatirtis“ <p>Bei kuriant naujas programas, atsižvelgiant į lankytojų poreikius.</p>
		Kitų rajonui būdingų temų plėtojimas turistiniuose maršrutuose	<p>Sukurti edukacinę programą „Pieno kelias“.</p> <p>Sukurti edukacinę programą „Agurkų kelias“.</p>

III tikslas	Kultūrinio objekto pritaikymas lankymui
Uždavinys	Čz. Milošo giminės pritaikymas turistų lankymui ir šios kultūrinės temos plėtojimas rajone.
Priemonės	Išsamus ir inovatyvus Nobelio premijos laureato istorijos įamžinimas ir pateikimas.

Tikslas	Uždavinys	Priemonė	Aprašymas
Kultūrinio objekto pritaikymas lankymui	Čz. Milošo giminės pritaikymas turistų lankymui ir šios kultūrinės temos plėtojimas rajone	Išsamus ir inovatyvus Nobelio premijos laureato istorijos įamžinimas ir pateikimas	Pastatų atvėrimas lankytojams ir įtraukios ekspozicijos sukūrimas padėtų plačiau pristatyti išskirtinės Lietuvos asmenybės gyvenimą ir kultūrinį palikimą bei pritrauktų daugiau užsienio turistų. Jei atsirastų didelės vertės objektas, dalis turistų tikrai liktų rajone nakvoti ir tai padėtų didinti turistų, apsistojančių bent vienai nakčiai, skaičių.
		Renginių organizavimas	Čz. Milošo atminimui paminėti skirtų renginių ir tarptautinių konferencijų organizavimas.

IV tikslas	Religinio – piligriminio objekto pritaikymas turistų lankymui
Uždavinys	Paberžėje esančio muziejaus plėtra.
Priemonės	Nauji, piligriminio turizmo maršrutai, produktai.

Uždavinys	Religinio piligriminio centro įkūrimas Dotnuvos vienuolyne ar kitoje tam tinkamoje vietoje.
-----------	---

Tikslas	Uždavinys	Priemonė	Aprašymas
Religinio – piligriminio objekto pritaikymas	Paberžėje esančio muziejaus plėtra	Inovatyvūs ir nauji ekspozicijos pristatymo metodai	Paberžė yra gerai žinoma vieta, traukianti religinius turistus, tačiau šiuo metu esanti infrastruktūra yra nepakankama, o ekspozicija nepritraukia lankytojų, kurie norėtų susipažinti su unikalia Lietuvoje žinomo asmens istorija. Reikia pabrėžti, kad tėvas Stanislovas yra ne tik religingiems lankytojams svarbi persona, tačiau gali pritraukti ir kitus lankytojus, kuriems įdomi tautinio identiteto tema.
Piligrimų centro įkūrimas	Dotnuvos vienuolyno įveiklinimas		Piligrimų centro sukūrimas Dotnuvos vienuolyne, kuriame būtų konferencijoms skirtos erdvės ir nakvynės vietos. Toks piligrimų centras pritrauktų ilgalaikius turistus.

V tikslas	Daugiataučio paveldo platesnis pristatymas
Uždavinys	Žydiško paveldo pristatymo tobulinimas.
Priemonės	Interaktyvios, naujos ekspozicijos.
Priemonės	Pramoginiai renginiai – Sukoto tradicijų pristatymas.
Uždavinys	Škotiško paveldo pristatymas.
Priemonės	Informacijos apie škotišką paveldą Kėdainių rajone sklaida ir objektų pritaikymas lankymui.
Uždavinys	Formuoti patogią tarpinio sustojimo aplinką.
Priemonės	Informacijos apie turimas istorines vertybes pristatymas užsienio turistams.
Priemonės	Objektų pritaikymas turistų lankymui.

Tikslas	Uždavinys	Priemonė	Aprašymas
Daugiataučio paveldo platesnis pristatymas	Žydiško paveldo pristatymo tobulinimas	Interaktyvios, naujos ekspozicijos.	Nuolatinis esamų ekspozicijų atnaujinimas ir naujų kūrimas. Vieno bilieto principu galima pritraukti turistus aplankyti kelis objektus. Tai naudojama kai kuriose šalyse, kuomet nusipirkus bilietą į vieną žydų paveldo objektą, turistas gali aplankyti ir kitus. Tai labai svarbu, nes taip turistas atvykęs į labiausiai žinomą objektą užsuka ir į kitus. Siūlomas bendradarbiavimas su „Dingusio Štetlo“ muziejumi Šeduvoje – tokia rinkodaros partnerystė prisidėtų prie Kėdainių miesto žydiško paveldo žinomumo didinimo.
		Pramoginiai renginiai – Sukot tradicijų pristatymas.	Kėdainiai turi unikalias galimybes rengti žydiško paveldo pristatymus lietuviams turistams, ir tokiu būdu pritraukti daugiau lankytojų. Žydiškas kultūrinis paveldas yra gausus ir įvairus, todėl jo pristatymas turistams gali būti įdomus ir įtraukiantis. Tokios ekskursijos ir programos dažnai leidžia turistams suprasti istorinį, religinį ir kultūrinį

			<p>žydų palikimą ir yra populiarios daugelyje Lietuvos ir Europos vietų.</p> <p>Kadangi Kėdainiai turi Europos mastu unikalią pastatą, tai būtų labai tikslinga su juo sieti specifines edukacijos programas.</p>
	Škotiško paveldo pristatymas	Informacijos sklaida ir objektų pritaikymas	Škotiško paveldo objektų pritaikymas turistų lankymui ir platesnis šios unikali, kitiems Lietuvos rajonams nebūdingos, temos pristatymas.
	Formuoti patogią tarpinio sustojimo aplinką	Informacijos apie turimas istorines vertybes pristatymas užsienio turistams.	Šiuo metu dauguma keliautojų, tame tarpe į Lietuvą atvykstančių žydų nežino apie turtingą žydų paveldą Kėdainiuose, tačiau jau 2024 metais darbą pradeda „Dingusio Štetlo muziejus“ Šeduvoje, kuris pritrauks daug lankytojų, todėl būtina didinti finansavimą skirtą kultūrinio paveldo pristatymui užsienyje.

Prioritetas IV	Regiono žinomumo ir turistų srautų didinimas
I Tikslas	Informacijos apie rajono turizmo galimybes sklaida Lietuvoje
Uždavinys	Vieningo Kėdainių rajono taktinio rinkodaros ir komunikacijos plano parengimas, taikant inovatyvias komunikacijos priemones, prioritetą teikiant socialinių platformų (kanalų) naudojimui.
Priemonės	Komunikacijos plano įgyvendinimas priskiriant šią funkciją dedikuotiems darbuotojams.
Priemonės	Informacijos rengimas ir pateikimas.
Priemonės	Mokymai turizmo sektoriaus darbuotojams.
Priemonės	Integruotos ir partnersčių rinkodaros taikymas.

Tikslas	Uždavinys	Priemonė	Aprašymas
Informacijos apie rajono turizmo galimybes sklaida Lietuvoje	Vieningo Kėdainių rajono taktinio rinkodaros ir komunikacijos plano parengimas, taikant inovatyvias komunikacijos priemones, prioritetą teikiant socialinių platformų (kanalų) naudojimui	Komunikacijos plano parengimas ir įgyvendinimas priskiriant šią funkciją dedikuotiems darbuotojams	<p>Rinkodaros komunikacijos planas yra struktūrizuotas dokumentas, kuriame išdėstyti konkretūs rinkodaros komunikacijos žingsniai, numatyti planuojamiems tikslams pasiekti. Tai esminis įrankis, kuris padeda organizacijai efektyviai bendrauti su savo auditorija ir pasiekti norimus rezultatus. Šis planas apima įvairias rinkodaros komunikacijos priemones ir žingsnius, kurie gali būti taikomi tam, kad sukurti, palaikyti arba stiprinti bendravimą su klientais, partneriais ir kitomis svarbiomis grupėmis.</p> <p>Rinkodaros komunikacijos planas yra dinaminis dokumentas, kuris gali būti koreguojamas atsižvelgiant į besikeičiančią rinkos aplinką, vartotojų elgesį ir kitus veiksnius. Tai pagalba organizacijai efektyviai planuoti ir valdyti savo rinkodaros veiklą.</p>
		Mokymai turizmo sektoriaus darbuotojams.	Siekiant maksimaliai panaudoti šiuolaikines rinkodaros priemones ir kanalus, labai svarbu, kad ne vien tik valstybinės institucijos, bet ir verslas

			<p>įsitrauktų į rajono žinomumo didinimą, todėl reikia nuolatos kelti tiek verslo tiek ir institucijų darbuotojų kvalifikaciją ir tai turi būti daroma tikslingai bei reguliariai.</p> <p>Svarbu pasitvirtinti mokymų planus metams ir juos įgyvendinti, nes tik taip bus galima kartu įgyvendinti ir rajono rinkodaros planą.</p>
		Bukletų ir spausdintos informacijos rengimas bei pateikimas	<p>Nuolatinis turizmo centro atliekamas darbas.</p> <p>Leidiniai pristatantys naujai sukurtus maršrutus ir turizmo produktus (edukacijas, ekspozicijas).</p>
		Nuolatinis informacijos internete atnaujinimas	<p>Nuolatinis turizmo centro atliekamas darbas.</p>
		Integruotos rinkodaros ir partnerystės taikymas.	<p>Partnerystės rinkodara (angl. partnership marketing) yra rinkodaros strategija, kai dvi ar daugiau įmonių ar organizacijų bendradarbiauja norėdamos pasiekti bendrus rajono rinkodaros tikslus. Ši strategija leidžia partneriams dalintis ištekliais, patirtimi ir žiniomis, siekiant sukurti abiem naudingą situaciją. Tai gali būti naudinga visoms šalims, nes partnerystės būdu galima pasiekti didesnį matomumą, pritraukti naujų klientų ir padidinti pardavimus.</p> <p>Pagrindinės partnerystės rinkodaros savybės apima:</p> <p>Bendradarbiavimas: partneriai dalijasi ištekliais, galimybėmis arba kitais elementais, kurie gali prisidėti prie abipusio naudingumo.</p> <p>Bendri tikslai: partneriai nustato bendrus tikslus, ir jų siekia naudodami savo rinkodaros kanalus. Tai gali būti didesnis matomumas, naujų klientų pritraukimas ar kita bendra tikslų sistema.</p> <p>Bendro poveikio didinimas: partnerystės rinkodara siekia padidinti abiejų partnerių poveikį rinkoje.</p> <p>Bendradarbiaujant, įmonės gali pasiekti didesnį matomumą ir pritraukti didesnį dėmesį nei atskirai.</p> <p>Bendros reklamos kampanijos: partneriai gali įgyvendinti bendras reklamos kampanijas arba kitas rinkodaros iniciatyvas. Tai gali būti tiek tradicinės reklamos, tiek internetinės rinkodaros priemonės. Tiksliau, verslui dalinantis informacija, kurią skelbia valstybinės institucijos būtų galima sukurti natūralų naujienu srautą ir užtikrinti didesnį matomumą viešuosiuose kanaluose turint mažesnį biudžetą.</p> <p>Rinkodaros kanalų integracija: partnerystės rinkodara leidžia integruoti skirtingus rinkodaros kanalus, tokius kaip socialiniai tinklai, tiesioginė rinkodara, el. pašto rinkodara ir kt.</p> <p>Bendradarbiavimas renginiuose: partneriai gali bendradarbiauti organizuodami ar remdami</p>

			<p>įvairius renginius, kaip muziejų renginiai, parodos, konferencijos arba kitos rinkodaros akcijos.</p> <p>Svarbu pažymėti, kad partnerystės rinkodara gali būti veiksminga tik tuo atveju, jei abiejų partnerių vertybės, tikslai ir rinkos yra suderinti. Veiksminga partnerystė yra abipusiškai naudinga, suteikia pridėtinę vertę visoms dalyvaujančioms šalims ir leidžia efektyviau išnaudoti rinkodaros biudžetą.</p>
--	--	--	---

II Tikslas	Informacijos apie rajono turizmo galimybes sklaida prioritėtinėse užsienio rinkose		
Uždavinys	Informacijos pateikimas užsienio lietuvių, Lenkijos, Latvijos ir žydų turistams, pateikiant informaciją JAV, Lenkijoje, Latvijoje ir Izraelyje, bei broliškuose miestuose.		
Priemonės	Informacijos sklaida socialinėje žiniasklaidoje.		
Priemonės	Dalyvavimas turizmo parodose tikslinėse rinkose ir užsienio lietuvių dienose.		

Tikslas	Uždavinys	Priemonė	Aprašymas
Informacijos apie rajono turizmo galimybes sklaida prioritėtinėse užsienio rinkose	Informacijos pateikimas užsienio lietuvių, Lenkijos, Latvijos turistams ir žydų turistams Izraelyje bei JAV	Informacijos sklaida socialinėje žiniasklaidoje.	Tai integrali bendro rinkodaros ir komunikacijos plano dalis, kurioje turi būti nurodyti metodai ir žingsniai, kaip bus didinamas rajono žinomumas prioritėtinėse užsienio rinkose.
		Dalyvavimas turizmo parodose tikslinėse rinkose ir užsienio lietuvių dienose.	Dalyvavimas parodose: Adventur, Lietuvoje, Balttour, Latvijoje, IMTM, Izraelyje, Estijoje ir TT Warsaw, Lenkijoje. Arba kitose analogiškose, jei parodų organizatoriai keistųsi. Pristatymas Lietuvių dienoje JAV – priklausomai nuo pasirinkto miesto – Lietuvių dienos vyksta Čikagoje, Los Andžele, Filadelfijoje ir kituose miestuose. Informacijos pateikimas formuojant bendras komunikacijos strategijas su Kėdainių broliškais miestais.

III tikslas	Skirtingų amžiaus grupių turistų pritraukimas		
Uždavinys	Interaktyvus informacijos pateikimas.		
Priemonės	Socialinė žiniasklaida, nuomonės formuotojai.		
Priemonės	Šeimoms pritaikytų paslaugų plėtra.		

Tikslas	Uždavinys	Priemonė	Aprašymas
Skirtingų amžiaus grupių turistų pritraukimas	Interaktyvus informacijos pateikimas	Socialinė žiniasklaida	Integrali bendro komunikacijos plano dalis, kurioje nurodyti kanalai, žinučių tematika ir planas, kurį įgyvendinus bus pritrauktos skirtingo amžiaus turistų grupės.

		Nuomonės formuotojai	Remiantis atliktu rinkos tyrimu parinkti nuomonės formuotojai skirtingo amžiaus turistams.
		Šeimoms pritaikytų paslaugų plėtra	Specialūs turistiniai maršrutai ir ekskursijos, kuriuose atsižvelgiama į šeimų poreikius, įtraukiant vaikams pritaikytas edukacines programas ar interaktyvius lankytinus objektus

IV tikslas	Turizmo sezoniškumą mažinančios priemonės		
Uždavinys	Šeimų pritraukimas į muziejus.		
Priemonės	Renginiai, kurių metu galima aplankyti edukacijas be išankstinio užsakymo.		
Uždavinys	Kultūros renginių organizavimas.		
Priemonės	Festivalių, kurie pritrauktų lankytojus, organizavimas (džiazo ir kitos muzikos, kulinarinių, istorines datas mininčių).		
Uždavinys	Sporto renginių organizavimas.		
Priemonės	Tarptautinių, respublikinių ir rajoninių sporto renginių organizavimas.		

Tikslas	Uždavinys	Priemonė	Aprašymas
Turizmo sezoniškumą mažinančios priemonės	Šeimų pritraukimas į muziejus	Renginiai, kurių metu galima aplankyti edukacijas be išankstinio užsakymo	Labai svarbu teikti lengvai prieinamas paslaugas, todėl Kėdainių rajone reikia numatyti tam tikras datas, kuomet visi turistinių paslaugų tiekėjai teiktų savo autorines ekskursijas ir edukacijas. Užtikrinus reikiamą komunikacinį palaikymą iš rajono savivaldybės, būtų kuriama nauja tradicija, miesto renginiai, kurie pritrauktų lankytojų. Tuo pačiu turistai lengvai pasinaudotų visomis teikiamomis paslaugomis, jam nereiktų vargti planuojant ir jis pamatytų geriausia, ką gali pasiūlyti Kėdainių kraštas. Atitinkamai miesto ir rajono savivalda prisidedama tik komunikaciniu palaikymu, galėtų padėti verslui ir vietos institucijoms kurti naujas tradicijas ir užtikrinti reikiamus turistų srautus.
	Kultūros renginių organizavimas	Renginiai, kurie pabrėžtų rajono išskirtinumą	Tai kultūrinių ir muzikinių renginių, kurie atspindėtų unikalias Kėdainių rajono savybes, įtrauktų vietos gyventojus ir atkreiptų turistų dėmesį, organizavimas. Tokie renginiai pritraukia daug lankytojų ir jie gali vykti skirtingais metų laikais, tokiu būdu mažindami turizmo sezoniškumą.
	Sporto renginių organizavimas	Tarptautiniai, respublikiniai ir rajoniniai renginiai	Kėdainių sporto centro ir kitos, rajone esančios sporto infrastruktūros išnaudojimas, siekiant pritraukti tikslinę turistų grupę.

5.2. Priemonių įgyvendinimo planas

Eil. Nr.	Prioritetas / tikslas / uždavinys / priemonė	Rodiklis, tikslas	Įgyvendinimo terminas	Vykdytojas
1.	Istorinio paveldo įveiklinimas			
1.1.	Nauji turizmo maršrutai (produktų kūrimas)			
1.1.1.	Sukurti naujus maršrutus Lietuvos turistams			TVIC
	Kėdainių rajono kelių dienų maršrutas.	5 vnt. atnaujinant kas du metus	2025, 2027, 2029, 2031, 2033, 2035.	TVIC
	Kelis kaimyninius rajonus apjungiantis tematinis maršrutas.	1 vnt. atnaujinant kas du metus	2025, 2027, 2029, 2031, 2033, 2035.	TVIC
1.1.2.	Sukurti produktus, skirtus užsienio lietuviams			TVIC
	Turistinis maršrutas, skirtas užsienio lietuviams.	1 vnt. atnaujinant kas du metus	2025, 2027, 2029, 2031, 2033, 2035.	TVIC
1.1.3.	Sukurti naujus maršrutus užsienio turistams.			TVIC
	Kėdainių rajono kelių dienų maršrutas.	2 vnt. atnaujinant kas du metus	2025, 2027, 2029, 2031, 2033, 2035.	TVIC
	<p>Maršrutų sukūrimas apima visus tris produkto kūrimo etapus – tyrimą, skirtą nustatyti koks produktas turi būti kuriamas, produkto sukūrimą ir informacijos apie sukurtą maršrutą paskelbimą – internete ir spausdintame variante.</p> <p>Produkto kūrimo procesas neapima jo viešinimo. Tai turi būti numatyta kitose Kėdainių rajono turizmo strategijos įgyvendinimo priemonėse (rinkodaros strategijoje).</p>			
1.2.	Inovacijų naudojimas istorinio paveldo pristatyme			
1.2.1.	Diegti istorinio paveldo pristatymo metodus patrauklius jaunam vartotojui	Priklausomai nuo skiriamo finansavimo.		Kėdainių krašto muziejai ir kitos kultūros įstaigos
1.2.1.1.	Inovacijų taikymas:			
	Vartotojų įtrauktį skatinančios priemonės.	Priklausomai nuo skiriamo finansavimo.		Kėdainių krašto muziejai ir kitos kultūros įstaigos
	Šiuolaikinio meno performansai.	Priklausomai nuo skiriamo finansavimo.		Kėdainių krašto muziejai ir kitos kultūros įstaigos
1.2.1.2.	Renginiai ir edukacijos			
	Renginiai	Atnaujinant kas du metus.	2025, 2027, 2029, 2031, 2033, 2035.	Kėdainių krašto muziejai ir kitos kultūros įstaigos
	Edukacijos	Atnaujinant kas du metus.	2025, 2027, 2029, 2031, 2033, 2035.	Kėdainių krašto muziejai ir kitos kultūros įstaigos, NVO

1.2.1.3.	Virtualios realybės technologijos	Priklausomai nuo skiriamo finansavimo.		Kėdainių krašto muziejai ir kitos kultūros įstaigos
1.2.1.4.	Video (vaizdo) pristatymai	Priklausomai nuo skiriamo finansavimo.		Kėdainių krašto muziejai ir kitos kultūros įstaigos

2.	Kultūrinio paveldo įveiklinimas			
2.1.	Viešųjų erdvių įveiklinimas			
2.1.1.	Kėdainių miesto centrinių aikščių ir parkų, upių ir ežerų krantinių įveiklinimas	Priklausomai nuo skiriamo finansavimo.	Iki 2030	Savivaldybės administracija
2.1.1.1.	Prekyba	Ši veikla bus plėtojama tik tada, kai bus įveiklintos viešosios erdvės, tačiau būtina numatyti prekybos galimybes techniniuose vietų įveiklinimo planuose		Savivaldybės administracija
2.1.1.2.	Vaikų žaidimo aikštelės, karuselės	Kėdainių miesto parke, 1 vnt.	Iki 2030	Savivaldybės administracija
2.1.2.	Skongalio laisvalaikio erdvės įveiklinimas	Priklausomai nuo skiriamo finansavimo.	Iki 2030	Savivaldybės administracija
2.2.	Kulinarinio paveldo pristatymas			
2.2.1.	Skatinti privačias iniciatyvas			
2.2.1.1.	Vertinimo sistema	1 vnt.	Sukūrimas iki 2027 m.	Savivaldybės administracija ir TVIC
2.2.1.2.	Komunikacinis palaikymas	Trijų metų rinkodaros planas, atnaujinamas kas tris metus.	Įgyvendinimo etapai: Plano sukūrimas iki 2026, atnaujinimai 2029, 2032 ir 2035 m.	Savivaldybės administracija ir TVIC

3.	Naujų objektų kūrimas			
3.1.	Gamtinio – aktyviam laisvalaikiui skirto objekto / -ų sukūrimas			
3.1.1.	Inovatyvaus, šeimų poilsiui skirto objekto sukūrimas			Savivaldybės administracija
3.1.1.1.	Išnaudoti Kėdainių miesto parko teritoriją	1 vnt.	Iki 2030 m.	
3.1.1.2.	Išnaudoti Babėnų šilo teritoriją	1 vnt.	Iki 2030 m.	
3.1.1.3.	Išnaudoti Skinderiškių Kęstučio Kaltenio dendrologinį parką	1 vnt.	Iki 2030 m.	
3.1.2.	Sukurti aktyvaus laisvalaikio objektą / -us, kuriame būtų galima praleisti ne mažiau nei tris valandas			Savivaldybės administracija

3.1.2.1.	Inovatyvios, aktyvaus laisvalaikio galimybes užtikrinančios, pramogos	1 vnt.	Iki 2030 m.	
3.2.	Edukacinio – kulinarinio paveldo objekto / -ų sukūrimas			
3.2.1.	Didelio objekto sukūrimas, kuriame būtų galima praleisti bent kelias valandas	1 vnt.	Iki 2030 m.	Savivaldybės administracija
3.2.1.1.	Inovatyvus kulinarinio paveldo pristatymas (muziejus, edukacijų vieta)	1 vnt.	Iki 2030 m.	Kėdainių krašto muziejai
3.2.1.2.	Akademijos miestelyje, Dotnuvoje esančio potencialo išnaudojimas	Galimybių studija, plano parengimas ir įgyvendinimas	Iki 2028 m.	Savivaldybės administracija
3.3.	Kultūrinio objekto pritaikymas lankymui			
3.3.1.	Č.Milošo gimtinės pritaikymas turistų lankymui ir šios kultūrinės temos plėtojimas rajone	Priklausomai nuo skiriamo finansavimo.	Iki 2030	Savivaldybės administracija
3.3.1.1.	Išsamus ir inovatyvus Nobelio premijos laureato istorijos jamžinimas ir pateikimas	Priklausomai nuo skiriamo finansavimo.	Iki 2030	Savivaldybės administracija
3.4.	Religinio – piligriminio objekto pritaikymas turistų lankymui			
3.4.1.	Paberžėje esančio muziejaus ir piligrimų centro plėtra, Dotnuvos vienuolyno ir kitų tinkamų objektų įveiklinimas.	Priklausomai nuo skiriamo finansavimo.	Iki 2030	Savivaldybės administracija
3.4.1.1.	Nauji, piligriminio turizmo maršrutai.	1 vnt.	Kas du metus, pradedant nuo 2026 m.	TVIC
3.4.1.2.	Nauji, piligriminio turizmo produktai.	Piligrimų centras, konferencijų salė, nakvynės vietos.	Iki 2033.	Savivaldybės administracija ir privatūs asmenys.
3.5.	Daugiataučio paveldo platesnis pristatymas			
3.5.1.	Žydiško ir škotiško paveldo pristatymo tobulinimas.	Priklausomai nuo skiriamo finansavimo.	Iki 2030	Daugiakultūris centras ir TVIC
3.5.1.1.	Interaktyvios, naujos ekspozicijos, objektų pritaikymas lankymui.	Priklausomai nuo skiriamo finansavimo.	Iki 2030	Daugiakultūris centras ir TVIC
3.5.1.2.	Pramoginiai renginiai – žydų ir kitų Kėdainiuose gyvenusių tautų tradicijų pristatymas.	Priklausomai nuo skiriamo finansavimo.	Iki 2030	Daugiakultūris centras ir TVIC
3.5.2.	Formuoti patogią tarpinio sustojimo aplinką			TVIC
3.5.2.1.	Informacijos apie turimas istorines vertybes pristatymas užsienio turistams	Informacijos interneto svetainėje atnaujinimas	Iki 2026 m.	TVIC

4.	Regiono žinomumo ir turistų srautų didinimas.			
----	--	--	--	--

4.1.	Informacijos apie rajono turizmo galimybes sklaida Lietuvoje			
4.1.1.	Vieningo Kėdainių rajono taktinio rinkodaros ir komunikacijos plano parengimas ir įgyvendinimas, taikant inovatyvias komunikacijos priemones, prioritetą teikiant socialinių platformų (kanalų) naudojimui.	Trijų metų rinkodaros planas, atnaujinamas kas tris metus.	Įgyvendinimo etapai: Plano sukūrimas iki 2026, atnaujinimai 2029, 2032 ir 2035 m.	TVIC
4.1.1.1.	Komunikacijos plano parengimas priskiriant šią funkciją dedikuotiems darbuotojams.			TVIC
4.1.1.2.	Komunikacijos plano įgyvendinimas priskiriant šią funkciją dedikuotiems darbuotojams.	Tęstinis darbas.	Pradžia nuo pirmo komunikacijos plano sukūrimo ir patvirtinimo.	TVIC
4.1.1.3.	Informacijos rengimas ir pateikimas.	Tęstinis darbas.	Pradžia nuo pirmo komunikacijos plano sukūrimo ir patvirtinimo.	TVIC
4.1.1.4.	Mokymai darbuotojams.	Tęstinis darbas.	Pradžia nuo pirmo komunikacijos plano sukūrimo ir patvirtinimo.	TVIC
4.1.1.5.	Partnerysčių rinkodaros taikymas.	Tęstinis darbas.	Pradžia nuo pirmo komunikacijos plano sukūrimo ir patvirtinimo.	TVIC
4.2.	Informacijos apie rajono turizmo galimybes sklaida prioritetinėse užsienio rinkose			
4.2.1.	Informacijos pateikimas užsienio lietuvių, Lenkijos, Latvijos ir žydų turistams Izraelyje bei JAV, bei broliškuose miestuose.	Tęstinis darbas.	Pradžia nuo pirmo komunikacijos plano sukūrimo ir patvirtinimo.	TVIC
4.2.1.1.	Informacijos sklaida socialinėje žiniasklaidoje.	Tęstinis darbas.	Pradžia nuo pirmo komunikacijos plano sukūrimo ir patvirtinimo.	TVIC

4.2.1.2.	Dalyvavimas turizmo parodose tikslinėse rinkose ir užsienio lietuvių dienose.	Tęstinis darbas.	Pradžia nuo pirmo komunikacijos plano sukūrimo ir patvirtinimo.	TVIC
4.3.	Skirtingų amžiaus grupių turistų pritraukimas			
4.3.1.	Interaktyvus informacijos pateikimas.	Tęstinis darbas.	Pradžia nuo pirmo komunikacijos plano sukūrimo ir patvirtinimo.	TVIC
4.3.1.1.	Socialinė žiniasklaida	Tęstinis darbas.	Pradžia nuo pirmo komunikacijos plano sukūrimo ir patvirtinimo.	TVIC
4.3.1.2.	Nuomonės formuotojai. Lietuvoje žinomi nuomonės formuotojai, kilę iš Kėdainių rajono.	Tęstinis darbas.	Pradžia nuo pirmo komunikacijos plano sukūrimo ir patvirtinimo.	TVIC
4.3.1.3.	Šeimoms pritaikytų paslaugų (parengtų maršrutų) plėtra.	Tęstinis darbas.	Pradžia nuo pirmo komunikacijos plano sukūrimo ir patvirtinimo.	TVIC ir Kėdainių r. savivaldybės administracija
4.4.1.	Turizmo sezoniškumą mažinančios priemonės	Tęstinis darbas.	Pradžia nuo pirmo komunikacijos plano sukūrimo ir patvirtinimo.	
4.4.1.1.	Šeimų pritraukimas į muziejus	Tęstinis darbas.	Pradžia 2025 m..	TVIC ir Kėdainių krašto muziejus
4.4.1.2.	Renginiai, kurių metu galima aplankyti edukacijas be išankstinio užsakymo.	Tęstinis darbas.	Pradžia 2025 m..	TVIC ir Kėdainių krašto muziejai bei kitos kultūros įstaigos
4.4.2.	Festivalių ir kitų masinių renginių organizavimas	Tęstinis darbas.	Pradžia 2025 m..	Kėdainių kultūros centras ir Kėdainių r. savivaldybės administracija
4.4.3.	Sporto renginių ir varžybų organizavimas	Tęstinis darbas.	Pradžia 2025 m..	Sporto centras ir Kėdainių r.

				savivaldybės administracija
4.5.	Informacinių paslaugų, skirtų turistui, užtikrinimas ir plėtra.	Tęstinis darbas.	Pradžia 2025 m..	TVIC

5.3. Kėdainių rajono turizmo plėtros strategijos įgyvendinimo priežiūros sistema

Įgyvendinimo priežiūros struktūra

Institucija	Funkcijos	Rezultatai	Vykdymo laikotarpis
Savivaldybės administracija	Koordinuoti savivaldybės administracijai ir kitoms rajono institucijoms priskirtų veiklų įgyvendinimą.	Numatytais etapais patvirtinti įgyvendintas veiklas.	Pagal pateiktą priemonių įgyvendinimo planą ir žemiau esančią lentelę.
TVIC	Užtikrinti TVIC priskirtų veiklų įgyvendinimą.	Numatytais etapais patvirtinti įgyvendintas veiklas.	Pagal pateiktą priemonių įgyvendinimo planą ir žemiau esančią lentelę.

Įgyvendinimo priežiūros paskirstymas laike

Pagrindinis Kėdainių rajono turizmo Strategijos stebėsenos įrankis – metinės Strategijos įgyvendinimo priežiūros ataskaitos rengimas, svarstymas ir tvirtinimas. Ataskaitoje teikiama pagrindinė su Strategijos įgyvendinimu susijusi informacija:

- Apibrėžiamas ataskaitinis laikotarpis;
- Apibūdinami pagrindiniai ataskaitiniu laikotarpiu įgyvendinti rezultatai, pasiektos stebėsenos rodiklių reikšmės;
- Pateikiama išorės ir vidaus veiksnių, dariusių reikšmingą įtaką Strategijos įgyvendinimui, analizė;
- Įvardijamos keistinos ar papildytinos turizmo rinkodaros Strategijos dalys ir siūlymų argumentacija, susieta su išorės ir vidaus veiksnių analize.

Metinių Strategijos įgyvendinimo priežiūros ataskaitų rengimas ir aptarimas turėtų būti pagrindu nuolatiniam trumpesnio laikotarpio Strategijoje numatytų rinkodaros veiksmų planavimui, į kurį būtų įtraukiama kuo platesnė susijusių visuomenės ir turizmo sektoriaus atstovų dalis. Taip Strategijos įgyvendinimas būtų padalintas į trumpesnius, vienu metų, laikotarpius ir jos priežiūra ir progreso įvertinimas būtų paprastas ir efektyviai įgyvendinamas. Prireikus (atsiradus nenumatytoms rizikoms, išorės ar vidaus veiksniams), Strategija yra keičiama ar papildoma. Šio dokumento koregavimas – procesas, kai yra pildomas veiksmų planas, koreguojami strateginiai tikslai ar konkrečios rinkodaros priemonės.

Rekomenduojama, kad Strategijos koregavimo poreikį nustato ir tvirtina strategijos rengime dalyvavusi darbo grupė.

Priemonė	Rezultatų pristatymas										Vykdytojas	
	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034		
Istorinio paveldo įveiklinimas												

Maršrutų turistams sukūrimas												TVIC
Inovacijų naudojimas istorinio paveldo pristatyme												
Inovacijų taikymas:												
Įtrauktį skatinančios priemonės.	Priklausomai nuo skiriamo finansavimo.						Kėdainių krašto muziejai ir kitos kultūros įstaigos					
Šiuolaikinio meno performansai.	Priklausomai nuo skiriamo finansavimo.						Kėdainių krašto muziejai ir kitos kultūros įstaigos					
Renginiai ir edukacijos												
Renginiai ir edukacijos	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	Kėdainių krašto muziejai ir kultūros įstaigos	
Virtualios realybės technologijos	Priklausomai nuo skiriamo finansavimo.						Kėdainių krašto muziejai ir kultūros įstaigos					
Video (vaizdo) pristatymai	Priklausomai nuo skiriamo finansavimo.						Kėdainių krašto muziejai ir kultūros įstaigos					

Kultūrinio paveldo įveiklinimas			
Viešųjų erdvių įveiklinimas			
Kėdainių miesto centrinių aikščių ir parkų, upių ir ežerų krantinių įveiklinimas	Priklausomai nuo finansavimo.		Iki 2030
Prekyba	Numatyti prekybos galimybes techniniuose vietų įveiklinimo planuose.		Savivaldybės administracija
Vaikų žaidimo aikštelės, karuselės	Kėdainių miesto parke, 1 vnt.		Iki 2030
Skongalio laisvalaikio erdvės įveiklinimas	Priklausomai nuo finansavimo.		Iki 2030
Kulinarinio paveldo pristatymas			
Vertinimo sistema	1 vnt.		2027
Komunikacinis palaikymas, atnaujinimas numatytais periodais	2026	2029	2032 2035
Savivaldybės administracija ir TVIC			

Naujų objektų kūrimas			
Gamtinio – aktyviam laisvalaikiui skirto objekto / -ų sukūrimas			
Išnaudoti Kėdainių miesto parko teritoriją	1 vnt.		Iki 2030 m.
Išnaudoti Babėnų šilo teritoriją	1 vnt.		Iki 2030 m.
Išnaudoti Skinderišio Kęstučio Kaltenio dendrologinį parką	1 vnt.		Iki 2030 m.
Edukacinio – kulinarinio paveldo objekto / -ų sukūrimas			
Inovatyvus kulinarinio paveldo pristatymas (muziejus, edukacijų vieta)	1 vnt.		Iki 2030 m.
Kėdainių krašto muziejai			

Akademijos miestelyje, Dotnuvoje esančio potencialo išnaudojimas	Galimybių studija, plano parengimas ir įgyvendinimas	Iki 2032 m.	Savivaldybės administracija			
Kultūrinio objekto pritaikymas lankymui						
Č.Milošo gimtinės pritaikymas turistų lankymui ir šios kultūrinės temos plėtojimas rajone	Priklausomai nuo skiriamo finansavimo.	Iki 2030	Savivaldybės administracija			
Išsamus ir inovatyvus Nobelio premijos laureato istorijos jamžinimas ir pateikimas	Priklausomai nuo skiriamo finansavimo.	Iki 2030	Savivaldybės administracija			
Religinio – piligriminio objekto pritaikymas turistų lankymui						
Paberžėje esančio muziejaus ir piligrimų centro plėtra, Dotnuvos vienuolyno ir kitų tinkamų objektų įveiklinimas.	Priklausomai nuo skiriamo finansavimo.	Iki 2030	Savivaldybės administracija			
Nauji, piligriminio turizmo maršrutai. 1 vnt. kas du metus.	2026	2028	2030	2032	2034	TVIC
Nauji, piligriminio turizmo produktai.	Piligrimų centras, konferencijų salė, nakvynės vietos.	Iki 2033.	Savivaldybės administracija ir privatūs asmenys.			
Daugiakultūrio paveldo platesnis pristatymas						
Žydiško ir šotiško paveldo pristatymo tobulinimas.	Priklausomai nuo skiriamo finansavimo.	Nuolatos	Daugiakultūris centras ir TVIC			
Informacijos apie turimas istorines vertybes pristatymas užsienio turistams	Informacijos interneto svetainėje atnaujinimas	Iki 2026 m.	TVIC			

Regiono žinomumo ir turistų srautų didinimas.					
Informacijos apie rajono turizmo galimybes sklaida Lietuvoje					
Vieningo Kėdainių rajono taktinio rinkodaros ir komunikacijos plano parengimas ir įgyvendinimas, taikant inovatyvias komunikacijos priemones, prioritetą teikiant socialinių platformų (kanalų) naudojimui. Trijų metų rinkodaros planas, atnaujinamas kas tris metus.	2026	2029	2032	2035	TVIC
Komunikacijos plano įgyvendinimas priskiriant šią funkciją dedikuotiems darbuotojams.	Tęstinis darbas.	Nuo 2026 m.	TVIC		
Informacijos rengimas ir pateikimas.	Tęstinis darbas.	Nuo 2026 m.	TVIC		
Mokymai darbuotojams.	Tęstinis darbas.	Nuo 2026 m.	TVIC		
Partnersyčių rinkodaros taikymas.	Tęstinis darbas.	Nuo 2026 m.	TVIC		
Informacijos apie rajono turizmo galimybes sklaida prioritėtinėse užsienio rinkose					
Informacijos pateikimas užsienio lietuvių, Lenkijos, Latvijos ir žydų turistams Izraelyje bei JAV, bei broliškuose miestuose.	Tęstinis darbas.	Nuo 2026 m.	TVIC		
Informacijos sklaida socialinėje žiniasklaidoje.	Tęstinis darbas.	Nuo 2026 m.	TVIC		

Dalyvavimas turizmo parodose tikslinėse rinkose ir užsienio lietuvių dienose.	Tęstinis darbas.	Nuo 2026 m.	TVIC
Skirtingų amžiaus grupių turistų pritraukimas			
Interaktyvus informacijos pateikimas.	Tęstinis darbas.	Nuo 2026 m.	TVIC
Socialinė žiniasklaida	Tęstinis darbas.	Nuo 2026 m.	TVIC
Nuomonės formuotojai. Lietuvoje žinomi nuomonės formuotojai, kilę iš Kėdainių rajono.	Tęstinis darbas.	Nuo 2026 m.	TVIC
Šeimoms pritaikytų paslaugų (parengtų maršrutų) plėtra.	Tęstinis darbas.	Nuo 2026 m.	TVIC ir Kėdainių r. savivaldybės administracija
Turizmo sezoniškumą mažinančios priemonės	Tęstinis darbas.	Nuo 2026 m.	
Šeimų pritraukimas į muziejus	Tęstinis darbas.	Pradžia 2025 m..	TVIC ir Kėdainių krašto muziejus

Renginiai, kurių metu galima aplankyti edukacijas be išankstinio užsakymo.	Tęstinis darbas.	Pradžia 2025 m..	TVIC ir Kėdainių krašto muziejai bei kultūros įstaigos
Festivalių ir kitų masinių renginių organizavimas	Tęstinis darbas.	Pradžia 2025 m..	Kėdainių kultūros centras ir Kėdainių r. savivaldybės administracija
Sporto renginių ir varžybų organizavimas	Tęstinis darbas.	Pradžia 2025 m..	Sporto centras ir Kėdainių r. savivaldybės administracija
Informacinių paslaugų, skirtų turistui, užtikrinimas ir plėtra.	Tęstinis darbas.	Pradžia 2025 m..	TVIC

6. KĖDAINIŲ RAJONO TURIZMO STRATEGIJOS 2025 – 2035 METAMS BAIGIAMOSIOS NUOSTATOS IR REKOMENDACIJOS

6.1. Rekomendacijos dėl papildomų darbo vietų

Turizmo informacijos centro darbuotojų skaičiaus didinimas gali būti naudingas daugeliu aspektų, prisidedant prie efektyvesnės turizmo informacijos teikimo ir bendros turizmo pramonės plėtros.

Ilgalaikiai keliami tikslai:

Klientų aptarnavimas: didinant darbuotojų skaičių, turizmo informacijos centras gali suteikti geresnį klientų aptarnavimą. Tai reiškia greitesnį ir kokybiškesnį atsakymą į turistų klausimus bei poreikius.

Informacijos rengimas: strateginiame plane numatomas nuolatinis turistinių maršrutų rengimas, kuriam reikia specifinių žinių ir skiriamo darbo laiko.

Veiksmingi informacijos teikimo kanalai: įgyvendinant ilgalaikę strategiją, turizmo informacijos centras turės efektyviau valdyti įvairius informacijos teikimo kanalus, įskaitant ilgalaikės rinkodaros strategijos sukūrimą ir įgyvendinimą.

Turizmo plėtra: Turizmo ir verslo informacijos centras yra vienas iš ilgalaikės rajono turizmo strategijos įgyvendintojų ir jam priskirtų funkcijų vykdymui reikia numatyti atskirus darbuotojus.

Verslo partnerystės: ilgalaikėje turizmo strategijoje numatytos verslo partnerystės turės būti koordinuojamos, atnaujinamos.

Edukacija ir mokymai: turizmo strategijos įgyvendinimas rajone numato nuolatinį mokymus vietos verslo nariams, kurie turi būti koordinuojami ir atitikti rajono turizmo strategiją.

6.2. Rekomendacijos dėl turizmo rinkodaros ir komunikacijos plano parengimo

Ilgalaikė Kėdainių rajono turizmo strategija numato infrastruktūros plėtros prioritetus ir rinkodaros gaires, tačiau šių gairių įgyvendinimui būtinas taktinis rinkodaros planas. Rinkodaros ir komunikacijos planas yra struktūruotas dokumentas, kuriame apibrėžiamos organizacijos arba projekto rinkodaros ir komunikacijos tikslai, veiklos ir resursų paskirstymas siekiant pasiekti numatytus rezultatus trumpalaikiame periode. Šis planas yra svarbus įrankis, leidžiantis koordinuoti ir valdyti visus veiksmus, susijusius su rinkodaros ir komunikacijos veikla. Paprastai rinkodaros planą parengusi rinkodaros agentūra ir būna atsakinga už plano įgyvendinimą arba tai gali daryti priskirtas turizmo ir verslo informacijos centro darbuotojas / -ai.

Čia yra pagrindiniai komponentai, kuriuos įprastai įtraukia rinkodaros ir komunikacijos planas:

- Numatomi konkretūs tikslai, atitinkantys rajono turizmo strategiją. Planas derinamas su objektų plėtra ir pristatymo terminais.
- Pateikiamas išsamus veiklų sąrašas, skirtas pasiekti rinkodaros tikslus.
- Pateikiamas resursų (žmogiškųjų, finansinių ir kitų) paskirstymas veikloms.
- Apibrėžiamos pagrindinės komunikacijos priemonės (reklama, viešosios kalbos ir pranešimai spaudai, socialiniai tinklai, el. paštas ir kt.). Numatoma, kaip bus kuriamas ryšys su auditorija ir kaip bus valdoma krizės komunikacija.
- Nustatomas veiklų laiko grafikas, kuriame numatomos veiklų pradžios ir pabaigos datos.

- Numatomi vertinimo ir matavimo metodai: apibrėžiami kriterijai, kurie bus naudojami vertinant rinkodaros ir komunikacijos veiklos efektyvumą.
- Numatomos išlaidos, susijusios su rinkodaros ir komunikacijos planu.
- Priskiriamos atsakomybės už kiekvieną veiklą. Nustatomas atsakingų asmenų sąrašas ir jų pareigos.

Rinkodaros ir komunikacijos planas yra dinaminis dokumentas, kuriame atsižvelgiama į besikeičiančius sąlygas, o jame numatomos gairės leidžia organizacijai veikti sistemingai ir struktūrizuoti, siekiant optimalių rezultatų. Paprastai planas sudaromas vieniems arba keliems metams, tačiau tai nėra ilgalaikis strateginis dokumentas.

6.3. Baigiamosios nuostatos

Pateikta Kėdainių rajono turizmo strategija tai susitarimų ir veiksmų rinkinys, planas, kuris labai svarbus kuriant infrastruktūrą ir didinant regiono turistinį žinomumą.

Pasiekti susitarimai sukuria prielaidas vieningai plėtoti pasirinktus objektus, fokusuojantis į nustatytų problemų sprendimą, nekeičiant prioritetų ir tokiu būdu kuriant ilgalaikę naudą. Pasirinktos krypties laikymasis labai svarbus vietos verslui, planuojančiam savo ilgalaikes investicijas ir bendruomenių būrimuisi, kurias gali suvienyti šių tikslų įgyvendinimas. Vertinant iš rinkodaros pusės – vieninga rajono strategija didina atpažįstamumą, formuoja tam tikrus lūkesčius ir užtikrina turistų srautą.

Priimti sprendimai labai svarbūs tiek esantiems objektams, kurių valdytojai žino nustatytą rajono kryptį, tiek ir naujų objektų kūrimui. Valstybės valdomos įmonės tokiu būdu gali siekti tikslinio finansavimo, o verslo subjektai žinodami ilgalaikę strategiją, planuoti investicijas.

Rekomenduojama turizmo plėtros strategijoje numatytus tikslus perkelti ir į bendrą Kėdainių rajono plėtros strategiją, tokiu būdu formuojant uždavinius ir pavedant jų įgyvendinimą priskirtoms institucijoms.

Strategijoje suformuotos trys esminės nuostatos sąlygosiančios rajono turizmo verslo plėtrą – esamų objektų priežiūra, naujų objektų kūrimas ir aktyvi komunikacija (rinkodara). Ypatingai svarbus akcentas teikiamas naujų objektų kūrimui, įvardinant konkrečias vietas ir naujų objektų paskirtį. Remiantis pasauline praktika ir vietos žinomumo didinimo teorija, tik vietos savivalda, kurdama kokybiškai naujus ir didelės apimties objektus, gali sukurti naujas, iki šiol rajonui nebūdingas paslaugas, stipriai įtakoti naujų turistų srautus ir tokiu būdu sudaryti sąlygas privataus verslo plėtrai.

Kėdainių rajonas, pasižymi dideliu istorinių objektų skaičiumi, ateities vizijoje numatytos konkrečios priemonės šių objektų išsaugojimui ir naujų aktyvaus laisvalaikio objektų sukūrimui, tačiau ne mažiau svarbu, kad apie šiuos objektus sužinotų Lietuvos ir užsienio turistai. Rajone yra aukšto lygio maitinimo ir apgyvendinimo paslaugas teikiantys objektai, tačiau nedaug turistų apsistoja Kėdainių rajone, todėl būtina kurti naujus maršrutus, diegti inovatyvias paslaugas, organizuoti renginius ir aktyvinti rajono rinkodarą. Svarbiausias tikslas formuojamas dešimtmečiui yra sukurti priežastį turistui apsistoti nakvynei – tik tokiu būdu pajamos iš turizmo sektoriaus gali prisidėti prie rajono ekonomikos augimo.

Šioje turizmo plėtros strategijoje numatytos užduotys ir priemonės skirtos Kėdainių rajono savivaldybei pavaldžioms įmonėms, kadangi tik tokiu būdu gali būti užtikrintas priemonių finansavimas ir jų įgyvendinimas, rengiant dokumentą sąmoningai buvo vengiama priskirti užduotis privatiems verslo subjektams. Tačiau ši strategija yra labai svarbi ir verslo subjektams – jų bendradarbiavimas, vieningų tikslų siekimas, komunikacijos partnerystės, ypač tarp valstybės valdomų ir privačių institucijų gali sukurti sinerginę jėgą, didinančią regiono žinomumą ir pritraukiančią naujus lankytojus.