



CIVITTA

KLAIPĖDOS REGIONO  
TURIZMO IR ŽEMĖS ŪKIO  
SEKTORIŲ PLĖTROS STUDIJA

Trumpoji versija

2019 m. kovas

# \ STUDIJS TIKSLAS IR ETAPAI

Studijos tikslas – sukurti prielaidas subalansuotai ir kryptingai Klaipėdos regiono (KR) ekonominei plėtrai skatinti, identifikuojant ir pagrindžiant turizmo ir žemės ūkio sektorių specializacijos ir plėtros kryptis. Klaipėdos miesto ekonominės plėtros strategija 2030 kartu su šia studija bus apjungtos į apibendrinamąjį KR ekonominės specializacijos dokumentą.

1

Analizės ir situacijos identifikavimo etapas

Įvertinta esama KR turizmo ir žemės ūkio sektorių ekonominė specializacija, atlikta sektorių SSGG analizė; įvertintas KR turizmo ir žemės ūkio sektorių konkurencingumas ir perspektyvinės specializacijos kryptys; atlikta užsienio regionų gerųjų pavyzdžių analizė; suorganizuotos įvadinės sesijos ir darbiniai susitikimai.

2

Turizmo ir žemės ūkio sektorių plėtros vizijos, prioritetų ir vystymosi scenarijaus identifikavimo etapas

Suformuluota KR turizmo ir žemės ūkio sektorių plėtros vizija, sudarytas KR nagrinėjamų sektorių vystymosi scenarijus artimam laikotarpiui (iki 2020 m.) ir strateginei plėtrai (iki 2030 m.); sukurtas šių sektorių plėtros įgyvendinimui reikalingos valdymo organizacinės struktūros modelis bei suorganizuoti darbiniai susitikimai.

3

KR turizmo ir žemės ūkio sektorių plėtros studijos tvirtinimo etapas

Parengta KR turizmo ir žemės ūkio sektorių plėtros studija ir suderinta su Studijos rengimo grupe bei Strateginiu komitetu; studija pristatyta visose KR savivaldybėse (7 pristatymai).

CIVITTA

TURIZMO SEKTORIUS



# \ TURIZMAS Į KR: SVARBIAUSI FAKTAI

## ATVYKSTAMASIS TURIZMAS:

- KR apsilanko 18 % į LT atvykusių užsienio turistų (2017 m.; 2008 m. – 23 %).
- Pagr. rinkos – Vokietija, Rusija, Baltarusija.
- Keleivių srautas į Palangos oro uostą nuosekliai auga.
- Dažniausi kelionių tikslai: laisvalaikis / poilsis (34 %), verslas (28 %), giminių / draugų lankymas (23 %).

## VIETINIS TURIZMAS:

- 23 % vietinių (LT ribose) kelionių tikslas – KR (2016 m.; 2008 m. – 20 %).
- Dažniausi kelionių tikslai: laisvalaikis / poilsis (36 %), giminių / draugų lankymas (35 %), verslas (17 %).

40 % KR lankytojų – „poilsiautojai“, 14 % – dalykiniai turistai, 13 % – „tyrinėtojai“.

# \ DIDŽIAUSIA TURIZMO OBJEKTŲ IR PASLAUGŲ KONCENTRACIJA – PAJŪRYJE IR APYLINKĖSE









































































## KR SPECIALIZACIJA (PAGAL LOKACIJOS KOEF., PRIDĖTINĖ VERTĖ GAMYBOS KAINOMIS, KAI LT=1, 2016 M.):




- Viešbučių ir pan. veikla: 1,4 (2016 m.)
  - Palanga: 18,3
- Poilsiautojų ir kt. trumpalaikio apgyvendinimo veikla: 2,1
  - Neringa: 33,4, Palanga: 16,9, Klaipėdos r.: 4,3
- Poilsinių transporto priem., priekabų aikštelių ir stovyklaviečių veikla: 2,6



# KIEKVIENA IŠ SAVIVALDYBIŲ PRIE KR IŠSKIRTINUMO PRISIEDA SAVAIP

## KR SAVIVALDYBĖSE VYSTOMA TURIZMO SPECIALIZACIJA

	 Klaipėdos m. sav.	 Klaipėdos raj. sav.	 Kretingos raj. sav.	 Neringos sav.	 Palangos sav.	 Skuodo raj. sav.	 Šilutės raj. sav.
Pajūrio ir jūrinis turizmas	 *			 *	 *		
Vandens turizmas		 *					 *
Aktyvus turizmas		 *	 *				
Miesto turizmas							
Kultūrinis turizmas			 *			 *	
Kaimo turizmas							
Gamtinis turizmas				 *			
Sveikatingumo turizmas							
Dalykinis turizmas							

 Esama specializacija  
  Norima plėtoti specializacija  
  Nevystoma specializacija  
 \* – esama specializacija, kurią planuojama dar labiau plėtoti

# \ KR SSGG: PAGRINDINIAI BRUOŽAI DIKTUOJA SU PAJŪRIU, DARNA IR INOVACIJOMIS SUSIJUSIĄ VIZIJĄ

## **STIPRYBĖS: GAMTA, KULTŪRINIS IŠSKIRTINUMAS**

- Gamta: vienintelis LR regionas su prieiga prie jūros; puikios galimybės gamtinei rekreacijai, ypač – vandens turizmui
- Pasauliniu mastu pripažinti kultūriniai ištekliai
- Saviti etnografiniai regionai (Mažoji Lietuva, Žemaitija)
- Integracija į tarptautinius pažintinius ir kultūrinius maršrutus

## **GALIMYBĖS: INOVACIJOS, TINKLAVEIKA, SAŠAJOS**

- Vystomos naujai kuriamų inovacijos platformų paslaugos (pvz., Skaitmeninių inovacijų centras), augantis verslo IT išteklių naudojimas ir skaitmenizacija
- Jau sukurtų tarpinstitucinio bendradarbiavimo formų ir susivienijimų išnaudojimas glaudesnei tinklaveikai (ekosistemai)
- Turizmo infrastruktūros („kietosios“ ir „minkštosios“) plėtros sąsajos su kitais strateginiais KR ir savivaldybių dokumentais
- Didėja LT ir užsienio turistų dėmesys gamtai, sveikatai, aktyvioms pramogoms

## **SILPNYBĖS: NEIŠNAUDOTOS GALIMYBĖS, MENKAS ŽINOMUMAS**

- Neišnaudotos visos turimos galimybės sveikatinimo ir verslo, kultūriniam (muziejai, gastronomija) turizmui
- Kol kas žemas žinomumas tarptautiniu lygmeniu
- Veiksmai regiono lygmeniu: nepasiektas bendrų turizmo produktų, rinkodaros, iniciatyvų derinimo potencialas
- Plėstina partnerystė tarp verslo subjektų ir mokslo įstaigų: neišnaudotos klasterizacijos galimybės
- Plėstinos transporto intermodalumo galimybės, užtikrinant sklandų ir patogų lankytojų judumą tarp visų KR savivaldybių

## **GRĖSMĖS: TARŠA, POLITIKA**

- Gamtos netausojančio turizmo produktų ir paslaugų plėtra saugomose teritorijose
- Teikiamas nepakankamas prioritetas LT turizmo politikos lygmeniu
- Kvalifikuotos darbo jėgos trūkumas mažėjant studentų skaičiui ir emigruojant talentams

# KR TURIZMO VIZIJA – BALTIJOS REGIONO TURIZMO TRAUKOS IR INOVACIJŲ ŽIDINYS

VIZIJA

## KR IŠSKIRTINUMAS – DARNUS PAJŪRIO IR VANDENS TURIZMAS

Pagrindine KR specializacija siūloma pasirinkti darnaus pajūrio ir vandens turizmo kryptį, kuri taptų reikšmingą pridėtinę vertę kuriančia KR paslaugų ekonomikos dalimi, besiremiančia gamtiniais pajūrio ir vandens ištekliais, ekonomiškai pagrįstomis inovatyviomis ir kokybiškais kultūrinio, sveikatingumo, nišinio, gamtos, miesto ir dalykinio turizmo paslaugomis, palaikomomis regioninių inovacijų, kūrybinių industrijų ir sveikatingumo tinklo horizontaliųjų prioritetų. Efektyvesnis turimų resursų išnaudojimas ir tinklaveikos platformų stiprinimas leis KR padidinti konkurencingumą Europos pajūrio ir vandens turizmo rinkoje. Pagrindiniai iššūkiai, su kuriais susiduria šios turizmo rūšies politikos formuotojai visame pasaulyje, tarp jų ir KR: 1) žinių trūkumas, 2) darbo jėgos įgūdžių trūkumas, 3) inovacijų trūkumas, 4) gamtinis pažeidžiamumas, 5) ES investicijų prieinamumo ir panaudojimo efektyvumo didinimas, 6) smulkių rinkos veikėjų fragmentacija, 7) veiklos sezoniskumas. Sprendžiant šiuos iššūkius, investicijos telkiamos į žmogiškųjų resursų stiprinimą (ypač ugdant verslumą, didinant paslaugų kokybę ir gerinant užsienio kalbų mokėjimą), aplinkos inovacijoms gerinimą ir turimų gamtos resursų apsaugą. Taip pat siekiama įgyvendinti su turizmu susijusius Jungtinių Tautų organizacijos tvaraus vystymosi tikslus, kuriuose numatyta įgyvendinti tvaraus turizmo skatinimo politiką, kuria būtų kuriamos darbo vietos ir skatinama vietinė kultūra ir vietinių produktų vartojimas, sukurti ir įgyvendinti priemonės, skirtas stebėti tvaraus vystymosi poveikį turizmui bei padidinti tvaraus jūrų išteklių naudojimo ekonominę naudą, įskaitant tvarų žuvininkystės, akvakultūros ir turizmo valdymą.

MIESTO TURIZMAS

KULTŪRINIS  
TURIZMAS

GAMTINIS TURIZMAS

SVEIKATINGUMO  
TURIZMAS

DALYKINIS TURIZMAS

NIŠINIS TURIZMAS

## INOVACIJOS

Svarbiausi šio horizontalaus prioriteto tikslai – įgalinti išmaniojo regiono turizmą bei atnaujinti kultūros ir vandens turizmo paslaugas. Inovacijų dėka kuriamas nuolatos besimokantis ir prisitaikantis regionas su puikiai išvystytais socialiniais tinklais. Sąveika ir tinklaveika yra kertiniai akcentai, leidžiantys sukurti dinamišką regioninę sistemą; tam svarbus mokslo, verslo ir viešojo valdymo įstaigų bendradarbiavimas ir turizmo sektoriaus darbuotojų mokymosi visą gyvenimą skatinimas. Kaip rodo Skandinavijos šalių pavyzdžiai, konkurencinis pranašumas gali būti kuriamas ne per radikalių inovacijų, bet per abipusio mokymosi procesą inovacijų srityje – bendradarbiavimą tarp įmonių, juose dirbančių darbuotojų bei žinių infrastruktūros atstovų. IT priemonės aktyviai diegiamos pasaulinėje kelionių ir viešbučių praktikoje, pradedamos naudoti ir KR turizmo praktikoje.

## KŪRYBINĖS INDUSTRIJOS

Šis horizontalusis prioritetas būtinas visoms KR regiono turizmo rūšims plėtoti ir patrauklumui didinti. Regione jau yra sėkmingai veikiančių tarpsektorinio bendradarbiavimo diegiant kūrybines naujoves pavyzdžių.

## PAJĖGUMŲ DIDINIMAS

RINKODARA IR  
KOMUNIKACIJA

TINKLAVEIKA

PASIEKIAMUMO (ŠALIES IR  
TARPTAUTINIŲ MASTŲ)  
GERINIMAS

DĖMESYS DARNAI IR  
APLINKAI PLANUOJANT  
INFRASTRUKTŪROS PLĖTRĄ

Bendra (regiono mastu) rinkodara ir įvaizdžio kūrimas padėtų ne tik didinti KR išskirtinumą Lietuvoje / tarptautiniu mastu, bet ir ugdytų bendras turizmo sektoriaus bendruomenės vertybes, identitetą ir viziją; siekis tapti bendros „istorijos“ dalimi skatintų aktyviau įsitraukti į tinklaveikos iniciatyvas. Turizmo sektoriaus pajėgumų didinimas turi užtikrinti *darnią* regiono plėtrą; tai svarbu planuojant naujus infrastruktūros objektus, teritorijų plėtrą, mažinant neigiamą turizmo įtaką aplinkai ir klimato kaitai.

KONKURENCINIO PRANAŠUMO ĮGALINIMO ĮRANKIAI  
(HORIZONTALIEJI PRIORITETAJ)



# \ KR SIŪLOMI TRYS PLĖTROS SCENARIJAI



## NUOSAIKUS SCENARIJUS

**AKCENTAI** | sutvarkytas valdymas, profesionali rinkodara, akcentuojama ir keliama paslaugų kokybė, geras kokybės-kainos santykis.

### NUMATOMOS PROVERŽIO SRITYS:

- Kainos ir kokybės balansas
- Efektyvesnis valdymas ir turimų objektų / turizmo produktų išnaudojimas
- Profesionalesnė rinkodara
- Aukštesnė turizmo paslaugų kokybė

**SĖKMĖS PRIELAIDOS** | būtinas savivaldybių tarpusavio bendradarbiavimas formuojant bendrą specializaciją ir rinkodarą. Aktyvi lyderystė specializaciją / rinkodarą kuriant ir įgyvendinant.

Žr. priemonių planą toliau →



## KLASTERIŲ SCENARIJUS

**AKCENTAI** | vidaus išteklių skatinimas ir vystymas, turizmo verslo stiprinimas ir auginimas, tinklaveikos stiprinimas, naujos paslaugos skatinant turizmo verslumą.

### NUMATOMOS PROVERŽIO SRITYS:

- Sėkmingų naujų ir atnaujintų esamų turizmo produktų ir paslaugų įvairovė
- Efektyvesnis bendradarbiavimas tarp viešojo, privataus ir mokslo sektorių
- Aktyvesnis vietos visuomenės įtraukimas į turizmo politikos planavimą
- Riboto masto inovacijų įgyvendinimas

**SĖKMĖS PRIELAIDOS** | kritinis vaidmuo tenka savivaldybėms, joms stiprinant sąlygas verslo bendradarbiavimui (klasterių kūrimuisi). Kuriamos palankios sąlygos verslui, pvz., tarpsektorinio bendradarbiavimo išlaidų kompensavimas.



## INOVACIJŲ SCENARIJUS

**AKCENTAI** | IT, inovatyvios paslaugos, inovatyvios susisiekimo priemonės, žinių ir pasirengimo atnaujinimas.

### NUMATOMOS PROVERŽIO SRITYS:

- Plataus masto inovacijų įgyvendinimas
- Naujų, unikalių turizmo produktų kūrimas ir naudojimas
- KR turizmo sektorius maksimaliai išnaudoja informacinių, išmaniųjų ir kt. technologijų teikiamas galimybes
- KR tampa išskirtine turizmo kryptimi ir lyderiu Šiaurės Europoje

**SĖKMĖS PRIELAIDOS** | būtinas tiek savivaldybių tarpusavio bendradarbiavimas (aktyvi lyderystė skatinant inovacijas), tiek aktyvus centrinės valdžios įsitraukimas. Svarbus KR turizmo sektoriaus plėtros kreipimas į bendrą viziją; taip formuojamos aiškios prioritetinės inovacijų kryptys.

Žr. priemonių planą toliau →

# NUOSAIKIOJO SCENARIJAUS PRIEMONIŲ PLANAS IKI 2021 M.

NR.	PRIEMONĖ	REZULTATAS	REKOMEND. LYDERYSTĖ	REKOMEND. ĮTRAUKTI	ĮGYVEN- DINIMAS	POREIKIS / SĖKMĖS PRIELAIDOS
1.	KR turizmo ir bioekonomikos sektorių subjektų ekosistemos kūrimas ir valdysena	Sukurtas 1 ekosistemos dalyvių sąrašas. Priskirti ekosistemos dalyvių pogrupių lyderiai (tarp kurių – bioekonomikos, inovacijų, apgyvendinimo / maitinimo, vidaus vandenių, gamtinio turizmo, sveikatingumo turizmo, kt.). Parengta ir suderinta ekosistemos dalyvių bendradarbiavimo sistema.	AKR	<ul style="list-style-type: none"> <li>• KR savivaldybės ir kt. viešojo valdymo įstaigos</li> <li>• Verslo asociacijos</li> <li>• KU ir kitos švietimo ir mokslo įst.</li> <li>• Bendruomenių atstovai</li> </ul>	Iki 2020 m.	<p>Nors KR šiuo metu jau veikia įvairūs verslo / bendruomenių susivienijimai, viso regiono konkurencingumui užtikrinti verslo, bendruomenių ir viešojo valdymo įstaigų partnerystės tinklą būtina stiprinti. Bendros ekosistemos ir jos pogrupių sukūrimas ir nuosekli, su jos dalyviais sutarta, ekosistemos valdysena užtikrins galimybes tolimesnėms, glaudesnėms bendradarbiavimo formoms (pvz., klasterių kūrimas), naujoms paslaugoms / produktams ir jų junginiams, bendromis vertybėmis pagrįstos jungtinės rinkodaros sėkmei.</p> <p>Ekosistemos kūrimą ir tolimesnę jos valdyseną siūloma organizuoti sekant angl. <i>Entrepreneurial Discover Process</i> (EDP) metodiką, įtraukiant visų vad. „keturkampės spiralės“ (angl. <i>quadruple helix</i>) grupių atstovus (viešojo valdymo įst., verslo, mokslo ir bendruomenių).</p> <p>Viena pirmųjų ekosistemos dalyvių bendradarbiavimo užduočių – suteikti šioje studijoje ir strateginiuose KR dokumentuose numatytiems projektams / iniciatyvoms prioritetus ir identifikuoti baigtinį dalininkų sąrašą, taip ekosistemos nariams sudarant galimybes dalyvauti įgyvendinant prioritetinius sprendinius ir sukurti aktyvios tinklaveikos kultūrą.</p> <p>/</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Efektyvi AKR lyderystė ir (potencialių) ekosistemos dalyvių motyvavimas.</li> </ul>
2.	KR ženklo sukūrimas ir ženklo viešinimo strategijos parengimas	Sukurtas 1 KR ženklas. Parengta KR ženklo viešinimo strategija (surengtas viešųjų konsultacijų ciklas su verslo, bendruomenių, švietimo ir mokslo įst. atstovais: nustatomos KR ženklo viešinimo gairės turizmo paslaugoms ir produktams).	KR Plėtros taryba	<ul style="list-style-type: none"> <li>• KR savivaldybės</li> <li>• KR savivaldybių TIC</li> <li>• AKR</li> <li>• Viešųjų konsultacijų dalyviai</li> </ul>	Iki 2021 m.	<p>Kaip rodo kitų sėkmingų turizmo skatinimo programų užsienio valstybių regionuose pavyzdžiai, bendras regiono (prekės) ženklas padeda formuoti jungtinį identitetą, siūlomų turizmo prekių ir paslaugų nuoseklumą, užtikrina lengviau pastebimą ir sėkmingesnę jų viešinimą.</p> <p>/</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aktyvus viešųjų konsultacijų dalyvių įsitraukimas (Turizmo rinkodaros asociacija, Lietuvos kurortų asociacija, KR verslo subjektai, švietimo ir mokslo įst., turizmo paslaugų teikėjai ir bendruomenės). Kuriamas KR ženklas turi būti priimtinas, atpažįstamas ir suprantamas didžiosios dalies jo viešime dalyvausiančių turizmo ekosistemos dalyvių, KR bendruomenių.</li> <li>• Viešinimo strategijos rezultatų rodiklių sukūrimas ir nuosekli stebėseną.</li> </ul>
3.	Turizmo informacijos teikimo KR turizmo klientams sisteminimas skirtinguose informavimo kanaluose	1 atnaujintas interneto puslapis su susietomis paskyromis socialiniuose tinkluose ( <i>Facebook, Instagram, Twitter</i> ).	Strateginė KR vystymo grupė	<ul style="list-style-type: none"> <li>• KR savivaldybių TIC</li> <li>• AKR</li> <li>• Viešųjų konsultacijų dalyviai</li> </ul>	Iki 2021 m.	<p>Šiuo metu pagrindiniai turizmo informacijos interneto puslapiai – KR savivaldybių TIC tinklapiai – veikia skirtingais būdais, formomis, stiliumi. Siekiant formuoti bendrą KR įvaizdį, rekomenduojama konsoliduoti skirtingus informavimo šaltinius. Esamos informacijos sisteminimas ir KR specializaciją atliepančių turizmo sričių (pvz., kelionės vidaus vandenimis, mėgėjiška žvejyba) išryškimas prisidės prie bendros turizmo vizijos įgyvendinimo.</p> <p>/</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aktyvus KR savivaldybių TIC bendradarbiavimas.</li> <li>• Sėkmingai įgyvendintas KR ženklo sukūrimo procesas, parengta jo viešinimo strategija.</li> <li>• Detalus turizmo klientų poreikių įvertinimas, kliento „kelio“ analizė (vykdant viešąsias konsultacijas su KR verslo įmonėmis, susivienijimais, bendruomenėmis).</li> </ul>

# INOVACIJŲ SCENARIJAUS PRIEMONIŲ PLANAS NUO 2021 M.

NR.	PRIEMONĖ	REZULTATAS	REKOMEND. LYDERYSTĖ	REKOMEND. ĮTRAUKTI	ĮGYVENDINIMAS	POREIKIS / SĖKMĖS PRIELAIIDOS
1.	Megaobjekto įkūrimas regiono centre – Klaipėdos m.	KR išaugęs vietos ir užsienio turistų srautas (asm.).	KR Plėtros taryba	<ul style="list-style-type: none"> <li>Klaipėdos m. savivaldybė</li> <li>Viešųjų konsultacijų dalyviai</li> </ul>	Iki 2025 m.	<p>Klaipėdos ekonominės plėtros strategijoje „Klaipėda 2030“ numatytos megaobjekto statybos turi prisidėti prie išaugusio miesto ir regiono patrauklumo turistams. Pagal šioje studijoje suformuotą KR turizmo sektoriaus viziją, objektas gali būti skirtas darnaus pajūrio ir vandens turizmui: tapti regiono simboliu ir atnaujinti susidomėjimą KR išskirtinumu. Siūloma alternatyva – naujo Jūrų muziejaus padalinio (akvatinio pažintinio eksperimentariumo) įkūrimas.</p> <p>/</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Aktyvus KR švietimo ir mokslo institucijų, verslo subjektų ir kt. suinteresuotų grupių įsitraukimas į projekto planavimą ir įgyvendinimą (projekto rengėjų vykdomos viešosios konsultacijos).</li> </ul>
2.	Turizmo sektoriaus (ar turizmo produktus kuriančių) startuolių akceleratorius	Akceleratoriaus programos (1 m.) metu sukurti 2 nauji, 3 m. laikotarpyje palaikomi turizmo produktai / paslaugos.	KU	<ul style="list-style-type: none"> <li>KR turizmo sektoriaus ekosistemos (inovacijų pogrupio) dalyviai</li> </ul>	Iki 2022 m.	<p>Vienas šioje studijoje numatytų horizontaliųjų KR konkurencinio pranašumo įgalinimo įrankių – inovacijos. KR, kaip modernaus, darnaus, inovacijas ir tradicijas jungiančio regiono įvaizdį padės kurti nauji, išskirtiniai turizmo produktai ir paslaugos, kuriems skatinti (akceleruoti) siūloma rengti kasmetinę programą.</p> <p>Prioritetinės turizmo produktų ir paslaugų sritys: aplinkosauga, sveikatinimas, darnus gamtos išteklių naudojimas (pvz., geoterminio vandens naudojimas turizmo tikslams).</p> <p>/</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Šalies ir užsienio akceleratorių organizavimo patirties pritaikymas.</li> <li>Aktyvus KR turizmo sektoriaus ekosistemos dalyvių bendradarbiavimas.</li> </ul>
3.	Nemokamas bevielės interneto ryšys pasirinktose viešosiose erdvėse	Šalia prioritetizuotų turizmo objektų ir KR savivaldybių TIC veikiančios bevielės interneto ryšio zonos.	Strateginė KR vystymo grupė	<ul style="list-style-type: none"> <li>KR savivaldybės</li> <li>KR savivaldybių TIC</li> </ul>	Iki 2023 m.	<p>Naujosios technologijos leidžia ne tik tenkinti vis platesnės lankytojų ir vietos bendruomenių grupės poreikius, bet ir įgalina efektyvesnę rinkodarą (teikiant informaciją, nukreipiant lankytojų srautus, renkant aktualius duomenis).</p> <p>Siūloma identifikuoti lankomiausius KR turizmo objektus ir erdves šalia KR savivaldybių TIC, įrengti kokybiškas nemokamo bevielės interneto ryšio stoteles, parengti aktualią informavimo (prisijungus prie ryšio) programą ir duomenų apie prisijungusius lankytojus (kelionės tikslas, dominančios paslaugos ir objektai, kt.) rinkimo bei analizės planą.</p> <p>/</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Išrenkamos labiausiai prieinamos ryšio stelių vietos.</li> <li>Parengiama efektyvi viešinamos ir renkamos informacijos programa.</li> </ul>

# KITŲ TURIZMO PLĖTROS PRIEMONIŲ NUO 2021 M. PLANAS

NR.	PRIEMONĖ	REZULTATAS	REKOMEND. LYDERYSTĖ	REKOMEND. ĮTRAUKTI	ĮGYVEN-DINIMAS	POREIKIS / SĖKMĖS PRIELAIIDOS
1.	Turistų judumui KR skatinti skirtos infrastruktūros gerinimas	Regioninėje galimybių studijoje „Vakarų krantas“ numatytų sprendinių įgyvendinimas. Sukurta „Klaipėdos regiono bilieto“ sistema.	Strateginė KR vystymo grupė	<ul style="list-style-type: none"> <li>• KR savivaldybės</li> <li>• KR savivaldybių TIC</li> <li>• AKR</li> <li>• VĮ Vidaus vandenų kelių direkcija</li> </ul>	Iki 2025 m.	<p>Turistų judumui (ypač – kitomis nei nuosavas automobilis transporto priemonėmis) tarp skirtingų KR savivaldybių skatinti rekomenduojama gerinti galimybes prieinamoms, patogioms kelionėms dviračiais, viešuoju transportu, laivais / valtimis ir kt. Tam reikia plėsti regiono dviračių takų tinklą ir kurti teminius maršrutus, gerinti vidaus vandenų transporto galimybes (laivais, valtimis, baidarėmis, plaustais, kt. priemonėmis) ir turizmo paslaugų pasiūlą šiuose maršrutuose, gerinti viešojo transporto jungtis tarp turizmo objektų skirtingose KR savivaldybėse.</p> <p>Lankytojų informavimui ir judumo tarp skirtingų turizmo objektų skatinimui siūloma sukurti „KR bilieto“ sistemą: bet kurioje savivaldybėje įsigijus „KR“ bilietą, lankytojas galėtų juo naudotis skirtinguose regiono turizmo objektuose, būtų informuojamas apie teminius maršrutus ir galėtų rinktis iš plataus (bendro visam KR) objektų sąrašo.</p> <p>/</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aktyvus KR savivaldybių bendradarbiavimas rengiant / peržiūrint esamus teminius KR maršrutus.</li> <li>• Finansavimas „kietosios“ infrastruktūros kūrimui ir atnaujinimui.</li> <li>• Naujų / atnaujintų kelionių galimybių įtraukimas į bendras KR rinkodaros priemones.</li> <li>• Aktyvi AKR lyderystė ir (potencialių) ekosistemos dalyvių motyvavimas.</li> </ul>
2.	Kurortinių teritorijų vystymas (Smiltynė, Giruliai, Karklės–Kukuliškių km.).	Teritorijoms (3) suteikiamas kurortinis statusas. Bent 3 įkurtuose rekreaciniuose objektuose išnaudojamos geoterminių vandenų galimybės sveikatinimo turizmui.	Klaipėdos m. sav. Klaipėdos raj. sav.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• AKR</li> <li>• Kt. KR turizmo ekosistemos dalyviai.</li> </ul>	Iki 2025 m.	<p>Šioje studijoje nustatomi KR turizmo sektoriaus vizijai pasiekti svarbu didinti darnaus pajūrio, sveikatinimo turizmo galimybes. Kurortinių teritorijų vystymas Smiltynėje, Giruliuose ir Karklės–Kukuliškių kaime reikšmingai prisidėtų prie turizmo paslaugų įvairovės. Didelį dėmesį rekomenduojama skirti KR išskirtinumo – geoterminio vandens – išnaudojimui sveikatinimo turizmo tikslais.</p> <p>/</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• AKR sukuriama bendradarbiavimo ir informacijos dalijimosi platforma.</li> <li>• Atliekama detali finansavimo poreikio analizė ir veiksmų planas.</li> <li>• Užtikrinamas reikiamas finansavimas infrastruktūriniais projektams.</li> <li>• Naujų traukos centrų integravimas į esamą KR turizmo sektoriaus pasiūlą.</li> </ul>

# KR TURIZMO SEKTORIUS TURĖTŲ TAPTI ATSKIRA KR EKONOMINĖS SPECIALIZACIJOS KRYPTIMI

## JŪRINĖS EKONOMIKOS SEKTORIAI



 – susijusios jūrinės ekonomikos ir KR turizmo specializacijos kryptys

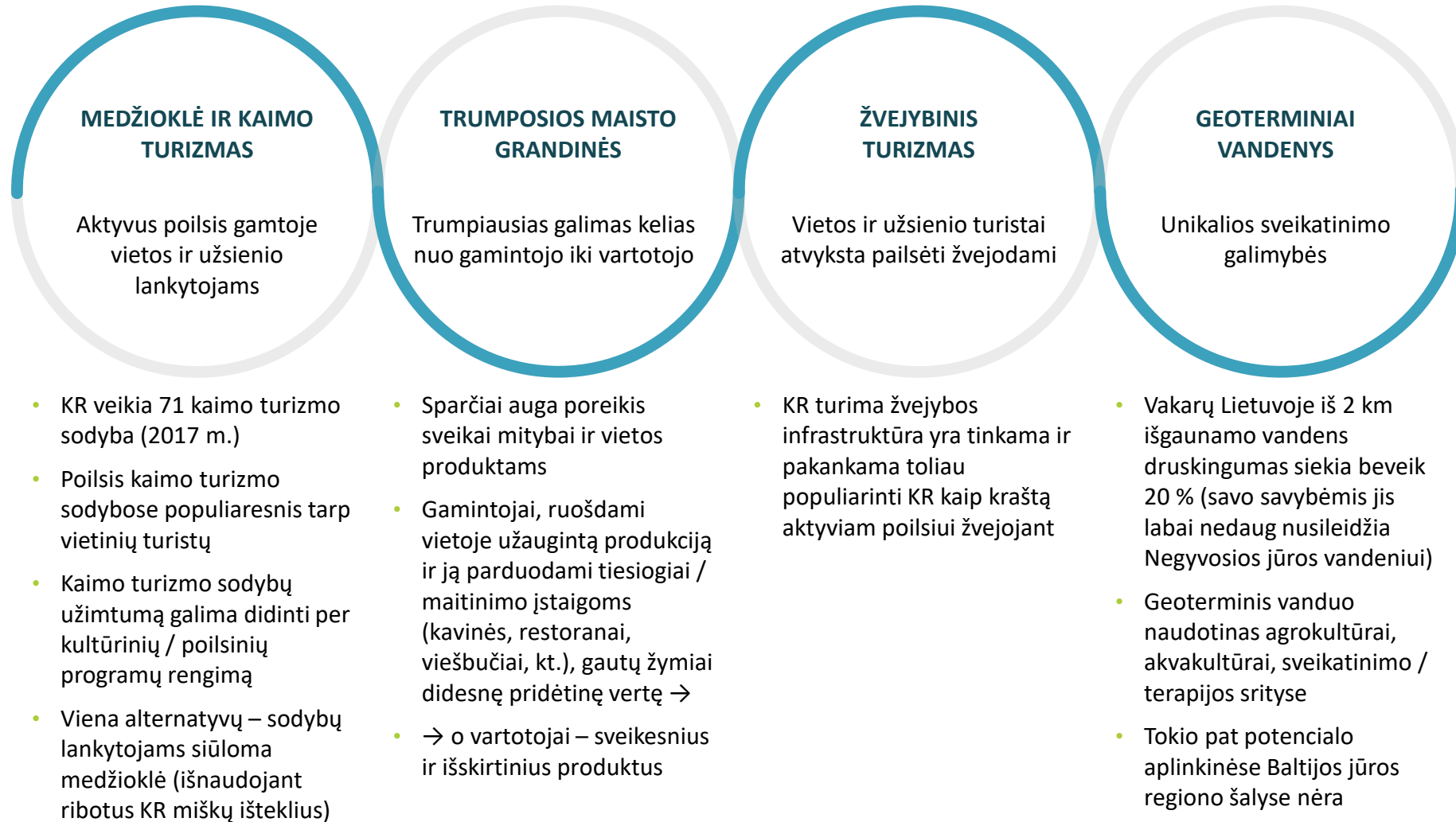
## APIBENDRINIMAS

Nors 2016 m. turizmas sudarė tik 3,5 % KR BVP, siūloma turizmą vertinti kaip atskirą ekonominės specializacijos kryptį, o ne kaip jūrinės ekonomikos dalį:

- Jūrinė ekonomika yra svarbi pajūrio regionų plėtros sritis, prie kurios yra priskiriamas ir pakrančių turizmas. Tačiau tik 2 iš 8 KR turizmo specializacijos kryptių yra susijusios su jūrine ekonomika bei pakrančių turizmu (tokios KR turizmo specializacijos kaip kultūrinis ar kaimo turizmas negali būti tiesiogiai priskiriamos prie jūrinės ekonomikos specializacijos).
- Trys iš septynių KR savivaldybių (Skuodo r., Šilutės r. bei Kretingos r.) neturi sąsajos su Baltijos jūros pakrante, todėl jūrinė ekonomika bei jos plėtra yra aktuali tik Neringos, Klaipėdos m., Klaipėdos r. bei Palangos m. savivaldybėms.
- 2016 m. KR turizmo BVP buvo 155,5 mln. EUR. Pakrančių turizmas KR sukūrė tik 38,4 mln. EUR pridėtinės vertės. Šie duomenys parodo, kad didžioji dalis regione sukuriama turizmo finansinės naudos generuojama ne iš pakrančių turizmo.
- Nors turizmas sudaro nedidelę dalį regiono BVP, svarbu atkreipti dėmesį į netiesioginę turizmo naudą. Pvz., 2017 m. KR netiesioginis turizmo indėlis (indėlis, sukuriama ekonomikos dalyvių, kuriuos netiesiogiai palaiko turizmas) į regiono BVP buvo beveik tris kartus didesnis, lyginant su tiesioginiu indėliu. Taip pat turizmas gali turėti reikšmingą, bet finansiškai neišmatuojamą naudą KR ir nacionaliniam įvaizdžiui.

- Jūrinė ekonomika yra svarbi ekonominės specializacijos kryptis ES kontekste, tačiau ji nepadengia viso KR ir jame plėtojamo turizmo.
- Dėl šios priežasties siūloma turizmą KR plėtoti kaip atskirą ekonominės specializacijos kryptį, o ne kaip integralią jūrinės ekonomikos dalį.

# \ SAŠAJOS TARP TURIZMO IR ŽEMĖS ŪKIO / BIOEKONOMIKOS





CIVITTA

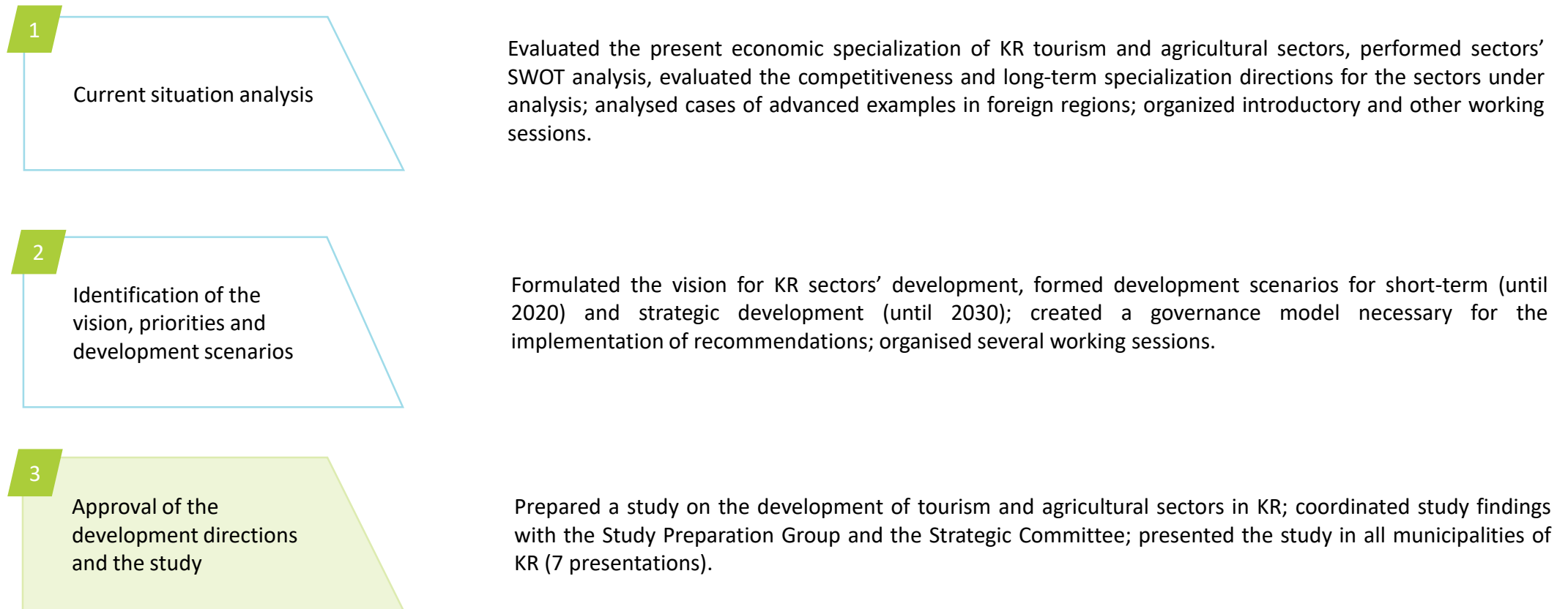
# DEVELOPMENT STUDY OF TOURISM AND AGRICULTURAL SECTORS IN KLAIPĖDA REGION

Summary

March, 2019

# AIM AND STAGES OF THE STUDY

The aim of the study is to create preconditions for balanced and focused promotion of economic development in Klaipėda region (KR) by identifying and substantiating directions of specialization and development for tourism and agricultural sectors. The Klaipėda city economic development strategy 2030, together with this study, will be merged into a summary document of Economic specialization for KR.





An aerial photograph of a river winding through a lush green forest. The image is overlaid with several semi-transparent teal shapes: a large dark teal area on the left, and three lighter teal shapes that resemble arrows or chevrons pointing downwards and to the right, following the path of the river.

CIVITTA

TOURISM SECTOR

# \ TOURISM IN KR: KEY FACTS



## INTERNATIONAL TOURISM:

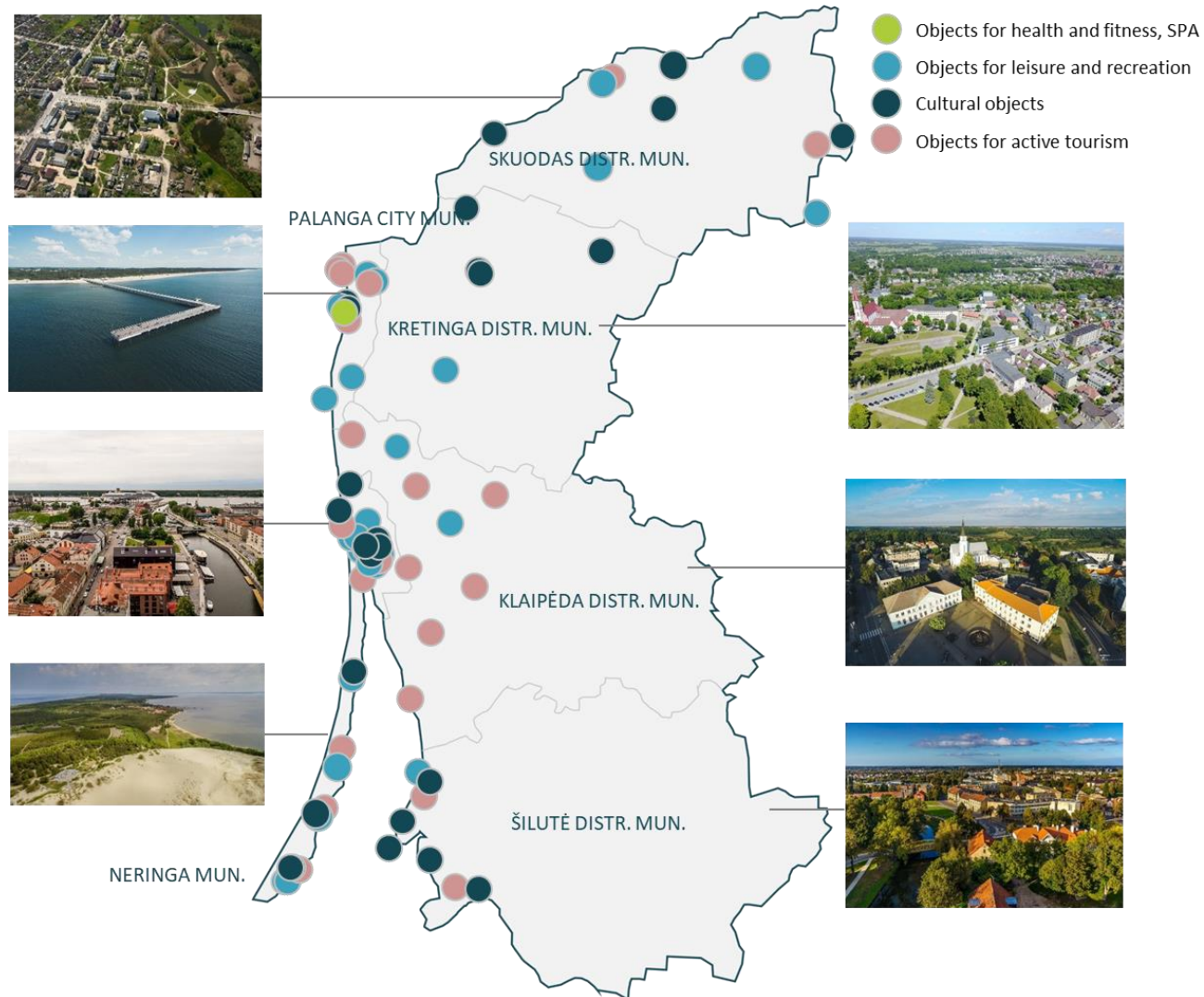
- 18% of international tourists who come to LT visit KR (in 2017; 23% in 2008).
- Key markets are Germany, Russia, Belarus.
- The number of passengers in International Palanga airport has been growing consistently.
- Dominant goals for travelling are: leisure / recreation (34%), business (28%), visiting family / friends (23%).

## LOCAL TOURISM:

- KR is visited by 23% of local travellers (in 2016; 20% in 2008).
- Dominant goals for travelling are: leisure / recreation (36%), visiting family / friends (35%), business (17%).

40% of KR visitors are 'vacationers', 14% – business travellers, and 13% – 'explorers'.

# \ HIGHEST CONCENTRATION OF OBJECTS FOR TOURISM IS IN THE SEASIDE AND NEARBY



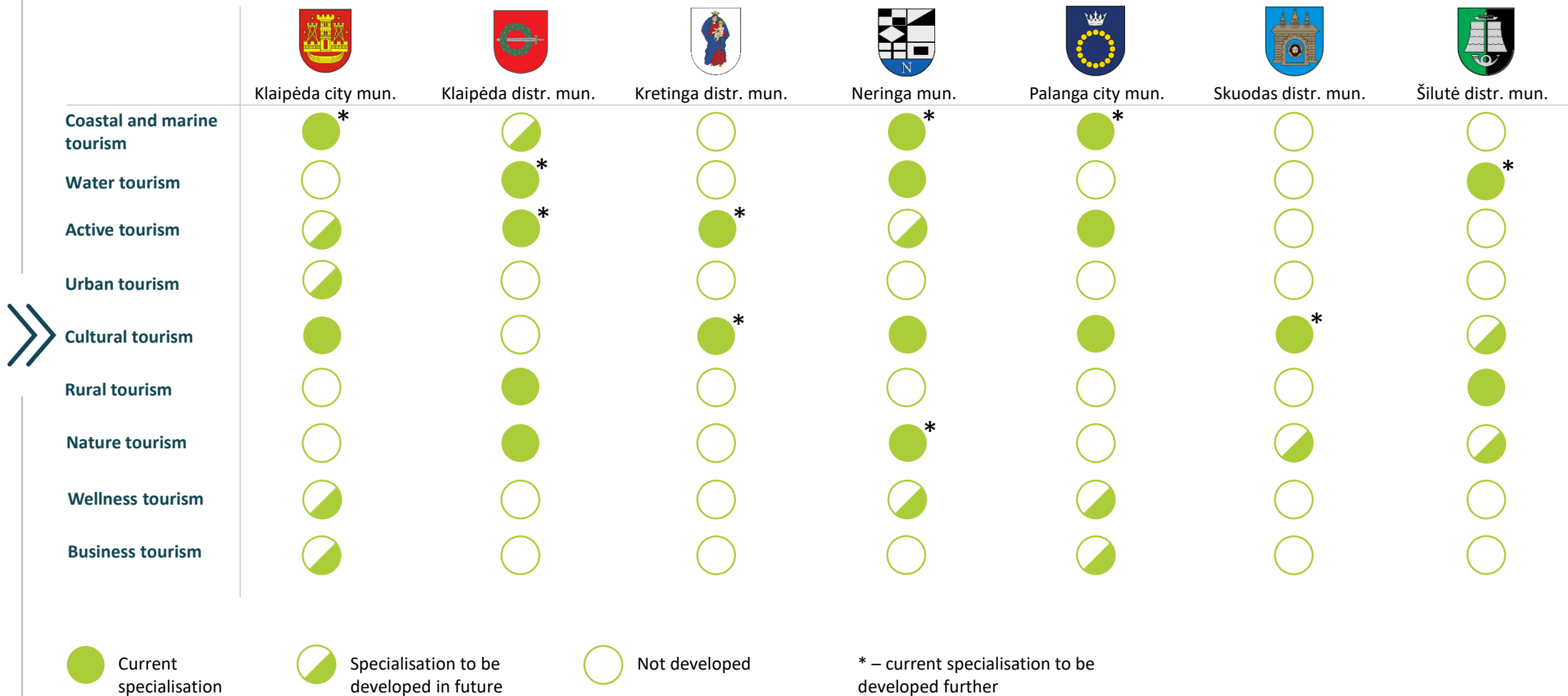
## SPECIALISATION OF KR (AS SHOWN BY LOCATION COEFFICIENT, ON VALUE ADDED IN PRODUCTION PRICES, LT=1, 2016):

- Accommodation in hotels: 1,4 (2016)
  - Palanga: 18,3
- Short-term accommodation: 2,1
  - Neringa: 33,4, Palanga: 16,9, Klaipėdos r.: 4,3
- Recreational vehicles, parking of trailers and camping facilities: 2,6



# MUNICIPALITIES CONTRIBUTE TO REGIONAL UNIQUENESS IN THEIR OWN WAYS

## TOURISM SPECIALISATION DEVELOPED IN KR MUNICIPALITIES



# \ KR SWOT: THE MAIN FEATURES DICTATE THE VISION FOR PROMOTING THE SEASIDE, HARMONY AND INNOVATION

## **STRENGTHS: NATURAL AND CULTURAL UNIQUENESS**

- Natural resources: the only region in LT with access to the seaside; great opportunities for natural recreation, especially for water tourism
- Globally recognized cultural resources
- Distinctive ethnographic regions (Lithuania Minor, Samogitia)
- Existing integration into international cultural routes

## **OPPORTUNITIES: INNOVATION AND FURTHER NETWORKING**

- Newly developed innovation platform services (e.g., Digital Innovation Center), increasing business use of IT resources and digitization
- Exploiting existing forms of inter-institutional cooperation for networking (ecosystem)
- Links between plans for developing tourism infrastructure (both 'hard' and 'soft') and other municipal strategic plans.
- Increasing both local and foreign tourists' attention to nature, health and active recreation

## **WEAKNESSES: UNTAPPED POTENTIAL, POOR AWARENESS OF THE REGION**

- Untapped potential in recreational, cultural (museums, gastronomy) tourism
- Low awareness at international level
- Actions at regional level: the potential for coordinating joint tourism products, marketing and initiatives has not been fulfilled
- Partnerships between business entities and research institutions are not expanded: potential for clustering not fully achieved
- Mobility in the region is not expanded, transport infrastructure to be improved

## **THREATS: POLLUTION, POLITICAL / LEGAL UNCERTAINTY**

- Development of tourism products and services in protected areas yields the risk for harm
- Insufficient priority is given to KR in the national level of tourism policy development
- Lack of qualified labor force as the number of students decreases and talents migrate

# VISION FOR KR – BALTIC REGION’S ATTRACTION POINT FOR TOURISM AND INNOVATION

VISION

## EXCLUSIVITY OF KR – SUSTAINABLE COASTAL AND WATER TOURISM

It is suggested to choose the direction of sustainable seaside and water tourism as the main specialization of KR, which would then become a part of the KR service economy that creates significant added value, based on natural seaside and water resources, economically justified innovative and high quality cultural, wellness, niche, natural, urban and business tourism services, supported by horizontal priorities of regional innovation, creative industries and healthcare network. More efficient use of available resources and strengthening of networking platforms will allow KR to increase its competitiveness in the European market for seaside and water tourism. Major challenges faced by this type of tourism policy makers around the world, including KR, are: 1) lack of expertise, 2) lack of skills in the workforce, 3) lack of innovation, 4) vulnerability of natural resources, 5) increasing the efficiency and accessibility of EU investment, 6) fragmentation of the market, 7) seasonality of activities. Addressing these challenges, investment is focused on strengthening human resources (esp. via entrepreneurship, improvement of services quality and improvement of foreign languages skills), improving the environment for innovation and protecting existing natural resources. It is also aimed to implement the UN Sustainable development goals related to tourism, which include the implementation of sustainable tourism promotion policy that advocates for job creation, local culture and the use of local products, creation and implementation of measures dedicated to monitor the impact of sustainable development on tourism and increase the economic benefits of sustainable use of marine resources, including sustainable management of fisheries, aquaculture and tourism.

URBAN TOURISM

CULTURAL TOURISM

NATURE TOURISM

WELLNESS TOURISM

BUSINESS TOURISM

NICHE TOURISM

## INNOVATION

The key objectives of this horizontal priority are to enable smart tourism in the region and to renew cultural and water tourism services. Innovations add to a continually learning and adaptive region with well-developed social networks. Interaction and networking are the cornerstones allowing for a dynamic regional system; it involves collaboration between science, business and public administration bodies and the promotion of lifelong learning of tourism sector employees. As the examples of Scandinavian countries show, a competitive advantage can be created not only via radical innovation, but through mutual learning process in the innovation field – cooperation between companies, their employees and representatives of the the knowledge infrastructure. IT tools are being actively implemented in global travel and hotel practices, starting to be used in KR as well.

## CREATIVE INDUSTRIES

This horizontal priority is essential for expanding the development and attractiveness of all types of tourism in KR. The region already has examples of successful cross-sectoral cooperation in the implementation of creative innovation.

## INCREASE OF CAPACITY

MARKETING AND COMMUNICATION

NETWORKING

IMPROVEMENT OF ACCESSIBILITY (COUNTRY AND INTERNATIONAL SCALE)

ATTENTION FOR SUSTAINABILITY AND ENVIROMENT IN PLANNING INFRASTRUCTURAL DEVELOPMENT

Common (regional) marketing and brand development would help not only to increase KR’s exclusivity in Lithuania and internationally, but also develop common values, identity and vision of the tourism community; the ambition to become a part of a common narrative would encourage greater involvement in networking initiatives. Capacity building in the tourism sector must ensure sustainable development of the region; this is important when planning for new infrastructure, area development, reducing the negative impact of tourism on the environment and climate change.

COMPETITIVE ADVANTAGE EMPOWERMENT TOOLS (HORIZONTAL PRIORITIES)

## THREE DEVELOPMENT SCENARIOS FOR KR



**HIGHLIGHTS** | advanced management, more professional marketing, emphasis on the quality of services, good quality-price ratio.

**FIELDS OF EXPECTED BREAKTHROUGH:**

- Balance of price and quality
- More effective management and exploitation of existing objects / tourism products
- More professional and targeted marketing activities
- Higher quality of tourism services

**PREMISES FOR SUCCESS** | necessary cooperation between municipalities in the development of joint specialization and marketing. Active leadership in designing and implementing specialization / marketing activities.

*See the action plan →*



**HIGHLIGHTS** | promotion and development of domestic resources, improving capacities for networking, new services promoting entrepreneurship in tourism.

**FIELDS OF EXPECTED BREAKTHROUGH:**

- A variety of successful new and renewed existing tourism products and services
- More efficient collaboration between the public, private and academic sectors
- More active involvement of local communities in policy making (in cases relevant for tourism)
- Implementation of tourism innovation (limited- (limited-scale)

**PREMISES FOR SUCCESS** | municipalities play a critical role in strengthening the conditions for business cooperation (creation of clusters); also in creating favorable conditions for business, such as reimbursement of cross-sectoral cooperation costs.



**HIGHLIGHTS** | IT, innovative services, innovative means of communication, renewal of awareness in possible ways to innovate in tourism

**FIELDS OF EXPECTED BREAKTHROUGH:**

- Implementation of tourism innovation (wide-scale)
- Creation and usage of new, unique tourism products
- Tourism sector of KR is maximally utilizing data, intelligence and other technologies
- KR becomes an exclusive tourism destination and a leader in the Northern Europe

**PREMISES FOR SUCCESS** | cooperation between municipalities (active leadership in promoting innovation) and active involvement of central government are necessary. An important focus is on the development of KR tourism sector on a common vision; it has to create clear priorities for innovation.

*See the action plan →*

# ACTION PLAN FOR THE MODERATE SCENARIO UNTIL 2021

NR.	MEASURE	RESULT	RECOMM. LEADERSHIP	RECOMM. TO INVOLVE	IMPLEM.	NEEDS / PREMISES FOR SUCCESS
1.	Creation and management of the ecosystem of entities in tourism and bioeconomy sectors of KR	<p>1 list of ecosystem participants created.</p> <p>Leaders of sub-groups in the ecosystem identified (including bioeconomy, innovation, accommodation / catering, inland waterways, nature tourism, health tourism, etc.).</p> <p>A system of cooperation between the participants in the ecosystem prepared and agreed.</p>	AKR	<ul style="list-style-type: none"> <li>• KR municipalities and other public policy entities</li> <li>• Business associations</li> <li>• KU and other education and science institutions</li> <li>• Community representatives</li> </ul>	Until 2020	<p>Although currently there is a number of business / community associations in KR, there is a need to strengthen the partnership network between businesses, communities and public administrations to ensure the competitiveness of the entire region. Creation of single ecosystem and its sub-groups and consistent ecosystem's management with agreement of its participants will provide opportunities for further, closer forms of cooperation (e.g. clusters), new services / products and their combinations, success of joint shared value-based marketing. It is proposed to organize ecosystem development and its further management by following Entrepreneurial Discover Process (EDP) methodology, involving every representative of quadruple helix groups (public administration, business, science and communities). One of the first tasks of cooperation between ecosystem participants is to give priority to the projects / initiatives provided in this study and other strategic documents of KR and to identify the finite list of stakeholders, thus enabling the members of the ecosystem to participate in the implementation of priority solutions and to create an active networking culture.</p> <p>/</p> <p>Effective AKR leadership and motivation of (potential) ecosystem participants.</p>
2.	Creation of KR brand and development of brand promotion strategy	<p>Single KR brand created.</p> <p>A strategy for promoting the KR brand prepared (public consultation cycle with representatives of business, communities, education and science organisations carried out)</p>	KR Development council	<ul style="list-style-type: none"> <li>• KR municipalities</li> <li>• TIC's</li> <li>• AKR</li> <li>• Participants of public consultations</li> </ul>	Until 2021	<p>As the examples of other successful tourism promotion programs in foreign regions show, a common brand of the region helps in shaping a unified identity, consistency of tourism goods and services offered, ensures more visible and successful marketing.</p> <p>/</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Active involvement of public consultation participants (Tourism marketing association, Lithuanian resorts' association, KR business entities, education and science institutions, tourism services' providers and communities). KR brand must be accepted, recognized and well-understood to the majority of the participants in tourism ecosystem, KR communities.</li> <li>• Creation and consistent monitoring of results (KPI's) for the brand promotion strategy.</li> </ul>
3.	Systemization of providing information on KR's tourism goods and services (in different information channels)	<p>1 web page (created / renewed) with linked accounts on social networks (Facebook, Instagram, Twitter).</p>	KR Strategic development group	<ul style="list-style-type: none"> <li>• TIC's</li> <li>• AKR</li> <li>• Participants of public consultations</li> </ul>	Until 2021	<p>Currently, the main tourism information web pages – KR municipalities' TIC websites – operate in different ways, forms and styles. It is recommended to consolidate different sources of information in order to shape the overall image of KR. The systematization of existing information and highlighting regional tourism areas (e.g., inland waterways, fishing) that respond to KR's specialization will contribute to the implementation of the overall vision.</p> <p>/</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Active cooperation between KR municipalities' TIC.</li> <li>• Successful creation of KR brand and implementation of its promotion strategy.</li> <li>• Detailed assessment of the needs of tourism clients, user experience analysis (via public consultations with KR business enterprises, associations, communities).</li> </ul>



# ACTION PLAN FOR THE INNOVATION SCENARIO FROM 2021

NR.	MEASURE	RESULT	RECOMM. LEADERSHIP	RECOMM. TO INVOLVE	IMPLEM.	NEEDS / PREMISES FOR SUCCESS
1.	Establishment of a mega-object in the center of the region (Klaipėda city)	Increased inflow of local and foreign tourists in KR	KR Development council	<ul style="list-style-type: none"> <li>Klaipėda City municipality</li> <li>Public consultation participants</li> </ul>	Until 2025	<p>The construction of the mega-object, as noted in the Klaipėda city economic development strategy “Klaipėda 2030”, must contribute to the growth of the city and the regional attractiveness. According to the vision of the tourism sector of KR that was shaped in this study, the object can be devoted to the sustainable coastal and water tourism: to become a symbol of the region and to renew interest in the uniqueness of KR. The proposed alternative – establishment of a new unit in the Marine museum (aquarium / cognitive experimentarium)</p> <p>/</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Active involvement of KR’s education and science institutions, business entities, etc. in project planning and implementation (public consultations held by project implementation team).</li> </ul>
2.	Tourism sector’s (or tourism products’) start-up accelerator	During the accelerator program (1 year), 2 new tourism products / services created that are sustainable for 3 years in a row	KU	<ul style="list-style-type: none"> <li>Participants of the KR tourism ecosystem (innovation sub-group)</li> </ul>	Until 2022	<p>One of the tools for enabling horizontal competitive advantage of KR is innovation. The image of KR as a modern, sustainable, innovative and tradition-driven region, will be created by new, exclusive tourism products and services that are proposed to be promoted (accelerated) by an annual program. Priority areas for tourism products and services are: environmental protection, health promotion, sustainable use of natural resources (e.g., using geothermal water for tourism purposes).</p> <p>/</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Adapting experience gathered by existing national and foreign start-up accelerator programmes.</li> <li>Active cooperation between the participants of the tourism sector ecosystem in KR.</li> </ul>
3.	Free wireless Internet access in selected public areas	Wireless Internet connection zones established near selected priority tourism areas and TIC’s	KR Strategic development group	<ul style="list-style-type: none"> <li>KR municipalities</li> <li>TIC’s</li> </ul>	Until 2023	<p>New technologies allow not only to satisfy the needs of a wider audience of visitors and groups of local communities, but also enable more efficient marketing (providing information, directing visitors’ traffic, collecting relevant data). It is proposed to identify the most visited tourism objects and areas of KR, to set up high quality free wireless Internet connection stations, to prepare a set of relevant information (provided after connecting to the network) and a plan for collecting and analyzing data on visitors (purpose of travel, services and objects of interest, etc.)</p> <p>/</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>The most accessible locations for wireless Internet connection zones selected</li> <li>An effective program of publicized and collected information developed</li> </ul>

## OTHER TOURISM DEVELOPMENT INITIATIVES FROM 2021

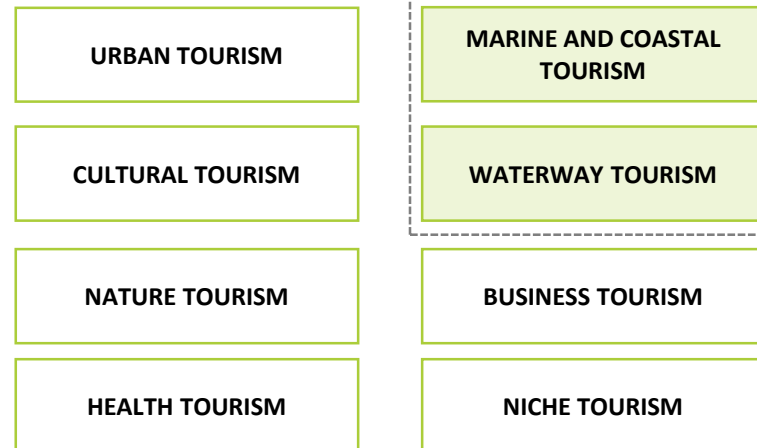
NR.	MEASURE	RESULT	RECOMM. LEADERSHIP	RECOMM. TO INVOLVE	IMPLEM.	NEEDS / PREMISES FOR SUCCESS
1.	Improving infrastructure dedicated to tourist mobility in KR	Implementation of solutions provided in the regional feasibility study "Vakarų krantas". Creation of the "Klaipėda regional ticket" system.	KR Strategic development group	<ul style="list-style-type: none"> <li>• KR municipalities</li> <li>• TIC's</li> <li>• AKR</li> <li>• "Vidaus vandens kelių direkcija"</li> </ul>	Until 2025	<p>It is recommended to improve the accessibility of comfortable trips by bicycles, public transport, boats, etc., so as to promote regional mobility of the tourists (especially in other forms than automobiles). This requires expanding the network of bicycle paths in the region and developing thematic routes, improving inland waterway transport (boats, kayaks, rafts, etc.) and supply of tourism services on these routes, improving public transport links between tourist destinations in different municipalities of KR.</p> <p>It is proposed to create a "Klaipėda regional ticket" system for informing visitors and promoting mobility among different tourism destinations: after purchasing "Klaipėda regional ticket" in any of KR municipalities, the visitor could use it in different tourism objects in the region, could get information about thematic routes and could choose from a wide list accessible objects (common to all KR).</p> <p>/</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Active cooperation between the municipalities of the KR in the preparation / revision of the existing thematic KR transport routes.</li> <li>• Funding for the development and upgrading of necessary 'hard' infrastructure.</li> <li>• Including new / updated transport alternatives in the overall KR marketing initiatives.</li> <li>• Active AKR leadership and motivation of (potential) ecosystem participants.</li> </ul>
2.	Development of resort areas (Smiltynė, Giruliai, Karklė-Kukuliškiai village)	Territories (3) are granted a national resort status. At least 3 recreational facilities exploit the potential of geothermal water for health tourism.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Klaipėda city mun.</li> <li>• Klaipėda district mun.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• AKR</li> <li>• Other participants of KR tourism ecosystem</li> </ul>	Until 2025	<p>To achieve the KR tourism sector's vision that was identified in this study, it is important to increase the possibilities for sustainable seaside and health tourism. The development of resort areas in Smiltynė, Giruliai and Karklė-Kukuliškės villages would significantly contribute to the diversity of tourism services offered. It is highly recommended to focus on exploiting the uniqueness of the KR – its geothermal water – for health tourism purposes.</p> <p>/</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Platform for cooperation and information sharing is created by AKR.</li> <li>• A detailed analysis of financing needs and an action plan are performed.</li> <li>• Appropriate funding for infrastructural projects is ensured.</li> <li>• New attraction points are integrated into the existing regional marketing initiatives.</li> </ul>


# THE TOURISM SECTOR OF KR SHOULD BECOME A SEPARATE DIRECTION OF REGIONAL ECONOMIC SPECIALIZATION

## SECTORS OF MARINE ECONOMY



## KR SPECIALIZATION (AS INDICATED IN THIS STUDY)



 – related both to marine economy and specialization directions of KR tourism

## SUMMARY

Although tourism accounted only for 3,5% of KR's GDP in 2016, it is recommended to regard tourism as a separate economic specialization, rather than as an integral part of the KR's marine economy:

- The marine economy is an important area for the development of coastal regions, which includes coastal tourism. However, only 2 out of 8 KR tourism specialization directions are related to marine economics and coastal tourism (cultural or rural tourism cannot be directly attributed to the specialization of marine economy).
- 3 out of 7 KR municipalities (Skuodas district, Šilutė district and Kretinga district) have no connection to the coast of Baltic Sea, therefore marine economy and its development is directly relevant only in municipalities of Neringa, Klaipėda city, Klaipėda district and Palanga city.
- KR tourism GDP in 2016 was 155,6 EUR mn. Coastal tourism in KR created only added value of 38,4 EUR mn. This indicates that most of the financial benefits of tourism in the region are not generated by coastal tourism.
- Even though tourism is not a major part of the regional GDP, it is important to pay attention to its indirect benefits (contribution generated by participants of economy that are indirectly supported by tourism). E.g., KR's tourism indirect contribution to the regional GDP was almost three times higher than the direct contribution. Tourism can also have significant but financially immeasurable value for KR (regional) and national image.

- The marine economy is an important economic specialization in the EU context; however, it does not cover the whole value of tourism that KR is set to develop.
- For this reason, it is proposed to develop tourism as a separate economic specialization rather than as an integral part of the marine economy.

# LINKS BETWEEN TOURISM AND AGRICULTURE / BIOECONOMY

