

(Savivaldybės biudžeto asignavimų valdytojo / biudžetinių įstaigų veiklos plano 1 a forma)

ŠIAULIŲ TURIZMO INFORMACIJOS CENTRAS, kodas 145398346

(Savivaldybės biudžeto asignavimų valdytojo pavadinimas / biudžetinės įstaigos pavadinimas ir kodas)

PATVIRTINTA
Šiaulių turizmo informacijos
centro direktoriaus
2021 m. kovo 15 d. įsakymu
Nr. S-21-016

2021-2023-ŲJŲ METŲ VEIKLOS PLANAS

I SKYRIUS VEIKLOS KONTEKSTAS

Šiaulių turizmo informacijos centras (toliau – Centras) nuo 2017 m. spalio 2 d. iš viešosios įstaigos pertvarkytas į biudžetinę įstaigą.

Šiaulių turizmo informacijos centro veiklos tikslas – stiprinti Šiaulių miesto ir regiono ekonominę, sociokultūrinę, rekreacinę gerovę per turizmo informacijos skleidimą (skatinimą) ir vietas rinkodarą. Kiti centro tikslai: rinkti, kaupti ir turistams bei Šiaulių miesto svečiams teikti informaciją apie teikiamas turizmo paslaugas, lankytinas Šiaulių vietoves ir objektus, skleisti informaciją apie Šiaulių mieste, regione, šalyje, užsienyje, plėtoti turizmo sektorių, reprezentuoti miestą pagal savo kompetenciją.

Siekiant užtikrinti stabilius vietinių ir užsienio turistų srautus ir būti konkurencingu miestu bei regionu tiek Lietuvoje, tiek Europoje, Centras nuo 2016 m. pradėjo nuosekliai vystyti numatytas kryptis plėtojant turizmo išteklių, turizmo produktų, paslaugų ir infrastruktūros, turizmo rinkodaros, turizmo koordinavimo ir administravimo sritis.

2020 metai Centrai ir visam turizmo sektorui buvo didelių iššūkių metai dėl pasaulinės pandemijos ir uždarytų sienų, dėl visuotinio karantino; buvo didelių darbų metai, susiję su naujų patalpų remonto darbais, laimėtais, vykdomais ir baigiamais vykdyti ES fondų finansuojamais projektais.

Daugelis pradėtų darbų tėsis 2021 ir tolesniais metais: liko paskutinis etapas dėl įsikėlimo į naujas patalpas. Skyrus Savivaldybei lėšas, bus įsigytų baldai, atnaujintas fasadas, sutvarkyta aplinka, sukurtas grafinis dizainas ir kt.; toliau bus vykdomi 2020 m. laimėti LATLIT projektai; vykdomos turizmo skatinimo veiklos, kuriami nauji turizmo maršrutai, kurie skatintų atvykti šalies ir užsienio keliautojus, plėtotų kultūrinių-pažintinių ir aktyvųjų laisvalaikį, kurtų patrauklų miesto įvaizdį, stimuliuotų smulkujį verslą.

Vykdydamas veiklą, **Centras siekia intensyvesnės turizmo sektoriaus plėtrą**, kuri yra tiesiogiai susijusi su miesto sociokultūrine, ekonomine plėtra, skatinanti žmonių užimtumą, turiningo laisvalaikio galimybes, privačių turizmo paslaugų teikėjų pajamas. Teikiamų turizmo paslaugų plėtrą skatinimas, miesto žinomumo vienos ir užsienio turizmo rinkose didinimas garantuoja atvykstamojo turizmo srautų augimą, miesto sėkmingą prisistatymą ir įvaizdį vietiniu ir tarptautiniu mastu.

Šiaulių turizmo informacijos centro veiklos kokybė tiesiogiai priklauso nuo finansavimo šaltinių, Centro organizacinės vadybos, bendradarbiavimo tarp turizmo ir kt. paslaugų sektoriaus, politinių, ekonominių ir kt. sąlygų.

Centro strateginiai tikslai ir uždaviniai remiasi Šiaulių miesto savivaldybės strateginiais plėtrų ir veiklos planais, Lietuvos turizmo plėtros 2014–2020 metų programa, Lietuvos turizmo rinkodaros 2016-2020 metų strategija, 2011 metais atlikta „Šiaulių tolygaus turizmo galimybių studija“, kitais teisės aktais, tyrimais ir kt. šaltiniiais.

Dalis **Centro** veiklų ir priemonių, ypatingai kurios susijusios su miesto, bei turizmo išteklių rinkodaros, viešinimo ir komunikacijos kampanijomis, atsispindi **Šiaulių miesto ekonominės**

plėtros ir investicijų pritraukimo strategijos priemonių plane (punktai: 4.3.11; 4.3.7; 4.3.9; 4.2.1; 4.2.2; 4.3.12; 1.4.1).

Remiantis „Šiaulių tolygaus turizmo galimybių studija“ (2011), Centras toliau vysto svarbiausias Šiaulių miesto bei regiono Stiprybes, plėtoja Galimybes; dirba, kad Silpnybės bei Grėsmės būtų panaikintos, taptų stiprybėmis.

ŠIAULIŲ MIESTO SSGG ANALIZĖ

Stiprybės	Silpnybės
Miestą kertantys du tarptautiniai magistraliniai ir kiti Europinės reikšmės keliai, kuriais keliauja turistai.	Informacinių žemėlapių Šiaulių miesto autobusų ir traukinių stotyse, informacinių turizmo standų centrinėje miesto dalyje, trūkumas.
Šiaulių miesto mažosios architektūros, įtrauktos į turistinius maršrutus, kurių sudaro po visą miestą išskirstyti dailės paminklai, patrauklumas. Kiekviena iš šių skulptūrų turi savitą istoriją, todėl yra įdomi turistams.	Turizmo objektai dažnai nepritaikyti neįgaliesiems, mažai orientuojamasi į socialinio turizmo idėjos įgyvendinimą.
Tradicinių kultūrinių renginių ir švenčių vietiniu, nacionaliniu ir tarptautiniu mastu reprezentuojančių miesto ir Šiaurės Lietuvos kultūrines tradicijas bei papročius mieste gausa.	Parkavimo vietų mieste, pritaikytų turistiniams autobusams ir kemperiams, trūkumas.
Plačiai išvystytas muziejų tinklas, siūlantis edukacinius užsiėmimus.	Daugelio Šiaulių miesto poilsinių zonų ir maudyklų nepritaikymas poilsiu: nesutvarkyti privažiavimo keliai, automobilių stovėjimo aikštelių, būtinos turizmo infrastruktūrai, turizmo informacijos trūkumas, papildomų turistinių paslaugų stoka.
Stiprūs, edukacines programas siūlantys objektais – Šiaulių miesto etnografijos centras Žaliūkių malūnininko sodyba ir kt.	Nesusisteminta ir nepakankamai informatyvi Šiaulių miesto turistinių maršrutų informacija. Neefektyviai veikiantys informacijos sklaidos kanalai. Informacijos apie turizmo infrastruktūrą trūkumas, silpnas turizmo objektų viešinimas.
Šiaulių miesto ribose esančių 3 ežerų (Rékyvos, Ginkūnų, Talkšos) reikšmingumas rekreaciniu požiūriu.	Aukštos klasės viešbučių stoka:
Išvystyta sporto infrastruktūra (multifunkcinis kompleksas „Šiaulių Arena“, teniso kortai, žolės riedulio stadionas, BMX trasa ir kitos sporto plėtojimui pritaikytos vietas).	
Didžiausia apgyvendinimo įstaigų koncentracija regione.	
Aktyvus Šiaulių miesto dalyvavimas tarptautinėse turizmo parodose, kuriose yra pristatomas ne tik Šiaulių miestas, bet ir visas Šiaulių regionas.	
Galimybės	Grėsmės
Privataus ir užsienio kapitalo investicijų pritraukimas turistinės rekreacinės infrastruktūros plėtrai. ES struktūrinių ir kitų fondų lėšų panaudojimas turizmo plėtros projektams įgyvendinti.	Dėl bendradarbiavimo tarp turizmo paslaugų sektorius ir su tuo susijusių institucijų bei įstaigų trūkumo susilpnėjės regiono turizmo potencialas.
Edukacinės veiklos, užsiėmimų plėtojimas, amatų, etnografinių švenčių ir krašto tradicijų, puoselėjimas, teatralizuotų bei teminių ekskursijų rengimas Šiaulių miesto muziejuose.	Finansavimo šaltinių trūkumas turizmo plėtros projektams įgyvendinti.
Informacinių turistinių standų įrengimas ir Vilniaus gatvės, kaip istorinio miesto trakto palikimo, populiarinimas, laisvalaikio leidimo pramogų aktyvinimas Šiaulių miesto pagrindinėje Vilniaus gatvėje.	Menkas miesto kultūrinių, istorinių paveldo objektų ir rekreacių išteklių išnaudojimas ir priežiūra, jų patrauklumo mažėjimas.

Kultūrinio paveldo – nationalinės virtuvės patiekalų assortimento siūlymas Šiaulių miesto maitinimo įstaigose, kas domintų ir trauktų užsienio svečius.	Kompleksiškas turizmo objektų ir infrastruktūros neplėtojimas gali suformuoti neigiamą miesto turizmo įvaizdį ir stabdyti turizmo sektoriaus plėtrą.
Parkų, želdinių ir Salduvės kalno teritorijų atnaujinimas ir pritaikymas rekreaciniams turizmui, įrengiant suoliukus, viešuosius tualetus, šiukslių dėžes, žaidimo aikštėles vaikams.	Nukreipiamųjų informacinių ženklų trūkumas (išskyrus centrinę miesto dalį) klaidinantis turistus, mažinantis jų srautus, menkinantis miesto įvaizdį.
Vandens telkinių pritaikymas rekreacijai, sportui, tarptautinių renginių organizavimui (irklavimo bazės įrengimas).	Įvairiapusės informacijos trūkumas virtualioje erdvėje, salygojantis Šiaulių miesto lankytinų vietų nežinomumą, mažus turistų srautus, nepatrauklų patį miesto įvaizdį vienos ir užsienio lankytajoms.
Dviračių ir pėsčiųjų takų tinklo plėtra ir gatvių infrastruktūros gerinimas.	
Šiaulių miesto sporto infrastruktūros pritaikymas tarptautinių renginių organizavimui.	
Turizmo informacijos internetinėse miesto turizmo svetainėse papildymas virtualiomis kelionėmis po lankytinus objektus, vietų rezervavimo paslaugos jidiegimas.	

Šaltinis: Tolygaus turizmo galimybių studija. 2011

2011 m. buvo atlikta Lietuvos savivaldybių turistinio potencijalo vertinimo studija, kurioje, išanalizavus svarbiausias su turizmu susijusias sritis (paslaugų ir infrastruktūros išvystymas, turizmo ištekliai, vietovės statusas), visos savivaldybės suskirstytos į 3 grupes: aukšto turistinio potencijalo, vidutinio turistinio potencijalo ir žemo turistinio potencijalo.

Pagal turistinį potencialą Šiaulių m. savivaldybė tarp Lietuvos savivaldybių yra priskiriama vidutinio turistinio potencijalo vietovėms ir užima 20 vietą tarp Lietuvos savivaldybių.

Aukštas turizmo potencialas koncentruotas septyniose turizmo vietovėse – didžiausiųose Lietuvos miestuose (Vilniuje, Kaune, Klaipėdoje) ir kurortuose (pajūrio – Palangoje ir Neringoje bei Birštone ir Druskininkuose).

Didelių skirtumų pagal savivaldybių patrauklumo vietiniams ir tarptautiniams turistams nėra – Šiaulių m. savivaldybė tiek pagal patrauklumą vietiniams, tiek ir tarptautiniams turistams priskiriamas vidutinio turistinio potencijalo grupei.

Šiaulių m. savivaldybė, pagal turizmo paslaugų ir infrastruktūros vertinimo kriterijų, užima 9 vietą tarp visų savivaldybių. Šiaulių m. turi pakankamai gerai išvystytą maitinimo paslaugų tinklą bei yra nuolat lankomas turistų. Visose vidutinio turizmo potencijalo vietovėse tikslinė prioritetiškai plėtoti turizmo infrastruktūrą ir paslaugas, pramogų bei laisvalaikio produktus.

Rengiant 2015-2024 metų Šiaulių miesto strateginį plėtros planą, buvo išskirtos šios *stipriosios pusės* (susijusios su turizmo plėtra), t.y. tuo, kuo miestas didžiuojasi:

- Išairių sporto šakų bazėjų infrastruktūra (Šiaulių arena, trys plaukimo baseinai, irklavimo trasa, buriavimo bazė, lengvosios atletikos maniežas, BMX trasa, imtynių salė, teniso kortai, futbolo, žolės riedulio, regbio ir kt. stadionai bei aikštynai);
- Patraukli investicinė aplinka (LEZ, pramonės parkas, oro uostas, potencialas plėtrai);
- Dominuoja netarši pramonė, ilgametės pramonės tradicijos;
- Specializuoti muziejai, kurių dalis pritaikyti pramoninio, kūrybinių industrių turizmo krypčiai;
- Unikali gamtinė aplinka (du dideli ežerai, iš kurių vienas miesto centre, daug žalijų plotų);
- Geografiškai patogus pasiekti įvairiomis transporto priemonėmis (automobiliai, autobusai, traukiniai, lėktuvai).

Šiaulių miesto turizmo srities stipriosios pusės, kurios daro miestą išskirtiniu ir tuo miestas didžiuojasi:

1. Muziejai su ekspozicijomis ir edukacinėmis programomis (lietuvių, rusų ir anglų kalbomis; yra 11 skirtingo profilio muziejų).
2. Patogi geografinė padėtis (Ryga – Vilnius – Kaunas – pajūrys) turistų srautams (piligrimų kelio ir kt. tranzitas, nakvynė, maitinimas, pramogos ir prekybos centrai).
3. Tarptautinių renginių kokybė, sporto infrastruktūra, taip pat tarpinstitucinė bendradarbiavimas renginių metu pateikiant turistinių paslaugų paketą – atidaryti muziejai, ekskursijos pagal renginio temą.

Buvo išskirtos Šiaulių miesto turizmo srities problemos, kurių sprendimui reikštų skirti daugiausia dėmesio:

1. Nėra turizmo strategijos (trūksta visų įstaigų bendro sutarimo dėl prioritetinių turizmo vystymo kryptei (kultūrinis – pažintinis, sakralinis, sporto turizmas).
2. Nėra turizmo rinkodaros ir viešinimo konцепcijos (trūksta konkurencingų turizmo produktų ir paslaugų suteikiant pilną turizmo paketą – objektas, maitinimas, nakvynė, pramogos).
3. Nepilnai pritaikyta turizmo infrastruktūra (trūksta autobusų parkavimo aikštelių su WC, informacinių stendų Šiaulių m. Prisikėlimo aikštėje).

Išskirtos trys pagrindinės tobulintinos problemos tiesiogiai atsispindėjo „Verslo sąlygų tyrimu Šiaulių mieste“ (2015). Turizmo infrastruktūros plėtra, respondentų nuomone, yra viena svarbiausių priemonių kuriant verslui palankią aplinką mieste – priemonės svarba įvertinta 3,8 balo (5 balų skalėje). Vertinant turizmo infrastruktūros plėtros svarbą, 33 proc. atsakiusių šią priemonę įvertino 4 balais, 30,4 proc. – 5 balais ir tik 4,64 proc. apklaustųjų neturėjo nuomonės šiuo klausimu. Detalizuojant verslininkų ir įmonių vadovų nuomones, gauta, kad turizmo infrastruktūros plėtra svarbesnė paslaugų įmonių vadovams, taip pat įmonėms, kurios veikia rinkoje daugiau nei 1 metus.

Šiaulių miesto verslo atstovai turizmo objektus įvertino 2,98 (5 balų skalėje), dauguma (45,7 proc.) nurodė, jog turizmo objektus, kaip veiksnį, formuojančią miesto įvaizdį, vertina vidutiniškai, 21,6 proc. skyrė 4 balus, tik 5,0 proc. turizmo objektus mieste įvertino labai gerai, skirdami 5 balus.

Miesto verslininkai ir įmonių vadovai laisvalaikio galimybes įvertino 2,96 (5 balų skalėje). Tik maža dalis respondentų (6,3 proc.) laisvalaikio galimybes įvertino labai gerai, daugiau buvo 47 manančių (11,0 proc.), jog galimybės yra labai blogos arba blogos (20,9 proc.). Didžioji dalis respondentų (35,5 proc.) laisvalaikio galimybes įvertino vidutiniškai, pasirinkdami 3 balus ar geriau, nei vidutiniškai (20,9 proc.), pasirinkdami 4 balus

Su turizmu yra tiesiogiai susijęs miesto įvaizdis, jo formavimo procesai. Miesto savivaldybėje nėra vieno skyriaus, kuris būtų už tai atsakingas, nėra miesto rinkodaros strategijos, prekės ženklo, kurie tiesiogiai lemia turizmo rinkodaros strategiją.

Šiaulių miesto verslininkai ir įmonių vadovai savivaldybės indėlių formuojančią miesto įvaizdį įvertino 2,68 balais (5 balų skalėje), tai rodo, jog savivaldybės pastangos formuojančią miesto įvaizdį vertinamos blogiausiai iš visų miesto įvaizdį formuojančių veiksnų. Didžioji dauguma (37,5 proc.) skyrė 3 balus, 31,8 proc. respondentų savivaldybės veiklą formuojančią miesto įvaizdį įvertino blogai, skirdami 2 balus ir 11,5 proc. – labai blogai, pasirinkdami 1 balą. Tik 3,7 proc. verslininkų labai palankiai įvertino savivaldybės veiklą

Atliekant apklausą verslininkų buvo paprašyta pateikti savo nuomonę apie miesto įvaizdžio formavimo proceso dalyvius ir nurodyti, kas, (miesto gyventojai, savivaldos institucijos ir verslininkai ir t.t.) turi imtis atsakomybės už miesto įvaizdžio formavimą. **Apklausoje dalyvavusių verslininkų ir įmonių vadovų nuomonė apie tai, kas turėtų formuoti miesto įvaizdį, pasiskirstė taip: didžiausia dalis respondentų (59,9 proc.) mano, jog miesto įvaizdis – miesto savivaldybės ir Turizmo informacijos centro (42,8 proc.) darbas.**

Studijos, tyrimai, strateginio plano paruošiamieji darbai suponavo testines ir naujas 2021-2023 metų Centro veiklos kryptis, ir uždavinius.

Prioritetinės Šiaulių miesto turizmo rinkos iki pandemijos, remiantis Centro lankytojų duomenimis bei VšĮ „Keliauk Lietuvoje“ tyrimo rezultatais, yra Latvija, Estija, Baltarusija, Lenkija, Rusija, Ukraina, Vokietija, Jungtinė Karalystė, Italija, Ispanija, Prancūzija, Švedija, Norvegija.

Dėl visame pasaulyje plintančios pandemijos, labai sunku numatyti prioritetines turizmo rinkas, nes kardinaliai yra pasikeitusios galimybės keliauti, visiškai kitaip veikia sienų kirtimo politika, skirtinges šalys skirtingai susitvarko su pandemijos plitimui ir patenka į skirtinges rizikos zonas. Absoliučiai pasikeitusi turistų srautų dinamika iš trečiųjų šalių – Azijos regionas, Rusija, Baltarusija ir pan.

Tikintis progreso tvarkantis su pandemijos plitimui, labai preliminariai galima būtų prognozuoti, jog pirmiausia judėjimas turistiniai maršrutais atsivertų vietas gyventojams. Taip pat, įvertinant geopolitinę situaciją ir bandymą bendrai koordinuoti Baltijos valstybių (Latvijos, Estijos ir Lenkijos) politiką pandemijos atžvilgiu, bei priiminėti kolegialius sprendimus, vėl su labai salyginėmis prielaidomis, galima manstyti, kad būtent šios šalys ir bus prioritetinės turizmo rinkos.

Pagrindiniai turizmo ištekliai mieste ir regione yra susiję su kultūriniu – pažintiniu turizmu (kultūros paveldo, sakralinių), taip pat gamtos objektais, išplėtota sporto infrastruktūra,

apgyvendinimo ir maitinimo sektorius įvairovę, dalykinį renginių organizavimo vietų pasiūla, nacionalinės ir tarptautinės reikšmės renginiai.

Remiantis pagrindiniais turizmo ištekliais Šiaulių mieste, numatoma vystyti šiu turizmo rūsių (pagal tikslą) veiklą 2021-2023 metais:

1. kultūrinis – pažintinis turizmas;
2. sakralinis turizmas;
3. aktyvus/gamtinis/sporto turizmas;
4. konferencinės turizmas.

Siekiant užtikrinti stabilius vietinių ir užsienio turistų srautus ir būti konkurencingu miestu bei regionu tiek Lietuvoje tiek Europoje, reikėtų **vystyti numatytas kryptis plėtojant turizmo paslaugas, rinkodarą, infrastruktūrą.**

Išteklių sritis

- reprezentuoti kultūrinius/sakralinius išteklius, įtraukiant juos į Pasaulinės svarbos turistinius maršrutus, pvz: Baltų kelias, Šv. Jokūbo kelias, Jono Pauliaus II kelias;
- reprezentuoti ir panaudoti gamtinius išteklius aktyvaus poilsio reikmėms.

Turizmo produkty, paslaugų ir infrastruktūros sritis

- plėtoti patrauklius turistinius maršrutus. Pasaulinės turizmo plėtros tendencijos rodo, kad teminiai turistiniai maršrutai, jungiantys kelias valstybes, paprastai populiaresni ir patrauklesni. Šiauliai turi palankias sąlygas plėtoti tematinius turistinius kelius – Baltų kelią, Šv. Jokūbo kelią, Jono Pauliaus II kelią, XX a. tarpukario architektūros, Žydų kultūros kelią ir kt.;
- inovatyviomis paslaugomis bei techninėmis priemonėmis siekti pritraukti turistus į Šiaulių miestą;
- mažinti turistinė sezoniškumą, didinant kultūrinių renginių ir pramogų pasiūlą neturistinio sezono metu, didinti aktyvaus žiemos poilsio turizmo paslaugų pasiūlą aktyviai viešinant konferencinio/dalykinio turizmo galimybes Šiaulių regione;
- bendradarbiauti Savivaldybei vykdant viešosios infrastruktūros gerinimo projektus (svarbiausi miesto keliai ir dviračių maršrutai) siekiant pritaikyti ją turizmo reikmėms: turizmo informacijos infrastruktūra (informaciniai stendai, ženklai, nuorodos į lankytinas vietas ir paslaugų objektus);
- aktyvinti daugiau negu vienai dienai atvykstančių turistų srautą.

Turizmo rinkodaros sritis

- kurti, formuoti patrauklų Šiaulių turistinį prekės ženklo dizainą ir komunikacijos gaires;
- nuosekliai didinti miesto žinomumą užtikrinant aktyvią informacijos sklaidą šiuolaikiškomis informacinių technologijų priemonėmis: skatinti kurti ir įgyvendinti elektroninės rinkodaros priemones,
- vykdyti rinkodaros priemones Lietuvos mastu, prioritetenėse atvykstamojo turizmo rinkose ne pandemijos sąlygomis (Latvijoje, Baltarusijoje, Estijoje, Lenkijoje, Rusijoje, Ukrainoje). Ateityje tikslina pradėti pristatyti Šiaulius ir kitose Europos valstybėse (Vokietija, Prancūzija, Italija, Ispanija, Švedija, Norvegija, Jungtinė Karalystė), kurios pagal atvykstančių turistų skaičių jau dabar patenka tarp populiariausių dešimties valstybių;
- 2021-2023 metais bus vykdomos rinkodaros priemonės siekiant didinti Šiaulių žinomumą, pristatant konkurencingus turizmo produktus, informaciją apie turizmo galimybes mieste: turizmo skatinimo strategijos rengimas ir įgyvendinimas, dalyvavimas parodose, leidinių leidyba, e-rinkodara, reklamos kompanijos, informacijos sklaida žiniasklaidos atstovams ir kt.;

Turizmo koordinavimo ir administravimo sritis

- inicijuoti Šiaulių regiono/Šiaurės Lietuvos turizmo bendradarbiavimą, siekiant bendro viešojo ir privataus sektorius turizmo rinkodaros projektų įgyvendinimo, nes dabar turizmo sektorius institucijos ir organizacijos bendradarbiauja per mažai; Suorganizuoti III Šiaulių krašto turizmo forumą.
- skatinti Šiaulių miesto/regiono turizmo konkurencingumą formuojant ir įgyvendinant vieningą regioninę turizmo plėtros politiką. Pagrindinis dėmesys turi būti skiriamas miesto ir regiono savivaldybių tarpusavio bendradarbiavimo skatinimui, bendros regiono turizmo politikos formavimui ir už tai atsakingos institucijos veiklai, turizmo produktų rinkodaros /

viešinimo / informavimo kampanijų įgyvendinimui. Svarstyti apie galimybę atnaujinti Šiaulių regiono turizmo politiką formuojančio darinio – Šiaulių regiono turizmo tarybos – veiklą;

- siekti efektyvesnio visų kitų su turizmo sektoriumi susijusių įstaigų bendradarbiavimo koordinavimo. Sąveika tarp TIC, turizmo operatorių, papildomų paslaugų teikėjų, bendruomenių, mokslo institucijų gali pasireikšti įvairiomis formomis: organizuojant bendrus seminarus, konferencijas, forumus, diskusijas, mokymus, informacijos sklaidos renginius, keičiantis informacija, rengiant ir įgyvendant bendrus projektus, nemokamas konsultacijas ir pan., o visų pirma – vykdant bendras rinkodaros priemones;
- glaudžiau bendradarbiauti su apgyvendinimo įstaigomis siekiant aktyvinti turistų skaičius, miesto patrauklumą ir svetingumą: teikti nemokamą informacinę medžiagą, organizuoti darbinius susitikimus su aptarnaujančiu personalu, teikti konsultacijas;
- inicijuoti ir skatinti bendradarbiavimą su verslo įmonėmis siekiant aktyvinti miesto turistinį patrauklumą: sudaryti verslo turistams specialius (pagal jų poreikius) maršrutus/paslaugų paketus, teikti nemokamai informacinę medžiagą, konsultuoti;
- tobulinti turizmo sektoriuje dirbančių specialistų kompetenciją ir gerinti turizmo srities verslumo įgūdžius. Turizmo sektoriaus darbuotojai kuria Šiaulių ir šalies turizmo ir jos svetingumo įvaizdį, o svetingumas – sudėtinė turizmo sektoriaus konkurencingumo dalis. Daugėja inovacijų, sparčiai modernizuojami procesai, atsiranda naujų turizmo plėtros iššūkių, taigi reikia aukštos kvalifikacijos specialistų.

VEIKSNIAI, TURINTYS ĮTAKOS CENTRO VEIKLAI IR VEIKLOS REZULTATAMS

- Pandemija. Turizmas vienas jautriausių sektorių ir greitai reaguojantis į įvairias krizines situacijas. Turizmas kartu su svetingumo sektoriumi (maitinimo, apgyvendinimo įstaigos) Lietuvoje generavo apie milijardą eurų per 2019 metus. Išplitus viruso grėsmei sveikatai, daugelis turistų atšaukė keliones ne tik į užsienio šalis, bet ir į Lietuvos miestus, kurortus. Tokiu būdu buvo paralyžiuotas visų su turizmu susijusių įstaigų, įmonių (apgyvendinimo ir maitinimo sektoriai, muziejai, transportas, pramogos, kelionių organizatoriai ir kt.) darbas. Iki šio momentu neaiški turizmo renginių – parodų, mugų, forumų ateitis. Drastiškai sumažėjęs turistų, keliautojų, lankytojų skaičius. Pasaulio turizmo ir svetingumo pramonė dėl pasaulių sukausčiujos pandemijos, kurios trukmės ir apimties niekas negali prognozuoti, patiria didelių ekonominių nuostolių. Turizmo sektoriui pandemija turės ne tik ekonominės, bet ir socialines pasekmes. Prognozuojama, kad dėl pandemijos visame pasaulyje daugiau kaip 50 milijonų žmonių gali netekti darbo, o kelionių sumažės mažiausiai perpus ar daugiau.
- Visuotinai pasaulyje pripažįstama, kad Turizmo informacijos centrų veiklai būdingas teikiamų paslaugų sukuriamo ekonominio efekto neapčiuopiamumas. Dažniausiai Centro veiklos ekonominiai rezultatai išlieka už įstaigos ribų, o ne jos viduje: įvairiomis komunikacinėmis formomis informuodami turistus apie lankytinas vietas, objektus, maitinimo ar nakvynės galimybes ir pan., skleisdami informaciją, neįmanoma gauti visapusiškos grįžtamosios informacijos, kur turistas apsilankė, kokioje įstaigoje paliko pinigus ir pan. Už pavienių ar organizuotų turistų, turizmo agentūrų ir visas kitas informavimo paslaugas, kurios yra pagrindinis Centro veiklos tikslas, Centras neima jokio mokesčio.
- Centro lankytojų statistika. Užsukančių turistų į Centrą statistika atspindi pavienių, individualių, neorganizuotų turistų skaičius. Remiantis Lietuvos ir pasaulio turizmo tyrimais, užsukančių į Centrus turistų skaičius dažniausiai sudaro apie 29 % nuo bendro miestą aplankiusių turistų skaičiaus. Šiaulių turizmo informacijos centras yra vienintelė įstaiga, fiksujanti statistinius duomenis apie į miestą atvykstančius turistus (apsilankančius Šiaulių turizmo informacijos centre).
- Geopolitinė šalies situacija. Saugumas – vienas iš svarbiausių veiksniių renkantis keliones. Turistai yra labai gerai informuoti apie įvykius pasaulyje, todėl jei šalis ar vietovė nėra saugi, turistai tuoju pat renkasi kitą vietovę. Per pastaruosius metus Vakarų Europoje pagausėjus teroristiniams išpuoliams, Lietuva ir Pabaltijo regionas yra palankioje situacijoje

turizmo atžvilgiu. Galimi neramumai ir nesaugumo jausmas stipriai įtakoje keliautojų elgseną, todėl Lietuva yra vienas iš potencialių, alternatyvių atostogų krypčių pasirinkimų.

II SKYRIUS TIKSLAS (KODAS 02)

2015-2024 metų Šiaulių miesto strateginio plėtros plane patvirtintas 2 miesto ilgalaikis prioritetas – „**Veržlus – konkurencinga verslo aplinka**“; vienas strateginių tikslų, susijusių su turizmu – „**Plėtoti pažintinį – kultūrinį ir kurti aktyvaus laisvalaikio turizmą**“. Šiam strateginiams tikslui įgyvendinti suformuoti 2 uždaviniai:

1. Miesto įvaizdžio ir tapatybės stiprinimas plėtojant pažintinį – kultūrinį turizmą;
2. Unikalių gamtinių sąlygų išnaudojimas vystant aktyvaus laisvalaikio turizmą.

Šiaulių turizmo informacijos centro (toliau Centras) tikslas – stiprinti Šiaulių miesto ir regiono ekonominę, sociokultūrinę, rekreacinę gerovę per turizmo informacijos skleidimą (skatinimą) ir vienos rinkodarą. Kiti centro tikslai: rinkti, kaupti ir turistams bei Šiaulių miesto svečiams teikti informaciją apie teikiamas turizmo paslaugas, lankytinas Šiaulių vietoves ir objektus, skleisti informaciją apie Šiauliaus mieste, regione, šalyje, užsienyje, plėtoti turizmo sektorių, reprezentuoti miestą pagal savo kompetenciją.

TIKSLAS (KODAS 02) – Plėtoti pažintinį – kultūrinį ir kurti aktyvaus laisvalaikio turizmą.

Rezultato vertinimo kriterijaus pavadinimas ir mato vienetas	2019 metų faktas	2020 metų faktas	2021 metų planas	2022 metų planas	2023 metų planas
TIC lankytojai (turistai) Šiaulių mieste, vnt.	64 460	12 000	15 000**	20 000**	25 000**
Iki 2020.06.01 veikė interneto svetainės http://tic.siauliai.lt . Nuo 2020.06.01 veikia nauja interneto svetainė www.visitsiauliai.lt . (naudotojų skaičius)	152 473	64 038 37 718 Viso: 101756	40 000**	50 000**	60 000**
Iki 2020.06.01 veikė atskira renginių svetainės www.siauliai-events.lt . Nuo 2020.06.01 renginių rubrika yra integruota į naują interneto svetinę www.visitsiauliai.lt . (naudotojų skaičius)	101386	21 598			
Centro suorganizuotų ekskursijų Šiauliuose dalyvių skaičius; žm. sk.	4840	1438	1500**	2500**	3000**
Facebook paskyra, vartotojų sk.	5431	5829	6050	6 350	6650

*skaičiai gali būti mažesni dėl nenumatyti ekstremalių situacijų, lemiančių turistų srauto akivaizdū sumažėjimą. Pagrindinė prognozuojamo turistų/lankytojų skaičiaus kritimo priežastis – pasaulinė pandemija ir dėl jos paskelbtas karantinas.

** - pagal pasaulines turizmo ekspertų prognozes, turizmo sektoriaus atsigavimas i 2019 m. pozicijas, rezultatus, geriausiu atveju planuojamas tik po 2 metų, t. y. nuo 2022 m., su sąlyga, jeigu pavyks išvengti nenumatyti globalinių krizių, sukrėtimų, naujų pandemijos bangų.

III SKYRIUS TIKSLUI ĮGYVENDINTI SKIRTI UŽDAVINIAI IR PRIEMONĖS UŽDAVINYS (KODAS 02.01) – Miesto įvaizdžio ir tapatybės stiprinimas plėtojant pažintinį – kultūrinį turizmą. Uždaviniui realizuoti numatomos priemonės:

Eil. Nr.	Priemonės pavadinimas	Vertinimo priemonės pavadinimas	Mato vnt.	Planuoja ma reikšmė, 2021 metai
	PRIEMONĖS			
1.	Leisti turizmo informacijos leidinius (miesto įvaizdžio leidiniai, atskirus turizmo paslaugų paketus pristatantys leidiniai, turistiniai informacijos leidiniai, žemėlapiai), juos platinti. Parengti leidinių elektronines versijas ir publikuoti TIC internetinėje svetainėje. +Punktas 4.3.11	Įšleistų spaudinių skaičius ir parengtos elektroninės jų versijos	Sk.	1
1.1.	Atnaujinti žaidimą „ŠIAULIAI“, išleisti LT, LV ir papildomomis EN ir RU kalbomis.	Atnaujintas ir papildomomis kalbomis išleistas žaidimas „ŠIAULIAI“.	Sk.	1
2.	Inicijuoti ir koordinuoti projektus, kuriančius patrauklų miesto įvaizdį naudojant naujas technologijas ir interneto prieigas.	Inicijuoti ir koordinuoti projektai naudojant naujas technologijas, interneto prieigas	Sk.	11
2.1.	Igyvendinti LTKT projektą	Igyvendintas projektas	Sk.	1
2.2.	Naujų turistinių maršrutų sukūrimas ir parengimas.	Sukurtas naujas turistinis maršrutas	Sk.	10
3.	Atnaujinti, pildyti, tobulinti Šiaulių miesto ir regiono turizmo galimybes ir renginius pristatančią internetinę svetainę atsižvelgiant į naujausias skaitmeninių technologijų tendencijas. Periodiškai atnaujinti turizmo informaciją svetainėje ir kt. prieigose lietuvių ir užsienio kalbomis.	Atnaujinta turizmo informacija interneto svetainėje ir kt. prieigose, Facebook ir kt. www.visitsiauliai.lt (Nauja svetainė, apimanti tiek viso Šiaulių regiono turizmo išteklius, tiek Šiaulių miesto renginių kalendorių).	Sk.	5
		Facebook paskyra	Sk. (tükst.)	40
3.1.	Šiaulių miesto ir regiono turizmo galimybes pristatančios svetainės atnaujinimas, tobulinimas.	Atnaujinta ir patobulinta svetainė	Sk.	1
3.2.	Šiaulių miesto ir regiono turizmo galimybes pristatančios svetainės turinio kūrimas ir pildymas – tekstu redagavimo, vertimų paslaugos, SEO, foto ir video paslaugos.	Papildytas ir atnaujintas svetainės turinys	Pasl.	1
3.3.	Internetinės svetainės, turizmo išteklių, galimybų reklaminės kampanijos, naudojant „Google Adwords“, socialinių tinklų ir kitas elektroninės rinkodaros priemones	Įvykdytos reklaminės kampanijos	Pasl.	1
3.4.	Informacinių terminalų priežiūra ir remontas	Prižiūrimi informacinių terminalai	Pasl.	1

4.	Pristatyti Šiaulių miesto bei regiono turizmo galimybes bei Šiaulių miesto renginius tarptautinėse parodose, verslo misijoje, svarbiose ir tikslinėse rinkose, informaciniuose turuose ir kt. +Punktai: 4.3.7; 4.3.9	Viso pristatyta turizmo galimybė ir renginių tarptautinėse parodose, verslo misijoje, informaciniuose turuose ir kt.	Sk.	6+*
4.1.	Dalyvavimas tarptautinėse parodose, mugėse.	Pristatyti turizmo galimybės ir renginiai tarptautinėse parodose	Sk.	1
4.2.	Dalyvavimas verslo misijoje, svarbiuose Lietuvos kultūrinuose, turistiniuose, pramoginiuose renginiuose ir šventėse pristatant Šiaulių turizmo išteklius.	Pristatyti Šiaulių turizmo ištekliai	Sk.	3
4.3.	Informacinių turų organizavimas: Lietuvos, Latvijos ir kt. valstybių kelionių organizatoriams, gidams, žiniasklaidos atstovams ir kt.	Organizuoti informacinių turų turizmo sektoriui, žiniasklaidai	Sk.	2
5.	Vykdyti įvaizdžio rinkodaros programą: pristatyti miesto turizmo galimybes vietas ir užsienio žiniasklaidoje (straipsniai, reklamos maketai, TV laidos ir kt.), kurti/skatinti Šiaulių miesto identitetą, foto ir video paslaugos. + Punktai: 4.2.1; 4.2.2; 4.3.7;	Pristatyti turizmo galimybės (straipsniai, reklamos maketai, TV laidos ir kt.), išgvydintos miesto identiteto skatinimo iniciatyvos, pozicijų skaičius	Sk.	6 +* (46)
5.1.	Reprezentacių miesto priemonių kūrimas	Sukurta reprezentacinė miesto priemonė	Pasl.	1
5.2.	Spaudos konferencijų organizavimas	Suorganizuotos spaudos konferencijos	Sk.	4
5.3.	Straipsnių ir kitų reklaminių priemonių parengimas ir publikavimas: nacionaliniuose, regioniniuose dienraščiuose, žurnaluose, internete portaluose (Pvz.: www.delfi.lt , www.15min.lt , www.lrytas.lt), turizmo portaluose (pvz.: www.pamatyklietuvoje.lt , www.welovelithuania.lt , www.makalius.lt , www.kelionesirpramogos.lt ir kt.)	Parengti ir publikuoti straipsniai ir kt.	Sk.	30
5.4.	Viešinimas tarptautinėje žiniasklaidoje	Parengti ir publikuoti reportažai, straipsniai ir kt.	Sk.	7
5.5.	Viešujų ryšių ir komunikacijos akcijos, projektai, iniciatyvos, formuojančios Šiaulių miesto turinį, svetingumo įvaizdį ir patrauklumą.	Suorganizuotos viešujų ryšių ir komunikacijos akcijos, projektai, iniciatyvos	Sk.	3
5.6.	Reklama nacionaliniuose įmonių kataloguose – spausdintinė ir elektroninė versijos.	Užpildytos reklaminės pozicijos	Sk.	1
6.	Organizuoti turizmą ir svetingumą skatinančius kursus, mokymus, seminarus ir t.t. +Punktas 4.3.12	Suorganizuoti renginiai (iniciatyvos, akcijos, mokymai, etc.) skaičius	Sk.	3
7.	Organizuoti V-ąjį Šiaulių krašto turizmo forumą, skatinant, bendradarbiaivimo tarp turizmo, švietimo, mokslo, verslo įstaigų projektus.	Suorganizuotas Šiaulių krašto turizmo forumas	Sk.	1
8.	Vykdyti dviračių nuomos paslaugą.	Pasinaudoję dviračių nuomos paslauga asmenys	Sk.	240

9.	Turizmo informacijos stulpų priežiūra mieste.	Prižiūrimi turizmo informacijos stulpai	Sk.	11
10.	Organizuoti nemokamas ekskursijas po Šiaulių miestą ir regioną valstybiinių švenčių (Vasario 16-oji, Kovo 11-oji, Liepos 6-oji) proga ir Senjorų dienos proga.	Organizuotos ekskursijos po Šiaulių miestą ir regioną.	Sk.	5
*	4 ir 5 priemonės	TIC lankytojų (turistų) Šiaulių mieste sk. (tūkst.)	Sk. (tūkst.)	15
+	Punktai iš Šiaulių miesto ekonominės plėtros ir investicijų pritraukimo strategijos priemonių plano.			

UŽDAVINYS (KODAS 02.02) – Unikalių gamtinių sąlygų išnaudojimas vystant aktyvaus laisvalaikio turizmą. Uždaviniui realizuoti numatomos priemonės:

Eil. Nr.	Priemonės pavadinimas	Vertinimo priemonės pavadinimas	Mato vnt.	Planuoja ma reikšmė, 2021 metai
PRIEMONĖS				
1.	Vykdyti tėstinį projekta „Baltų kultūros pažinimo skatinimas ir žinomumo apie tarptautinį kultūros kelią „Baltų kelias“ didinimas“	Vykdomas tėstinis projektas „Baltų kultūros pažinimo skatinimas ir žinomumo apie tarptautinį kultūros kelią „Baltų kelias“ didinimas“	Proc.	40
2.	Vykdyti projektą „Bendro tarpvalstybinio paveldo turizmo produkto „Saulės kelias“ kūrimas“	Vykdomas projektas „Bendro tarpvalstybinio paveldo turizmo produkto „Saulės kelias“ kūrimas“	Proc.	40
3.	Įgyvendinti religinio turizmo skatinimo priemonės	Įgyvendintos religinio turizmo skatinimo priemonės	Sk.	5

UŽDAVINYS (KODAS 02.03) – Užtikrinti įstaigos veiklą. Uždaviniui realizuoti numatomos priemonės:

Eil. Nr.	Priemonės pavadinimas	Vertinimo priemonės pavadinimas	Mato vnt.	Planuojam a reikšmė, 2021 metai
PRIEMONĖS				
1.	Įstaigos išlaikymas ir darbuotojų samda	Etatų skaičius Seminarų skaičius Dalyvių seminaruose skaičius	Sk. Sk. Sk.	10,25 10 9
	Materialinės bazės stiprinimas: remonto darbai (fasado, aplinkos tvarkymo darbai), fasado ir vidaus reklaminiai elementai,	Atlikti remonto, gamybos darbai, įsigyt baldai, įvairi įranga ir priemonės įsikūrimui naujose patalpose, sk.	Sk.	1

	statybos darbai, baldai, kasos aparatas su priedais ir programa, įvairi įranga ir priemonės.		
--	---	--	--

Direktoriė



Rūta Stankuvienė

(Asignavimų valdytojo suderinimo žyma)

Forma patvirtinta

Šiaulių miesto savivaldybės administracijos direktoriaus 2016
m. spalio 28 d. išakymu Nr. A - 1475

MUESTRA DE TÍTULOS PROGRAMADOS (2023-2023) VENKI OS PLANO

(programos payadinimas)

TIKSLU, UŽDAVINIU, PRIEMONIU, PRIEMONIU IŠLAIDU IR PRODUKTOKRITERIJU SUVESTITINĘ

01	01	02	Inicijuoti ir koordinuoti projektus, kuriantčius patrauklų miesto įvaizdį, naudojant naujas technologijas ir interneto priegias.	SB	10,0	1,0	15,0	15,0	Inicijuoti ir koordinuoti projektais naudojant naujas technologijas, interneto priegias, sk.	10	13	13
				VB	10,0				Igyvendintas LTKT projektas	1		
				SB								
				SB	5,0	1,8	5,0	5,0	Anaujinta turizmo informacija interneto svetainėje ir kt. prigose, Facebook ir kt., k. Interneto svetainės ir Facebook paskyros vartotojų sk. (tūkst.) www.visitstuliai.lt Facebook paskyra	5 40 6	5 50 6,3	5 60 6,6
01	01	03	Atnaujinti, pildyti, tobulinti Šiaulių miesto ir regiono turizmo galimybes ir renginių pristatancią internetinę svetainę atsižvelgiant į naujausias skaitmeninių technologijų tendencijas. Periodiškai atnaujinti turizmo informaciją svetaineje ir kt., prigose lietuvių ir užsienio kalbomis.	ES	3,0							
01	01	04	Pristatyti Šiaulių miesto bei regiono turizmo galimybes bei Šiaulių miesto renginius tarptautinėse parodose verslo misijoje svarbiose ir tikslinėse rinkose, informaciniose turuose ir kt.	SB	7,5	7,5	8,0	20,0	Viso pristatyta turizmo galimybų ir renginių tarptautinėse parodose, verslo misijoje, informaciniose turuose ir kt., sk. Pristatyti galimybes (straipsniai, reklamos maketai, TV laidos ir kt.), igvyrindinios miesto identitetio skatinimo iniciatyvos, pozicijų sk. TIC lankytolių (turistų) Šiaulių mieste sk. (tūkst.)	6	13	13
01	01	05	Vykdyti įvaizdžio rinkodaros programą: pristatyti miesto turizmo galimybes vietois ir užsienijo žiniasklaidoje (straipsniai, reklamos maketai, TV laidos ir kt.), kurti/skatinti Šiaulių miesto identitetą, foto ir video pastaugus.	SB	19,3	10,0	4,0	20,0		6	6	6
01	01	06	Organizuoti turizmą ir svetinguma skatinančius renginius (inicijatyvas, akcijos, mokymai, etc.), sk.	SB	28,0		30,0		Suorganizuoti renginiai (inicijatyvos, akcijos, mokymai, etc.), sk.	3	4	5

01	01	07	Organizuoti V-ąjį Šiaulių krašto turizmo bendraarbavimo tap turizmo, švietimo, mokslo, versio įstaigų projektus	SB	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	Suorganizuotas Šiaulių krašto turizmo forumas, sk.	1
01	01	09	Vykdyti dviračių nuomos paslaugą	SB	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	Pasiundažiusių dviračių nuomos paslauga asmenys, sk.	240
01	01	10	Turizmo informacijos stulpų priežiūra mieste	SB	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	Pržiūrinių turizmo informacijos stulpai, sk.	240
01	01	11	Organizuoti nemokamas ekskursijas po Šiaulių miestą ir regioną valstybinė švenčių (Vasaro 16-oji, Kovo 11-oji, Liepos 6-oji) proga ir Senjoru dienos proga.	SB	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	Organizuotos ekskursijos po Šiaulių miestą ir regioną, sk.	240
01	01			Iš viso	54,4	54,4	47,3	47,3	86,9	87,4	284
01	01			Iš viso uždavinui	86,6	86,6	47,3	47,3	86,9	87,4	284
01	02	Unikalių gamtinės savygų išnaudojimas vystant aktyvaus laisvalaikio turizmą									299
01	02	01	Igyvendinti projekta "Tarpautinis kultūros turizmo kelias "Baltų keliai"	SB	180,9				0,0	0,0	300
01	02	02	Vykdyti tėstiminių projektų „Baltų kultūros pažinimo skatinimas ir žinomumo apie tarptautinį kultūros kelią „Baltų keliai“ didinimas“	SB	31,3	85,5	104,6	61,6	0,0	Vykdomas tėstiminių projektas „Baltų kultūros pažinimo skatinimas ir žinomumo apie tarptautinį kultūros kelią „Baltų keliai“ didinimas“, proc.	40
01	02	03	Vykdyti projekta „Bendro tarpvalstybinio paveldo turizmo produkto „Saulės keliai“ kurimas“	SB	16,0	162,8	177,3	85,5	0,0	Vykdomas projektas „Bendro tarpvalstybinio paveldo turizmo produkto „Saulės keliai“ kurimas“, proc.	40
01	02	04	Igyvendinti religinio turizmo skatinimo priemones	SB	0,0	10,0	10,0	0,0	0,0	Igyvendintos religinio turizmo skatinimo priemonės, sk.	5
01	02			Iš viso	258,2	258,2	291,9	147,1	0,0	0,0	0
01	02			Iš viso uždavinui	258,3	258,3	291,9	147,1	0,0	0,0	0

Šiaulių miesto savivaldybės administracijos direktoriaus 2019 m. liepos 3 d. įsakymu Nr. A - 971

FINANSAVIMO ŠALTINIŲ SUVESTINIMAS

1.02.	Skolintos lėšos PS					
1.03.	Praėjusių metų nepanaudota pajamų dalis, kuri viršija praėjusių metų panaudonus asignavimus SB (LIK)					
1.04.	Mokymo lėšos VB (MK)					
1.05.	Lėšos valstybinėms funkcijoms atlirkti VB (VF)					
1.06.	Valstybės biudžeto kitos lėšos VB (V BK)					
1.07.	Valstybės biudžeto lėšos VB (VIP)					
1.08.	Kelių priežiūros ir plėtros programos lėšos VB (KPPP)					
1.09.	Europos Sąjungos finansinės paramos lėšos (ES)	3,0				
1.10.	Istaigų pajamų lėšos (PL)	58,8	35,0	36,7	35,0	35,0
1.11.	Valstybės investicinių projektų lėšos VB (VIP)					
2.	Kitos lėšos (KT)	17,4	10,0	0,0	0,0	0,0
2.01.	Valstybės biudžeto lėšos KT (VB)	17,4	10,0			
2.02.	Europos Sąjungos finansinės paramos lėšos KT(ES)					
2.03	Kitų šaltinių lėšos KT(KL)					
	Is viso finansavimas programai (1 eilutė + 2 eilutė)	531,40	589,90	610,20	445,60	302,80