

(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
2020 m. birželio 30 d. įsakymu
Nr. S-20-058

2020-2022-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 Šiaulius 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 produktą, paslaugų ir infrastruktūros, turizmo rinkodaros, turizmo koordinavimo ir administravimo sritis.

2019 metai Centrui buvo didelių pokyčių: veiklos, rinkodaros, žmogiškujų išteklių ir kt. atsinaujinimo metai, kurių rezultatai matomi kalendorinių metų gale, tačiau didžioji dalis yra orientuoti į artimiausią ateitį, reikalaujantys nuolatinio, sistemingos darbo, matomi po keleto metų intensyvaus darbo. Naujų turistinių objektų, kurie generuotų didelius turistų srautus, pastaruosius kelerius metus Šiauliouose neatsirado.

2014 – 2019 m. Šiaulių turizmo informacijos centro lankytojų skaičius stabiliai auga ne tik vasaros sezono (birželio-rugpjūčio mėn.), bet ir kitais mén. Didžiausias turistų skaičiaus padidėjimas pastebėtinės didžiųjų miesto renginių, kurie yra viešinami visos šalies mastu, metu.

Daugelis pradėtų darbų tėsis 2020 ir tolesniuose metais, nes 2019 metai – tik pokyčių, intensyvesnės turizmo skatinimo veiklos pradžia, leisianti įgyvendinti turizmo plėtros projektus, kurti naujus turizmo maršrutus, naujas turizmo paslaugas, kurios skatinėtų atvykti šalies ir užsienio keliautojus, plėtotų kultūrinį-pažintinį ir aktyvųjį laisvalaikį, kurtų patrauklų miesto įvaizdį, stimuliuotų smulkųjį verslą. Tėsiams ir pradėti darbai yra pagrindas tolimesniems, didesniems darbams, kuriuos būtina atliliki 2020 ir vėlesniais metais.

Vykdydamas veiklą, **Centras siekia intensyvesnės turizmo sektoriaus plėtros**, kuri yra tiesiogiai susijusi su miesto sociokultūrine, ekonomine plėtra, skatinanti žmonių užimtumą, turiningo laisvalaikio galimybes, privačių turizmo paslaugų teikėjų pajamas. Teikiamų turizmo paslaugų plėtros 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, ekonominiių ir kt. sąlygų.

Centro strateginiai tikslai ir uždaviniai remiasi Šiaulių miesto savivaldybės strateginiais plėtros 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. šaltiniais.

Dalis **Centro** veiklų ir priemonių, ypatingai kurios susijusios su miesto, bei turizmo išteklių rinkodaros, viešinimo ir komunikacijos kampanijomis, atispindi **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 kelai, kuriais keliauja turistai. Šiaulių miesto mažosios architektūros, jtrauktos į turistinius maršrutus, kurį sudaro po visą miestą išskirstytį dailės paminklai, patrauklumas. Kiekviena iš šių skulptūrų turi savitą istoriją, todėl yra įdomi turistams. Tradicinių kultūrinių renginių ir švenčių vietiniu, nacionaliniu ir tarptautiniu mastu reprezentuojančių miesto ir Šiaurės Lietuvos kultūrines tradicijas bei papročius mieste gausa. Plačiai išvystytas muziejų tinklas, siūlantis edukacinus užsiėmimus.	Informacinių žemėlapių Šiaulių miesto autobusų ir traukinių stotyse, informacinių turizmo standų centrinėje miesto dalyje, trūkumas. Turizmo objektai dažnai nepritaikyti neįgaliesiems, mažai orientuojamasi į socialinio turizmo idėjos įgyvendinimą. Parkavimo vietų mieste, pritaikytų turistiniams autobusams ir kemperiams, trūkumas.
Stiprūs, edukacines programas siūlantys objektai – Šiaulių miesto etnografijos centras Žaliūkių malūnininko sodyba ir kt.	Daugelio Šiaulių miesto poilsinių zonų ir maudyklų nepritaikymas poilsiuui: nesutvarkyti privažiavimo kelai, automobilių stovėjimo aikštėlės, būtinės turizmo infrastruktūrai, turizmo informacijos trūkumas, papildomų turistinių paslaugų stoka. 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 (Rėkyvos, Ginkūnų, Talkšos) reikšmingumas rekreaciniu požiūriu. Išvystyta sporto infrastruktūra (multifunkcinis kompleksas „Šiaulių Arena“, teniso kortai, žolės riedulio stadionas, BMX trasa ir kitos sporto plėtojimui pritaikytos vietas).	Aukštos klasės viešbučiu stoka.
Didžiausia apgyvendinimo įstaigu 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 rekreacinių 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	Menkas miesto kultūrinių, istorinių paveldo objektų ir

Vilniaus gatvės, kaip istorinio miesto trakto palikimo, populiarinimas, laisvalaikio leidimo pramogų aktyvinimas Šiaulių miesto pagrindinėje Vilniaus gatvėje.	rekreacinių išteklių išnaudojimas ir priežiūra, jų patrauklumo mažėjimas.
Kultūrinio paveldo – nacionalinės virtuvės patiekalų assortimento siūlymas Šiaulių miesto maitinimo įstaigose, kas dominantū ir trauktū 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 rekreaciniam turizmui, įrengiant suoliukus, viešuosius tualetus, šiukšlių dėžes, žaidimo aikštėles vaikams.	Nukreipiamųjų informacinių ženklų trūkumas (išskyrus centrinę miesto dalį) klaidinantis turistus, mažinančios 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 lankytojams.
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 priskiriamai 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:

- Įvairių sporto šakų bazių 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 pritaikiyi pramoninio, kūrybinių industrių turizmo krypčiai;
- Unikali gamtinė aplinka (du dideli ežerai, iš kurių vienas miesto centre, daug žaliųjų 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 tarpinstitucinės bendradarbiavimas renginių metu pateikiant turistinių paslaugų paketą – atidaryti muziejai, ekskursijos pagal renginio temą.

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

1. Néra turizmo strategijos (trūksta visų įstaigų bendro sutarimo dėl prioritetinių turizmo vystymo kryptių (kultūrinis – pažintinis, sakralinis, sporto turizmas)).

2. Néra 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 atsišpindėjo „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 veiksnių. 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 2020-2022 metų Centro veiklos kryptis, ir uždavinius.

Prioritetinės Šiaulių miesto turizmo rinkos 2020-2022 metais, remiantis Centro lankytojų duomenimis bei Valstybinio turizmo departamento tyrimo rezultatais, yra Latvija, Estija, Baltarusija, Lenkija, Rusija, Ukraina, Vokietija, Jungtinė Karalystė, Italija, Ispanija, Prancūzija, Švedija, Norvegija.

Tai tiesiogiai koreliuoja su Lietuvos turizmo departamento pateiktais duomenimis, išskirtomis Lietuvos prioritetinėmis rinkomis.

Pagrindiniai turizmo ištekliai mieste ir regione yra susiję su kultūriniu – pažintiniu turizmu (kultūros paveldo, sakralinių objektų), taip pat gamtos objektų, išplėtota sporto infrastruktūra, apgyvendinimo ir maitinimo sektorius įvairovė, dalykinių renginių organizavimo vietų pasiūla, nacionalinės ir tarptautinės reikšmės renginiai.

Remiantis pagrindiniais turizmo ištekliais Šiaulių mieste, numatoma vystyti šių turizmo rūšių (pagal tikslą) veiklą 2020-2022 metais:

1. kultūrinis – pažintinis turizmas;
2. sakralinis turizmas;
3. aktyvus/gamtinis/sporto turizmas;
4. konferencinius 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 turistinį 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 (svariausi 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: skatininti kurti ir įgyvendinti elektroninės rinkodaros priemones,
- vykdyti rinkodaros priemones Lietuvos mastu, prioritetinėse atvykstamojo turizmo rinkose (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;
- 2020-2022 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 sektoriių turizmo rinkodaros projektų įgyvendinimo, nes dabar turizmo sektoriaus institucijos ir organizacijos bendradarbiauja per mažai; Suorganizuoti III Šiaulių krašto turizmo forumą.
- skatininti 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 išgyvendinant 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 nauji 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. Pasigirdus 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, mugių, 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 ekonomines, 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 pripažystama, 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 veiksmių 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 Šiaulius 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	2018 metų faktas	2019 metų faktas	2020 metų planas	2021 metų planas	2022 metų planas
TIC lankytojai (turistai) Šiaulių mieste, vnt.	62 708	64 460	60 000* - planas prieš pandemiją; 10 000* – planas pasibaigus karantinui (pagal I pusmečio statistiką)	64 000**	64 000**
Iki 2020.06.01 veikė interneto svetainės http://tic.siauliai.lt . Nuo 2020.06.01 veikia nauja interneto svetainė www.visitsiauliai.lt . (naudotojų skaičius)	160 047	152 473	100 000* - planas prieš pandemiją; 25 000* - planas pasibaigus karantinui	150 000**	160 000**
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)	85 461	101386			
Centro suorganizuotų ekskursijų Šiauliuose dalyvių skaičius; žm. sk.	4 610	4840	2500* - planas prieš pandemiją; 1500* - planas pasibaigus karantinui	3 000**	3 500**
Facebook paskyra, vartotojų sk.	4 885	5431	5 600	5 800	6 000

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

** - pagal pasaulines turizmo ekspertų prognozes, turizmo sektoriaus atsigavimas į 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, 2020 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	Išleistų spaudinių skaičius ir parengtos elektroninės jų versijos	Sk.	5
1.1.	Turistinis Šiaulių miesto žemėlapis	Parengtas ir išleistas Šiaulių miesto žemėlapis	Sk.	1
1.2.	Šiaulių žydų paveldą, kultūrą pristatantis turistinis leidinys	Parengtas ir išleistas Šiaulių žydų paveldą, kultūrą pristatantis turistinis leidinys		1
1.3.	Šiaulių krašto turizmo išteklius pristatantis leidinys	Parengtas Šiaulių krašto turizmo išteklius pristatantis leidinys	Sk.	1
1.4.	Pakartotini išleistų leidinių tiražai	Pakartotinai atspausdinti leidiniai	Sk.	2
2.	Inicijuoti ir koordinuoti projektus, kuriančius patrauklų miesto įvaizdį naudojant naujasias technologijas ir interneto prieigas.	Inicijuoti ir koordinuoti projektais naudojant naujasias technologijas, interneto prieigas	Sk.	11
2.1.	Mobiliosios aplikacijos „Šiaulių regiono gidas“ tobulinimas	Patobulinta mobilioji aplikacija	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. Interneto svetainės ir Facebook paskyros vartotojų sk. (tūkst.) www.visitsiauliai.lt (Nauja svetainė, apimanti tiek viso Šiaulių regiono turizmo išteklius,	Sk. (tūkst.)	5 25

		tiek Šiaulių miesto renginių kalendoriu).		
		Facebook paskyra	Sk. (tūkst.)	5,6
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	Priziūrimi informaciniai terminalai	Pasl.	1
4.	Pristatyti Šiaulių miesto bei regiono turizmo galimybes bei Šiaulių miesto renginius tarptautinėse parodoose, verslo misijose, svarbiose ir tikslinėse rinkose, informaciniuose turuose ir kt. +Punktai: 4.3.7; 4.3.9	Viso pristatyta turizmo galimybų ir renginių tarptautinėse parodoose, verslo misijose, informaciniuose turuose ir kt.	Sk.	9+*
4.1.	Dalyvavimas tarptautinėse parodoose, mugėse.	Pristatyto turizmo galimybės ir renginiai tarptautinėse parodoose	Sk.	3
4.2.	Dalyvavimas verslo misijose užsienio tikslinėse rinkose.	Pristatyto turizmo galimybės ir renginiai verslo misijose	Sk.	1
4.3.	Dalyvavimas verslo misijose, svarbiuose Lietuvos kultūrinuose, turistiniuose, pramoginiuose renginiuose ir šventėse pristatant Šiaulių turizmo išteklius.	Pristatyti Šiaulių turizmo ištekliai	Sk.	3
4.4.	Informacinių turų organizavimas: Lietuvos, Latvijos ir kt. valstybių kelionių organizatoriams, gidams, žiniasklaidos atstovams ir kt.	Organizuoti informaciniai turai turizmo sektoriui, žiniasklaidai	Sk.	2
5.	Pristatyti miesto turizmo galimybes vietos ir užsienio žiniasklaidoje (straipsniai, reklamos maketai, TV laidos ir kt.), kurti/formuoti Šiaulių turistinį įvaizdį, foto ir video paslaugos. + Punktai: 4.2.1; 4.2.2; 4.3.7;	Pristatyto galimybės (straipsniai, reklamos maketai, TV laidos ir kt.), įgyvendintos turistinio įvaizdžio priemonės	Sk.	67 +*
5.1.	Parengti įvaizdžio rinkodaros strategiją	Parengta įvaizdžio rinkodaros strategija	Sk.	1
5.2.	Sukurti reprezentacinę miesto vizualinę medžiagą, organizuoti kūrybines dirbtuves.	Sukurta reprezentacinė vizualinė medžiaga, suorganizuotos kūrybinės dirbtuvės	Pasl.	6
5.3.	Spaudos konferencijų organizavimas	Suorganizuotos spaudos konferencijos	Sk.	6
5.4.	Straipsnių ir kitų reklaminių priemonių nacionaliniuose, regioniniuose dienraščiuose, žurnaluose, interneto portaluose (Pvz.: www.delfi.lt , www.15min.lt , www.lrytas.lt)	Parengti ir publikuoti straipsniai ir kt.	Sk./mėn	12

	parengimas ir publikavimas			
5.5.	Straipsnių ir kitų reklamos priemonių turizmo portaluose (pvz.: www.pamatyklietuvoje.lt , www.welovelithuania.lt , www.makalius.lt , www.kelionesirpramogos.lt ir kt.) parengimas ir publikavimas	Parengti ir publikuoti straipsniai ir kt.	Sk.	30
5.6.	Viešinimas tarptautinėje žiniasklaidoje	Parengti ir publikuoti reportažai, straipsniai ir kt.	Sk.	7
5.7.	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
5.8.	Reklama nacionaliniuose įmonių kataloguose – spausdintinė ir elektroninė versijos.	Užpildytois reklaminės pozicijos	Sk.	2
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 IV-ąjį Šiaulių krašto turizmo forumą, skatinant, bendradarbiavimo tarp turizmo, švietimo, mokslo, verslo įstaigų projektus.	Suorganizuotas Šiaulių krašto turizmo forumas (*gali neįvykti dėl pandemijos)	Sk.	1*
8.	Vykdyti dviračių nuomos paslaugą.	Pasinaudojė dviračių nuomos paslauga asmenys	Sk.	150
9.	Turizmo informacijos stulpų priežiūra mieste.	Prižiūrimi turizmo informacijos stulpai	Sk.	11
10.	Organizuoti nemokamas ekskursijas po Šiaulių miestą ir regioną valstybinių švenčių (Vasario 16-oji, Kovo 11-oji, Liepos 6-oji) proga ir Senjorų dienos proga.	Organizuotos ekskursijos po Šiaulių miestą ir regioną.	Sk.	4
*	4 ir 5 priemonės	TIC lankytojų (turistų) Šiaulių mieste sk. (tūkst.)	Sk. (tūkst.)	10
+	Punktai iš Šiaulių miesto ekonominės plėtros ir investicijų pritraukimo strategijos priemonių plano.			

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

Eil. Nr.	Priemonės pavadinimas	Vertinimo priemonės pavadinimas	Mato vnt.	Planuoja ma reikšmė, 2020 metai
PRIEMONĖS				
1.	Vykdyti projektą „Tarptautinis kultūros turizmo kelias „Baltų kelias“	Baigtas vykdyti projektas „Tarptautinis kultūros turizmo kelias „Baltų kelias“	Sk.	1
2.	Vykdyti tėstinį projektą „Baltų kultūros pažinimo skatinimas ir žinomumo apie tarptautinį kultūros kelią „Baltų	Vykdomas tėstinis projektas „Baltų kultūros pažinimo skatinimas ir žinomumo apie tarptautinį kultūros kelią „Baltų	Sk.	1

	„Baltų keliai“ didinimas“	kelias“ didinimas“		
3.	Vykdyti projektą „Bendro tarpvalstybinio paveldo turizmo produkto „Saulės keliai“ kūrimas“	Vykdomas projektas „Bendro tarpvalstybinio paveldo turizmo produkto „Saulės keliai“ kūrimas“	Sk.	1
4.	Bendradarbiaujant kurti religinio turizmo skatinimo Lietuvoje programą, plėtoti Šv. Jokūbo kelią	Bendradarbiaujant sukurta religinio turizmo skatinimo Lietuvoje programa	Sk.	1

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

Eil. Nr.	Priemonės pavadinimas	Vertinimo priemonės pavadinimas	Mato vnt.	Planuojam a reikšmė, 2020 metai
PRIEMONĖS				
1.	Įstaigos išlaikymas ir darbuotojų samda	Etatų skaičius	Sk.	9
		Seminarų skaičius	Sk.	10
		Dalyvių seminaruose skaičius	Sk.	9
	Materialinės bazės stiprinimas (bendrastatybiniai darbai įsikūrimui naujose patalpose, biuro įrengimo darbai, baldai, techninės priemonės ir kt.)	Atlikti statybos, rekonstrukcijos darbai įsikūrimui naujose patalpose, sk.	Sk.	1

Direktoriė

Rūta Stankuvienė

(Asignavimų valdytojo suderinimo žyma)

			VB	8,0	8,0		Parengtas ir išleistas Šiaulių regiono turizmo išteklius pristatantis leidinys	1		
			SB	1,0	6,5					
01	01	02	Inicijuoti ir koordinuoti projektus, kuriančius patrauklų miesto įvaizdį naudojant naujastas technologijas ir interneto prieigas.			10,0	15,0	Inicijuoti ir koordinuoti projektai naudojant naujastas technologijas, interneto prieigas, sk	11	11
			VB	10,0						
			SB	2,0						
01	01	03	Atraujinti, pildyti, tobultinti Šiaulių miesto ir regiono turizmo galimybes ir renginius pristatančią internetinę svetainę atsižvelgiant į naujausias skaitmeninių technologijų tendencijas Periodiškai atraujinti turizmo informaciją svetaineje ir kt. prieigose lietuvių ir užsienio kalbomis.	SB	3,0	5,0	5,0	Atraujinti turizmo informacija interneto svetaineje ir kt. prieigose, Facebook ir kt., k. Interneto svetaines ir Facebook paskyros vartotojų sk. (tūkst.) www.visit siauliai.lt Facebook paskyra	5 25 5,6	5 30 6,5
			ES	40,0	3,9	3,0		"Viešųj turizmo paslaugų ir asmenų apimavimo kokybės gerinimas Šiaulių miesto savivaldybėje"	1	
01	01	04	Pristatyti Šiaulių miesto bei regiono turizmo galimybes bei Šiaulių miesto renginius tarptautinėse parodose verslo misijose svarbiose ir tikslinėse rinkose, informaciniuose turnuose ir kt.	SB	12,0	25,0	7,5	Viso pristatyta turizmo galimybų ir renginių tarptautinėse parodose, verslo misijose, informaciniuose turuose ir kt., sk Pristatyti galimybes (straipsniai, reklamos maketai, TV laidos ir kt.), išvendintos turistiniu	9 9 9	9 9 9

01	01	05	Pristatyti miesto turizmo galimybes viesų ir užsienio žiniasklaidoje (straipsniai, reklamos maketai, TV laidos ir kt.), kuriai/formuoti Šiaulių turistinių įvaizdų, foto ir video paslaugos.	SB	22,1	40,0	19,3	40,0	40,0	40,0	61	60	60
01	01	06	Organizuoti turizmą ir svetingumą skatinančius renginius (inicijatyvos, akcijas, seminarus ir t.t.)	SB	1,0	1,5	2,0	2,5	Suorganizuoti renginiai (inicijatyvos, akeijos, mokykai, etc.), sk.	3	3	3	
01	01	07	Organizuoti IV-ąjį Šiaulių krašto turizmo forumą, skatinant, bendradarbiaujimo tarp turizmo, švietimo, mokslo, verslo įstaigų projektus.	SB	2,0	2,0	2,5	2,5	Suorganizuotas Šiaulių krašto turizmo forumas (* gali neįvykti dėl pandemijos), sk.	1	1	1	
01	01	08	Vykdyti dviračių nuomos paslauga	SB	1,0	1,0	3,0	1,0	Pasinaudoję dviračių nuomos paslauga asmenys, sk.	150	200	200	
01	01	09	Turizmo informacijos stulpų priežiūra mieste	SB	0,5	0,5	0,5	0,5	Priziūrimi turizmo informacijos stulpai, sk	11	11	11	
01	01	10	Organizuoti nemokamas ekskursijas po Šiaulių miestą ir regioną valstybiniu šverčiu (Vasaros 16-oji, Kovo 11-oji, Liepos 6-oji) proga ir Senjorų dienos proga.	SB	3,5	0,3	0,4	0,4	Organizuotos ekskursijos po Šiaulių miestą ir regioną,sk	4	4	4	
01	01		Š viso uždavinui	136,5	123,1	86,6	108,4	111,9		262	310	312	
01	02	Unikalių gamtinės savygų išnaudojimas vystant aktyvaus laisvalaikio turizmą	Igyvendinti projekta "Tarpautinis kultūros turizmo kelias "Baltų kelias"	SB	185,7	171,2	180,9	0,0	Igyvendintas projektas "Tarpautinis kultūros turizmo kelias "Baltų kelias", proc.	100			

01	02	02	SB	48,6	31,3	85,5	61,6	Vykdomas testinių projektas „Baltų kultūros pažinimo skatinimas ir žinomumo apie tarptautinį kultūros kelią „Baltų kelias“ didinimas“	20	60	20
01	02	03	SB	55,6	16,0	162,8	85,5	Vykdomas projektas „Bendro tarptautybinio paveldo turizmo produkto „Saulės kelias“ kūrimas“	20	60	20
01	02	04	SB	3,0	0,0	10,0	10,0	Bendradarbiaujant sukurti religinio turizmo skatinimo Lietuvoje programa	1	3	3
01	02		Š viso	185,7	278,4	228,2	258,3			100	0
01	03	Užtikrinti įstaigos veikla	Š viso uždaviniai	185,7	278,4	228,2	258,3	157,1		100	0
01	03	01	Istaigos išlaikymas ir darbuotojų samda	SB	131,8	151,0	144,1	220,0	230,0	Estatu skaičius	9
				SP	66,6	35,0	58,8	40,0	40,0	Seminarių skaičius	10
				KT						Dalyvių seminaruose skaičius	11
03	02	Materinalinės ir nematerialinės bazės stiprinimas: prekes ir paslaugos (statybos, rekonstrukcijos darbai išskiriant naujose patalpose, biuro įrengimo darbai, baldai, automobilių, techninės priemonės parodoms ir kt.)	SB	100,0	100,0	13,7	70,0	15,0	Aukštii statybos, rekonstrukcijos darbai išskiriant naujose skaičius	9	
			Š viso	298,4	286,0	216,6	330,0	285,0		13,5	13,5
01	03		Š viso uždaviniai	298,4	286,0	216,6	330,0	285,0		29	39
01			Š viso tikslui	620,6	687,5	531,4	696,7	554,0		391	349
			Š viso programai	620,6	687,5	531,4	696,7	554,0		391	351

(1e/1 forma)

FINANSAVIMO ŠALTINIŲ SUVESTINĖ

		2019 metų asignavimai	2020 metų patikslinti asignavimai ai	2020 metų patikslinti asignavimai	2021 metų lėšų projektas	tūkst. Eur 2022 metų lėšų projektas
	Finansavimo šaltiniai					
1.	Savivaldybės biudžeto lėšos	610,60	514,00	0,00	696,70	554,00
1.01.	Savivaldybės biudžeto lėšos (SB)	504,0	452,2		656,7	514,0
1.02.	Skoliniotos lėšos PS					
1.03.	Praėjusių metų nepanaudota pajamų dalis, kuri viršija praėjusių metų panaudotus asignavimus SB (LJK)					
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)	40,0	3,0			
1.10.	Istaigų pajamų lėšos (PL)	66,6	58,8		40,0	40,0
1.11.	Valstybės investicinių projektų lėšos VB (VIP)					
2.	Kitos lėšos (KT)	10,0	17,4	0,0	0,0	
2.01.	Valstybės biudžeto lėšos KT (VB)	10,0	17,4			

2.02.	Europos Sąjungos finansinės paramos lėšos KT(ES)				
2.03	Kitų šaltinių lėšos KT(KL)				
	Iš viso finansavimas programai (1 eilutė + 2 eilutė)	620,60	531,40	0,00	696,70
					554,00