



„Erasmus+ KA2“ projektas STORIE

**Smulkių įmonių kaime verslumo įgūdžių gerinimas, siekiant sukurti naujus
kaimo turizmo produktus, pagrįstus nematerialiu kultūros paveldu**

Sutarties Nr. 2018-1-HU01-KA202-047746

IO3: STORIE įžvalgos ir patirtis Vadovas politikos formuotojams

*Šis projektas finansuojamas remiant Europos Komisijai,
„Erasmus+“ programos lėšomis. Šis kūrinys atspindi tik
autoriaus požiūrį, todėl Komisija negali būti laikoma
atsakinga už bet kokį jame pateikiamos informacijos
naudojimą.*

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



TURINYS

1. IVADAS	3
2. TIKSLINĖS GRUPĖS	4
3. STORIE: PROJEKTAS	4
4. KULTŪRINIO PAVELDO TURIZMAS IR POLITIKA EUROPOJE	5
5. PAVYZDŽIAI: VIETOS / REGIONŲ VALDŽIOS INSTITUCIJOS, REMIANČIOS KAIMO TURIZMO PATIRTĮ, PAREMTĄ NEMATERIALIU KULTŪROS PAVELDU	7
6. PRODUKTŲ KLUBO ĮŽVALGOS	10
7. KAIMO TURIZMAS PO COVID	11
8. BAIGIAMOSIOS PASTABOS	14
9. SVARBIOS NUORODOS	15

1. Įvadas

„Erasmus+“ projektas STORIE siekia pagerinti mažų kaimo įmonių konkurencingumą plėtojant jų įgūdžius ir gebėjimus kurti ir reklamuoti turizmo produktus, pagrįstus nematerialiu kultūros paveldu. Projekto metu sukurta naujoviška mokymosi programa, kuri lengvai yra visiems prieinama internete. Mokymosi programa palengvina vietos verslo bendruomenių plėtrą ir leidžia susipažinti su kitų regionų (projekto partnerių) turizmo patirtimi.

STORIE projekto prioritetinės ir tikslinės grupės - mažos kaimo įmonės (vadovai, darbuotojai), kurios priklauso arba yra susijusios su turizmo sektoriumi ir vykdo veiklą susijusią su šiais NACE kodais:

- I55 Apgyvendinimas,
- I56 Maisto ir gėrimų aptarnavimo veikla,
- C10 - maisto produktų gamyba,
- C11 – Gėrimų gamyba,
- N79 Kelionių agentūra, kelionių organizatorius ir kita rezervavimo paslauga bei susijusi veikla,
- R93 - Sportinė veikla, pramogų ir poilsio veikla,
- R91 - Bibliotekos, archyvai, muziejai ir kita kultūrinė veikla.

Kitos potencialios tikslinės grupės yra kaimo įmonės, kurios ketina ateityje įsitraukti į turizmo sektorių arba bendradarbiauti su pagrindine tiksline grupe kuriant turizmo produktus:

- A1 - augalininkystė ir gyvulininkystė, medžioklė ir susijusi paslaugų veikla,
- A3 - žvejyba ir akvakultūra,
- C13 - tekstilės gamyba,
- C14 - drabužių gamyba,
- C15 - odos ir panašių gaminių gamyba,
- C16 - medienos ir medienos bei kamštienos gaminių, išskyrus baldus, gamyba; dirbinių iš šiaudų ir pynimo medžiagų gamyba,
- C32 - kita gamyba,
- G47 - mažmeninė prekyba, išskyrus variklinių transporto priemonių ir motociklų prekybą.

STORIE suinteresuotosios šalys yra:

1. Asociacijos, atstovaujančios kaimo (turizmo) sektoriaus įmonėms.
2. Profesinio mokymo organizacijos (nuo vidurinio iki aukštojo lygio), teikiančios mokymą (oficialų ir neformalų) kaimo turizmo ir susijusių sektorių įmonėms.
3. Politikos formuotojai ir viešosios įstaigos turizmo srityje arba susijusiose srityse.
4. Žmonės gyvenantys vietos kaimo bendruomenėse (kaip nematerialaus kultūros paveldo saugotojai ir perteikėjai).

Projekto metu išplėtotos 3 pagrindinės dalys:

- O1 - STORIE Mokymosi programą
- O2 - STORIE Mokymosi įrankiai
- O3 - STORIE Įžvalgos ir patirtis

STORIE įžvalgų ir patirties vadovai yra tikslinės rekomendacijos, padedančios plačiau įgyvendinti projektą. Kiekvienas vadovas skirtas konkrečiai projekto suinteresuotųjų šalių grupei, kurio galutinis tikslas yra remti mažas kaimo įmones, kuriant ir plėtojant turiningą turizmo patirtį, pasitelkiant STORIE projekto metu įgyvendintas veiklas ir surinktas patirtis:

1. „STORIE Kaimo turizmo patirtys“ yra kaimo turizmo patirčių rinkinys, sukurtas ir išbandytas naudojant STORIE mokymosi priemonę projekto partnerių šalyse. Šis gidas yra naudojamas kaip tolesnės patirties plėtojimo partnerių ir kitose šalyse vadovas. Jis skirtas tiek tiesioginėms tikslinėms STORIE grupėms, tiek visiems atitinkamiems suinteresuotiesiems subjektams.

2. "STORIE Vadovas pedagogams" pateikiamos pamokos ir rekomendacijos, kaip rengti mokymo programas mažosioms kaimo turizmo sektoriaus įmonėms. Jame svarstomos neoficialios mokymo programos, taip pat pateiktas planas galimai integracijai į oficialų švietimą. Šis vadovas skirtas profesinio mokymo organizacijoms.

3. "STORIE Vadovas politikos formuotojams" pateikiamos rekomendacijos, susijusios su parama plėtojant ir reklamuojant kaimo turizmo patirtį, paremtą nematerialiu kultūros paveldu.

Šis vadovas yra suinteresuotųjų šalių įžvalgos ir STORIE projekto patirtis.

2. Tikslinės grupės

Šis vadovas skirtas politikos formuotojams, įtakos darytojams ir viešųjų įstaigų darbuotojams vietiniu, regioniniu ir nacionaliniu lygmeniu, susijusiu su turizmo ir turizmo mokymo srities politika ir strategijomis.

Vadovas padidins jų supratimą ir paskatins palaikyti bei remti tvarių kaimo turizmo produktų, paremtų nematerialiuoju kultūros paveldu, kūrimą ir populiarinimą.

Remiantis STORIE rezultatais skirtingose šalių teritorijose jiems bus naudinga didinti kaimo turizmo sektoriaus žmonių įgūdžius ir kompetencijas, nes tai turės teigiamą poveikį verslui, o iš to atsiras daugiau darbo vietų ir mažės nedarbo lygis. Taip pat šis dokumentas padės geriau apsaugoti ir atsakingiau naudoti nematerialų kultūros paveldą turizme.

3. STORIE projektas

Šis vadovas buvo parengtas įgyvendinant „Erasmus +“ strateginės partnerystės projektą STORIE (2018–2020 m.)

Kaimo turizmas sprendžia kaimų tuštėjimo problemas, skatina aplinkos apsaugos gerinimą, padeda išlaikyti „tradicinius“ įgūdžius, skatina bendruomenės stiprybę ir vietos identitetą. Gerai valdomas kaimo turizmas gali būti puiki priemonė saugant ir propaguojant kultūros paveldą, praturtinant daugelio žmonių gyvenimą.

Kai kurios pastebėtos kaimo turizmo tendencijos per pastaruosius kelerius metus apima augantį susidomėjimą unikalia, autentiška patirtimi ir padidėjusius kokybės lūkesčius. Tačiau kaimo turizmo pasiūla išlieka labai suskaidyta. Ją sudaro daugybė regioniniu mastu išsklaidytų šeimos valdomų ar priklausomų įmonių, kurios nuoširdžiai laukia turistų, tačiau jose trūksta nuoseklumo paslaugų kokybės atžvilgiu, ribotas skirtingų paslaugų pasirinkimas.

Nors tvarus turizmas yra skatinamas daugelyje ES šalių, jis sudaro tik dalį visos turizmo rinkos ir daug potencialo lieka neišnaudota. Dauguma kaimo turizmo verslininkų neturi pakankamai žinių bei įgūdžių produktų kūrime, taip pat neturi nei laiko, nei finansinių išteklių jiems gauti.

Didėjantis susidomėjimas kaimo ir ekologiniu turizmu sukuria naujų verslo ir regionų plėtros galimybių, tačiau tik tiems, kurie turi atitinkamą strategiją ir gebėjimų. Arši konkurencija turizmo sektoriuje reikalauja naujų žinių, įgūdžių ir bendrų pastangų visais lygmenimis - nuo politikos formuotojų iki labai mažų įmonių. Patrauklaus turizmo produkto kūrimą gali palengvinti bendradarbiavimas, koordinavimas ir parama, taip pat supratimas, kaip panaudoti unikalius regiono bruožus kuriant įsimintiną turizmo patirtį.

STORIE projektas pagerina mažų kaimo įmonių konkurencingumą, ugdydamas jų įgūdžius ir gebėjimus kurti ir reklamuoti tvarius turizmo produktus, paremtus nematerialiu kultūros paveldu (rankdarbiai, kulinarijos praktikos, muzika, istorijos, papročiai ir kt.). Sukurta mokymosi programa suteikia išsamų vaizdą apie kultūrinio turizmo produkto kūrimą, apie kompetencijas ir užduotis, reikalingas efektyviam ir tvariam produktų dizainui, ir skatina mažų kaimo įmonių bendradarbiavimą bei palengvina vietos verslo bendruomenių plėtrą.

4. Kultūrinio paveldo turizmas ir politika Europoje

4.1 Įvadas

Europa yra labiausiai turistų lankoma vieta pasaulyje, o turizmas yra didžiulės verslo ekosistemos centras, kuris labai prisideda prie gerovės ir darbo vietų kūrimo visose ES valstybėse. Keletas svarbių Europos Sąjungos turizmo verslo duomenų:



Šaltinis: Europos Komisija (2021)

Turizmo verslas apima daug mažų ir vidutinių įmonių (MVĮ) Europoje ir apima daugybę veiklų: turistams teikiamos paslaugos yra viešbučiai ir kitos apgyvendinimo paslaugos, gastronomija (pavyzdžiui, restoranai ar kavinės), transporto operatoriai, profesionalūs kelionių vadovai ir daug įvairių kultūros ir rekreacijos objektų (pavyzdžiui, teatrai, muziejai, archeologinės vietovės, laisvalaikio parkai ar su sportu susijusios patalpos).

Dabartinė Europos Sąjungos turizmo padėtis neginčijamai išgyvena sunkų laikotarpį dėl COVID-19 pandemijos padarinių. Kaip parodyta toliau pateiktoje infografijoje, COVID-19 daro didelę įtaką Europos turistų pajamoms.

Impact on global tourism



Impact on EU tourism



Šaltinis: Europos Komisija (2021)

Valstybės-partnerės, kurios labai priklauso nuo turizmo yra (% BVP): Kroatija (25%), Kipras (22%) ir Ispanija (15%). Turizmas Vengrijoje ir Lietuvoje sudaro mažiau nei 10% BVP, bet, nors ir šios šalys turi mažesnę priklausomybę nuo turizmo, jis vis tiek sudaro nemažą dalį šalies ekonomikos.

Atsižvelgiant į tai, STORIE projektas, kurio tikslas - ugdyti mažų kaimo įmonių įgūdžius ir kompetencijas, siekiant sukurti ir plėtoti tvaraus turizmo patirtį, pagrįstą nematerialaus kultūros paveldu, sprendžia sudėtingą uždavinį. Tačiau tomis pačiomis aplinkybėmis svarbu pabrėžti tokio tipo mokymų svarbą, nes mažoms kaimo įmonėms reikia plėtoti naujus įgūdžius ir gebėjimus, kad jų konkurencingumas padidėtų labiau nei bet kada anksčiau, ir kiek įmanoma tenkintų savo klientų poreikius.

Pagrindinės pastaruoju metu Europos Sąjungoje įgyvendinamos turizmo politikos, kaip ir kiekvienai STORIE konsorciumo šaliai, pateikiamos toliau.

4.2 Europos politika kultūros paveldo kaimo turizmo srityje

Atsižvelgiant į STORIE projekto interesus ir tikslus, žemiau pateikiamos kelios svarbiausios Europos Sąjungos finansavimo programos ir iniciatyvos.

Finansavimo programos:

- **COSME** buvo ES įmonių konkurencingumo ir mažų bei vidutinių įmonių programa, vykdoma 2014–2020 m., o pagrindinis tikslas yra palengvinti MVĮ galimybes gauti finansavimą įvairiais jų gyvenimo ciklo etapais. Programa bendrai finansavo tvarius tarptautinius turizmo produktus ir finansavo veiklą, skirtą turizmui ne sezono metu skatinti. Suraskite daugiau informacijos : [COSME. Europos programa mažosioms ir vidutinėms įmonėms | Vidaus rinka, pramonė, verslumas ir MVĮ](#)
- **„LEADER“** (ryšys tarp kaimo ekonominės plėtros dalyvių) buvo sukurtas prieš daugiau nei 20 metų, siekiant paremti kaimo plėtrą, paskatinti paramą vietos verslui remiant jų pramonės, verslo ir darbo struktūrą ir kt. taip pat daro tiesioginę įtaką regioninio turizmo plėtrai ES valstybėse narėse, o kaimo turizmas yra viena iš pagrindinių jo veiklos sričių.
- **Europos atkūrimo ir atsparumo mechanizmas** (2021): Turizmo tvarumo planai, padedantys skatinti ir atnaujinti subrendusias turizmo vietas, kurių biudžetas 2021 m. Kampanijai padidinamas 83 proc. Dėl atkūrimo ir atsparumo mechanizmo - nuo 59 iki 683 mln. eurų.

Iniciatyvos:

- **„EDEN“ – Patraukliausios Europos turizmo vietovės** tikslas – skatinti tvaraus turizmo plėtros modelį visoje ES, atkreipiant dėmesį į Europos turistinių vietų vertybes, įvairovę ir bendrus bruožus. Inicatyva grindžiama kasmetiniais nacionaliniais konkursais ir tvaraus turizmo plėtros modelių reklaminėmis kampanijomis, kurių rezultatas - kiekvienai dalyvaujančiai šaliai parenkama ir reklamuojama vieta laimėjusi titulą „patraukliausia turizmo vietovė“. Raskite daugiau informacijos: [„EDEN“ – Patraukliausios Europos turizmo vietovės | Vidaus rinka, pramonė, verslumas ir MVĮ](#). Peržiūrėkite šį vaizdo įrašą, norėdami atrasti kelias apdovanotas vietas: [„EDEN“: atraskite paslėptas Europos tvarias turizmo vietas](#).
- **ES Turizmo kokybės ženklas:** Kokybės ženklai yra nusistovėjęs reiškinys viso pasaulio turizmo sektoriuje. Jie skirti pateikti etalonus, pagal kuriuos vartotojai gali priimti sprendimus. Etiketėse gali būti pateikiama daugybė skirtingų savybių, įskaitant: unikalios vietovės savybes; poreikį apsaugoti pažeidžiamus kraštovaizdžius, ekosistemas, aplinką; konkretus organizacinis elgesys; aplinkosaugos patogumų kokybė arba viso regiono pripažinimas tvari.

Ateinančiais metais taip pat tikslinga atsižvelgti į tendencijas ir rūpesčius, kurie labai paveiks ES valstybių narių turizmo sektoriaus padėtį.

TENDENCIJOS, KURIOS PAVEIKS EUROPOS TURIZMA 2021:

Įveikti paslėptą nepasitikėjimą prabrangių kelionių.

Tvarumas ir konkurencingumas Europos turizmo sektoriuje tiek kaimo, tiek vietos lygmeniu.

Pajamų valdymas

BREXIT

Valstybės pagalba ir eurofondai

„Žalioji transformacija“ ir skaitmeninimas

5. Pavyzdžiai: vietos / regionų valdžios institucijos, remiančios kaimo turizmo patirtį, paremtą nematerialiu kultūros paveldu

5.1 VENGRIJA

Vengrijoje vyriausybė turizmo klausimą laiko prioritetiniu, todėl jo priežiūra ir valdymas tiesiogiai priklauso Ministro Pirmininko kanceliarijai. Ministro pirmininko štabo viršininkas yra atsakingas už turizmą ir svetingumą kaip vyriausybės narys. Specialus ministras komisaras palaiko ryšius su šalies ir užsienio įmonėmis bei ekonomikos dalyviais, dalyvaujančiais plėtojant turizmą Vengrijoje, stebi Nacionalinės turizmo plėtros 2030 m. Strategijos įgyvendinimą, užduočių valdymą ir dalyvaujančių veikėjų santykius. Vengrijos turizmo agentūra (www.mtu.gov.hu) vykdo profesionalų turizmo valdymą nuo strateginio planavimo iki įgyvendinimo paramos. Ši agentūra yra valstybinė organizacija turinti nacionalinę kompetenciją. Jos atsakomybę apima mokymo programų, dirbtuvių organizavimo ar kitų organizuojamas turizmo dirbtuvių priežiūrą (pvz. KONTAKT), taip pat ir produktų kūrimą. Šiuo atžvilgiu iniciatyva „Nacionalinė turizmo plėtros koncepcija 2014–2024“ vadovaujasi horizontaliaisiais nacionalinių vertybių, tokių kaip unikalumas, tvarumas, sąmoningumas aplinkai, saugumas, socialinė ir profesinė atsakomybė, išryškavimo ir stiprinimo principais. Dokumente pateikiama turizmo Vengrijoje situacijos analizė ir tikslai 2014–2024 m. Turizmo plėtros koncepcijos tikslai yra novatoriškas, kūrybingas, aukštos kokybės produktų ir tiekimo vystymas; konkurenciją gerinančios aplinkos kūrimas; darbo vietų išsaugojimas ir kūrimas; steigti ir stiprinti turizmo valdymo organizacijas; tarptautinis ir rytinis Vengrijos turizmo sektoriaus atidarymas. atidarymas. Strategija apima keletą bendrų lėto, ekologiško, sveiko ir tvaraus turizmo aspektų.

Kitas stiprus ir valstybės valdomas veikėjas yra Vengrijos turizmo asociacijos fondas (www.magyardurisztikaiszovetseg.hu). Tai skėtinė organizacija, vienijanti 37 dideles Vengrijos turizmo asociacijas. Vienas iš pagrindinių jos tikslų yra mokymo ir tobulinimo įgūdžių bei kompetencijų gerinimas. Ji dabar siūlo internetinius mokymus, tačiau 2021 m. bus suteikta galimybė prisijungti prie dirbtuvių ir seminarų. Ši asociacija, veikianti kaip „asociacijų asociacija“, yra galimybė įvairių turizmo segmentų suinteresuotosioms šalims koordinuoti savo informacijos, mokymo ir kvalifikacijos kėlimo poreikius ir nepradėti lygiagrečių pokyčių, bet sukurti platformą, kuri aprūpintų visus jų turistus. Narėms organizacijoms, galiausiai - vertingoms Vengrijos turizmo paslaugoms.

Be šių, yra dar viena organizacija, kuri užsiima būtent kaimo turizmu - Nacionalinė kaimo turizmo asociacija (www.falusiturizmus.eu). Tačiau, tai tik palaikymo organizacija.

Vietinės ir regioninės turizmo vietovių valdymo (TVV) organizacijos dalyvauja kuriant naujus turizmo dalyvius, skatina bendradarbiavimą ir organizuoja mokymus, konferencijas, seminarus, dirbtuves. Vengrijoje yra daug turizmo ir vietovių valdymo (TVV) organizacijų, kurias glaudina Vengrijos TVV asociacija (www.mtdmsz.hu).

5.2 KIPRAS

Kipre turizmas yra labai svarbus ekonomikai, todėl Nacionalinio turizmo 2030 m. vizija yra tvariai plėtoti Kipro turizmą, nes tai teigiamai veiktų ekonomiką, visuomenę ir aplinką. Strateginis tikslas yra padaryti Kiprą: a) išstisus metus turistus traukiančia vieta; b) kokybiška turistine vieta; c) skaitmeniniškai pažengusią šalį; d) vieta, kur visi gyventojai gali gauti naudos iš turizmo. Dešimties metų strategija siekiama 30 proc. padidinti pajamas, lankytojų skaičių nuo 4 mln. iki 5,15 mln. 2030 m. Strategijos tikslo pasiekimui būtina bus atlikti tam tikrus veiksmus, kurie įgyvendinami tik bendradarbiaujant skirtingoms ministerijoms ir departamentams bei turizmo ministerija atliks koordinatoriaus vaidmenį.

Turizmo ministerija ([Pagrindinis puslapis](#) | [Aplankykite Kiprą – Turizmo ministerija](#)) yra Kipro turizmo sektoriaus institucija, kuri atsakinga už nacionalinės turizmo strategijos rengimą, Kipro reklamavimą, įvaizdžio kūrimą ir turizmo teisės aktų įgyvendinimą. Ministerija aplink salą turi keletą biurų, kurie veikia ir kaip turizmo informacijos centrai. Vietos valdžios institucijos, savivaldybės ir bendruomenės yra atsakingos už miestų, kaip turistinių vietų, populiarinimą. Didesnėse savivaldybėse dirba pilnu etatu turistų pareigūnai, o kai kuriose vietose keletas savivaldybių ir bendruomenių susivienija, dėl bendro tikslo populiarinti savo vietovę.

Kipro turizmo organizacija įsteigė „**Cyprus Agrotourism Company**“, siekdama organizuoti kaimo turizmo veiklą saloje. Bendrovė pradėjo veikti tikrai su 7 nariais ir dabar jau turi daugiau kaip 80 narių (savininkų arba atnaujintų kaimo namų turizmui) 100 tradicinių namų ir viešbučių įsteigtų Kipro kaimuose 2019 m. Organizacija turi svetainę, kuri leidžia turistams patyrinėti turimus kaimo turizmo galimybes ir užsisakykite apgyvendinimą atostogoms: www.agrotourism.com.cy.

Kipro tvaraus turizmo iniciatyva (KTTI) [Kipro tvaraus turizmo iniciatyva \(KTTI\)](#) yra nepriklausoma organizacija, įkurta 2006 m. KTTI siekia panaudoti turizmo paklausą (kelionių organizatorius, agentus) turizmo išteklių (mažų gamintojų ir jų bendruomenių) pasiūlą, siekiant plėtoti tvarų požiūrį į turizmą Kipre. Siūlant įsimintiną turistų patirtį, šis požiūris taip pat teikia aiškią ekonominę naudą kaimų, kuriuos atstumia masinis turizmas, tuo pačiu sumažinant neigiamą socialinį, ekonominį ir aplinkos poveikį.

5.3 LIETUVA

Lietuvoje yra keletas organizacijų, remiančių kaimo turizmą ir nematerialaus kultūros paveldo produktus. „Lithuania Travel“ yra nacionalinė turizmo plėtros agentūra, atsakinga už Lietuvos turizmo rinkodarą ir reklamą, veikianti prie Lietuvos respublikos Ūkio ir inovacijų ministerijos. Strateginis „Lithuania Travel“ tikslas yra didinti šalies patrauklumą turistams ir skatinti atvykstamąsias ir vietines keliones. Taip pat - stiprinti nacionalinį turizmo sektoriaus tarptautinį konkurencingumą, kartu kuriant pridėtinę vertę Lietuvos ekonomikai ([„Lithuania Travel“: Lietuvos turizmas](#)).

Kita organizacija – Etninės kultūros globos taryba, kuri yra Lietuvos Respublikos Vyriausybės ekspertas ir patarėjas strateginiais valstybės apsaugos, etninės kultūros plėtros ir nematerialaus kultūros paveldo apsaugos klausimais. Ši organizacija taip pat užtikrina valstybinės etninės kultūros apsaugos, įtvirtintos Lietuvos Respublikos nacionalinėje teisinėje sistemoje, įgyvendinimą ir skatina etninės kultūros plėtrą. Tarybos tikslas - stiprinti valstybės etninės kultūros apsaugą, išsaugoti tautinę savimonę ir užtikrinti etninės kultūros gyvybingumą bei vienodą Lietuvos dalyvavimą pasaulio tautų kultūriniame gyvenime. Ši taryba organizuoja seminarus, geriausių etno sodybos konkursus Lietuvoje ir kitokią veiklą ([Etninės kultūros globos taryba](#)).

Kita svarbi organizacija yra Žemės ūkio ministerijos Kaimo plėtros departamento Tautinio paveldo ir mokymo skyrius. Šis skyrius renka visus Lietuvos sertifikuotus amatus, skleidžia informaciją apie juos, rengia jiems mokymosi sesijas ir kt. Sužinokite daugiau apie tai: [Apie tautinį paveldą | Lietuvos Tautinis Paveldas](#).

Kitos susijusios organizacijos yra:

- Lietuvos kultūros taryba. Šios tarybos misija, atsižvelgiant į kultūros politikos prioritetus, yra sudaryti sąlygas įvairialypei kultūros ir meno plėtrai ir sklaidai, užtikrinant racionalų ir pagrįstą skiriamų lėšų panaudojimą; įgyvendinti kultūros politiką, pagrįstą kompetencija; išanalizuoti kultūros ir meno procesus, turinčius įtakos kultūros politikai. Net jei jie aprėpia visus kultūros renginius Lietuvoje, bet ir ši institucija kartais skiria lėšų projektams nematerialaus kultūros paveldo srityje. 2021 m. Jie paskelbė kvietimą teikti projektus, kurie bus skirti tautiniam ir nematerialaus kultūros paveldui išsaugojimui ir skatinimui šalyje ([Lietuvos kultūros taryba](#)).

- Lietuvos tautinio paveldo gamintojų ir kūrėjų asociacija - nevyriausybinis, nepriklausomas viešasis juridinis asmuo, savanoriškai veikiantis, vienijantis fizinius ir (arba) juridinius asmenis, užsiimančius tautinio paveldo veikla. Asociacijos misija yra vienyti Lietuvos tautinio paveldo gamintojus ir kūrėjus, siekiant išsaugoti senąsias Lietuvos tradicijas, meną ir kultūrą. Taigi asociacija siekia šviesti visuomenę ir skleisti informaciją apie tautiniais paveldo ženklais pažymėtų produktų (gaminių) ir amatų autentiškumą ir jų skleidžiamas vertybes.
- Lietuvos kaimo turizmo asociacija – partneris STORIE projekte. Ši organizacija yra visiškai susijusi su kaimo turizmu, nes įdeda daug pastangų, kad mažieji kaimo verslininkai būtų matomi ir konkurencingi šalyje. LKTA turėjo keletą projektų, kurie susiję su nematerialaus kultūros paveldu - vienas buvo „Skonio kelias“, kitas - „Amatų kelias“. Abu šie projektai pristatė lietuviškas tradicijas, maistą, amatus, etnografinius regionus ir jų žmones. Sužinokite daugiau: [Skonių kelias | skoniukelias.lt / Amatai](#)

5.4 KROATIJA

Turizmo ministerija yra valstybės administravimo įstaiga, atsakinga už nacionaliniu lygmeniu rengiamų turizmo politikos, strategijų ir teisės aktų rengimą kartu su Kroatijos parlamento turizmo komitetu. Be to, nacionalinės turizmo reklamos tenka Kroatijos nacionalinei turizmo valdybai (KNTV). Tačiau regioniniu ir vietos lygiu taip pat yra administracinių įstaigų, atsakingų už turizmą ir svetingumą. Čia galima išskirti vieną pagrindinę iniciatyvą, kuri yra „**Kroatijos Respublikos turizmo plėtros strategija iki 2020 m.**“, kurios tikslas - padidinti turizmo sektoriaus patrauklumą ir konkurencingumą tobulinant išteklių valdymą, atitinkantį pagrindinius ekonominius, socialinius ir estetinius reikalavimus. Ilgalaikė perspektyva – klestėjimo augimas, kultūrinio vientisumo ir gyvybiškai svarbių ekologinių sistemų bei biologinės įvairovės išsaugojimas.

Kita svarbi nacionalinė politika yra:

- **Kroatijos programa 365**, sukurta siekiant sumažinti sezoniškumą ir sukurti patrauklų, konkurencingą turistinę vietą pasiūlymą prieš ir po sezono. Projektas orientuotas į šešias produktų sritis: kultūra, vynas ir gastronomija, dviračių sportas, komandiruotės, sveikatingumas ir sveikata bei aktyvios atostogos, taigi yra nematerialus kultūros paveldas.
- „Croatia 365 Gourmet“ yra KNTV sukurta skaitmeninė platforma, skirta skatinti Kroatijos gastronomijos regionus (taip pat vynes, restoranus ir naftos gamybą).

Kitos susijusios viešosios įstaigos yra: regioniniai savivaldos padaliniai, Kroatijos ekonomikos rūmai, apskrities turizmo valdyba, miestų, savivaldybių ir miestų turizmo taryba, apskrities prekybos ir amatų rūmai, ne pelno organizacijos, plėtros agentūra VTA ir kt.

Pavyzdžiui, regioniniu mastu pastaruoju metu svarbi politika yra „**Istrijos regiono turizmo plėtros 2015–2025 m. Planas**“. Dokumento tikslas yra pasiūlyti pragmatiškus anksčiau apibrėžtų vizijų ir prioritetų sprendimus, nors pastaruoju metu taip pat buvo pridėtas ir rinkodaros planas. Bendrajame plane apibrėžti plėtros prioritetai ir, pasak jų, buvo parengtos konkrečios priemonės, susijusios su apgyvendinimo plėtra, kuri daugiausia susijusi su esamų apgyvendinimo pajėgumų kategorizavimo gerinimu ir didinimu bei mažų teminių viešbučių plėtra. Taip pat nustatyta infrastruktūros plėtra ir tinkama sporto infrastruktūra. Be to, ES finansavimas turėtų padėti įgyvendinti pagrindinius projektus, kuriais siekiama padidinti Istrijos, kaip turizmo vietos, patrauklumą ir konkurencingumą. Dauguma šių turizmo projektų gali prisidėti prie tvaraus turizmo plėtros, nes jie grindžiami tradicinių gyvenimo būdų, vietinių Istrijos produktų, kultūros ir gamtos pažinimu (VVG „Istria Personal Communication“, 2017).

5.5 ISPANIJA

Valstybės turizmo sekretorius, priklausantis nuo Ispanijos pramonės, prekybos ir turizmo ministerijos, yra aukščiausia viešoji valdžia turizmo srityje. Galiausiai jis yra atsakingas už politikos ir strategijų, susijusių su nacionaliniu turizmu, nustatymą. „Turespaña“ yra savarankiška įstaiga, atsakinga už Ispanijos, kaip turizmo vietos, rinkodarą (<https://www.tourspain.es/es-es>). 2018–2020 m. strateginis rinkodaros planas reiškia paradigmos pakeitimą nacionaliniame turizmo sektoriuje, daugiausia dėmesio skiriant turistui, o ne produktui/pasiūlymui. Kita institucija yra „SEGITTUR“, atsakinga už naujovių skatinimą Ispanijos turizmo sektoriuje tiek viešajame sektoriuje (nauji modeliai ir kanalai reklamai, valdymas ir kurimas pažangių vietų ir kt.), tiek privačiame sektoriuje (parama verslininkams, naujas tvaresnis ir konkurencingesnis valdymas, ispaniškų

technologijų eksportas). Kadangi skaitmeninimas yra viena iš pagrindinių su turizmu susijusių politikos krypčių 2021 m., SEGITTUR metinis biudžetas padidėjo 92%, siekiant skatinti pažangių turistinių vietų modelį, ir skaitmeninį pertvarkymo ir inovacijų planą šio sektoriaus įmonėms.

Pagrindinė nacionalinė politika yra:

- Ispanijos turizmo planas „Horizontas 2020“: jo pagrindinis tikslas yra sustiprinti nacionalinės turizmo strategijos konkurencingumą propaguojant tokius klausimus kaip tvarumas, turtingo Ispanijos kultūros paveldo populiarinimas, turizmo produktų ir siūlomų patirčių specializacija bei diferenciacija ir kt. [Plan del Turismo Español Horizonte 2020](#)
- Tvaraus turizmo strategija iki 2030 m.: tai yra nacionalinė turizmo darbotvarkė, skirta vidutinėms ir ilgalaikiams sektoriaus iššūkiams spręsti, skatinant tris tvarumo ramsčius: socialinį-ekonominį, aplinkos ir teritorinį. Šiuo tikslu skatinamas įsitraukimas į procesą, kuriame dalyvauja sektorius ir autonominės bendruomenės. Ją reglamentuoja pagrindai: socialinis ir ekonominis augimas, gamtos ir kultūros vertybių išsaugojimas, socialinė nauda, dalyvavimas ir valdymas, nuolatinis prisitaikymas prie pokyčių sektoriuje ir Ispanijos, kaip tarptautinės turistinės vietos, lyderystės stiprinimas. [Ministerio de Industria, Comercio y Turismo - Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030](#)

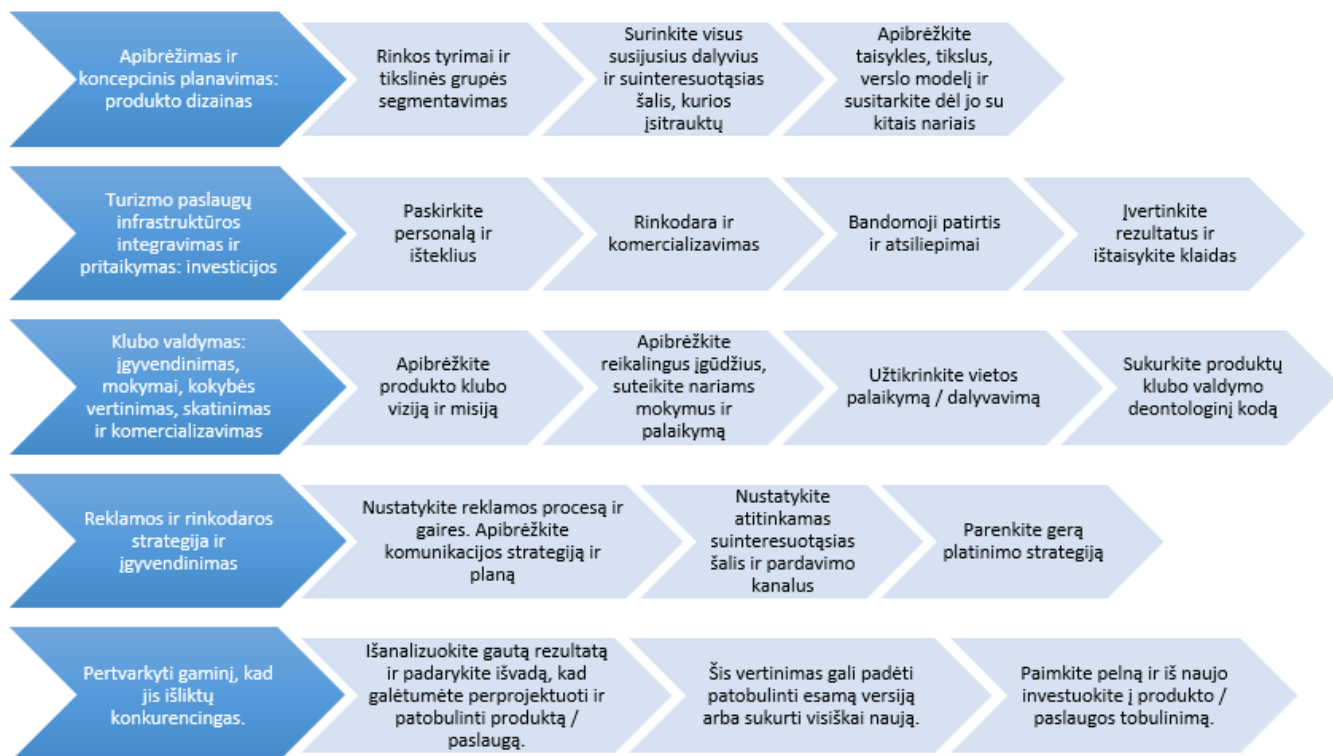
Be to, regioniniu lygmeniu yra įvairių turizmo departamentų, kurie specializuojasi turizmo populiarinimo srityje Ispanijos autonominėse bendruomenėse. Provincijos, regiono ar vietos lygiu yra daug panašių administracijų. Ekstremaduroje regioninė turizmo taryba yra patariamoji ir konsultacinė įstaiga turizmo klausimais. Taip pat verta paminėti „[Patrimonio Inmaterial de Extremadura](#)“, kuris neseniai pradėjo veikti (2021 m. Sausio mėn.) ir kurio tikslas - apsaugoti Ekstremaduros nematerialųjį turtą, skatinant jų tyrimus, populiarinant ir dokumentuojant jų pobūdį. Kad būtų pasiekti tikslai, sukurta svetainė ir programa, leidžianti susipažinti su informacija apie tradicijas, legendas, populiarius festivalius ar informaciją apie regioninę gastronomiją, aprangą ar muziką. Ekstremaduroje iniciatyva „Paslėpti Ekstremaduros lobiai“ vaidina svarbų vaidmenį stiprinant kaimo kultūrinį turizmą regione („[Tesoros Ocultos](#)“), nors šiuo atveju didžiausias dėmesys skiriamas materialiniam kultūros paveldui.

6. *Product club* įžvalgos

Product club yra bendra idėjų formavimo, planavimo ir valdymo priemonė, apimanti keletą valdžios institucijų, privačių organizacijų, asociacijų ar atitinkamų šalių, siekiant sukurti naujus produktus arba padidinti jų vertę esamiems produktams/iniciatyvoms bendradarbiaujant. Idealiu atveju ją palaiko viešoji administracija ar viešoji organizacija ir (arba) stiprios organizacijos, kaip *product club* rėmėjai ar ambasadoriai.

Konkrečiu turizmo *product club* atveju dalyvaujančios organizacijos kuria bendrą idėją, projektą ar iniciatyvą siekdamas reklamuoti turizmo vietovę, naudodamos konkretų produktą ar paslaugą. Bet koku atveju, bet kuris *product club* turi laikytis taisyklių ir procesų, kurių laikosi visi jo nariai, pavyzdžiui, kad bendras interesas - pirmenybė asmeniui. Taip pat rekomenduojama išplėsti bendradarbiavimo ir integracijos procesą, įtraukti vietos bendruomenes, administracijas ir įmones, kuriant pridėtinės vertės sinergijas ir partnerystes bei veikiant kaip visumai.

Kuriant *product club* reikia laikytis šių etapų:



Daugiau informacijos ir tikrus pavyzdžius galite rasti STORIE IO2 – *Product club* metodikos dokumentuose.

Žiūrėkite šį Europos Komisijos vaizdo įrašą apie [Turizmo product club](#).

7. Kaimo turizmas po COVID

Kaip paaiškinta ankstesniuose šio dokumento skyriuose, krizė, kilusi dėl COVID-19 ir susijusių mobilumo apribojimų, sukėlė didelį smūgį Europos turizmui. Manoma, kad Europos turizmo augimas išliks žemiau 2019 m. lygio iki 2023 m. per pirmuosius keturis 2020 m. mėnesius Europoje pastebimai sumažėjo 44% tarptautinių turistų atvykimų, lyginant su tuo pačiu 2019 m. laikotarpiu - sumažėjo, atsižvelgiant į pasaulinius rezultatus. Darbo vietų turizmo srityje praradimas Europoje 2020 m. gali būti milžiniškas - nuo 14,2 iki 29,5 mln. Vis dar vyrauja neapibrėžtumai, o pandemijos apribojimų trukmė bus svarbiausia siekiant nustatyti nuostolius sektoriuje (šaltinis: [Turizmas | Europos Sąjungos informaciniai pranešimai](#), 2021).

Europos Komisija stengiasi užtikrinti laisvą piliečių, prekių ir paslaugų judėjimą, visiškai laikydamosi sveikatos ir saugos priemonių. Siekdama sušvelninti šiuos padarinius ir sustiprinti padėtį turizmo sektoriuje, ES ėmėsi tokių priemonių kaip Europos atkūrimo plano „Kitos Europos karta“ įgyvendinimo, kuriuo siekiama sukurti tvaresnę, atsparesnę ir teisingesnę Europą, spartindama energijos, skaitmeninių perėjimų procesą. Kita iniciatyva yra „[Re-Open EU](#)“ platformos sukūrimas, kur galima rasti atnaujintos informacijos apie Europos teritorijoje egzistuojančius judumo apribojimus, taip pat informacijos apie ryšio ir transporto atkūrimą bei rekomendacijos dėl saugumo ir sveikatos priemonių.

Tolesniuose skyriuose pateikiama STORIE partnerių šalių padėtis.

7.1 VENGRIJA

Turizmas yra pragyvenimo šaltinis tūkstančiams žmonių, nes šioje pramonėje dirba 420 000 žmonių, o Vengrijoje turizmo sektorius sudaro 13% BVP, tačiau nuo 2020 m. kovo mėn. iškilo rimtų problemų ir didelę visuomenės dalį paveikė COVID apribojimai. Vengrijos turizmui labai reikia pagalbos, todėl Vengrijos vyriausybė nedelsdama pripažino padėties rimtumą ir buvo viena iš pirmųjų šalių, kurios paskelbė turizmo rėmimo veiksmų planą, kuris buvo pavyzdys Europos lygmeniu. Ekonominės apsaugos priemonės apėmė kredito moratoriumą, įmokų nuolaidas, paskolų programas, darbo užmokesčio subsidijas ar sumažintus mokesčius, taip pat paraiškas turizmo

plėtrai paremti. Pagrindinis priemonių tikslas buvo ir vis dar yra išsaugoti darbo vietas, išlaikyti verslus gyvus. Vengrijos turizmo agentūra pradėjo didelę rinkodaros kampaniją, kad paskatintų vidaus turizmą. Birželio 1 dieną pradėtos pusantro mėnesio kampanijos tikslas yra ne tik didinti turizmą vasaros sezono metu, bet ir atnaujinti Vengrijos vidaus turizmą po epidemijos. Prie kampanijos prisijungė daugiau nei 500 apgyvendinimo, restoranų, SPA centrų ir kitų turistinių paslaugų teikėjų bei lankytinų vietų su atpigintais pasiūlymais. Po to, kai pavasarį Vengrijoje vėl buvo pasiekti precedento neturintys rezultatai, „vidaus turizmas tapo naujuoju užsienio turizmu“, liepa – rugpjūtis viršijo 2019 m.

Antrosios epidemijos bangos metu vyriausybė vėl ėmėsi neatidėliotinių priemonių šiam sektoriui padėti. Vienintelė pagalbos sąlyga yra ta, kad darbuotojai nebūtų atleidžiami ir jiems būtų mokama už šį laikotarpį. Tačiau dėl antrosios bangos Budapeštas vėl buvo uždarytas, o kaimas taip pat buvo sunkioje padėtyje. Viešbučių pramonė ilgą laiką išliks rimtoje krizėje. Pasak ekspertų, net geriausiu atveju turėtų praeiti mažiausiai dešimt mėnesių, kol sektorius pasieks iki epidemijos lygį. Esant dabartinei situacijai, pagrindinis tikslas yra kuo geriau pasiruošti svečių atvykimui.

7.2 KIPRAS

Pasak Pafoso viešbučių asociacijos, 2020-ieji buvo sunkiausi turizmo metai pastaruoju metu dėl niokojančio Covid-19 pandemijos poveikio. Turistų srautas į Kiprą buvo ypač mažas, o viešbučiams reikėjo laikytis priemonių ir protokolų, o tai apsunkino jų valdymą. 2020 m. Turizmo pramonės pajamos sumažėjo apie 85%. Taigi nuo 2020 m. pavasario imtasi kelių priemonių turizmo sektoriui, kuriomis siekiama remti įmones, nukentėjusias nuo COVID-19 krizės. Pavyzdžiui, įmonės, dėl pandemijos priverstos visiškai arba iš dalies sustabdyti veiklą, gali gauti darbo užmokesčio subsidijavimo schemas ir specialios pašalpos siūlomos savarankiškai dirbantiems asmenims, kurių pajamos sumažėjo dėl su pandemija susijusių apribojimų. 2020 m. birželio mėn. buvo paskelbta nauja aviacijos rėmimo sistema, skatinanti oro linijas vykdyti skrydžius net ir esant mažam keleivių skaičiui. Be to, 6 mėnesių laikotarpiui PVM už apgyvendinimo paslaugas buvo sumažintas nuo 9% iki 5%. Antroje 2020 m. pusėje 98 viešbučiai ir kiti apgyvendinimo paslaugų teikėjai prisijungė prie rudens pasiūlymų schemas, kurioje vietiniams turistams buvo pateiktos patrauklios kainos ir paketai. Ją subsidijavo turizmo ministerija, siekdama pratęsti turizmo sezoną ir paremti turizmo verslą didinant lankytojų skaičių kai kuriose salos vietose.

Taigi naujasis Turizmo ministerijos planas atkurti sektorių grindžiamas trimis ramsčiais: rinkodara ir reklama, infrastruktūros gerinimu ir specialių turizmo formų stiprinimu, taip pat konkurencingumo ar kaimo, kalnų ir atokių Kipro vietovių gerinimu. Kaip paskelbta 2021 m. sausio mėn., Turizmo ministerija pradės didžiausią visų laikų skaitmeninę kampaniją, siekdama skatinti turizmą. 2021 m. ministerija įgyvendins įvairias dviračių, nardymo, kultūrinių vietų ir paplūdimių, vyno kelių, religinių turizmo vietų ir kt. atnaujinimo schemas, taip pat įgyvendins kitas paskatas specialioms turizmo formoms, tokioms kaip kruizai, konferencijos ir kelionės, kurios supažindina žmones su šalies turizmo produktu. Ministerija reklamuos dešimt kokybės ženklų, tokių kaip specialūs maršrutai, Kipro pusryčiai, pažintiniai takai ir „paragauti Kipro“. Be to, bus sukurta skaitmeninė platforma, skirta stebėti turistų reputaciją tiek Kipro kaip turizmo vietos, tiek paslaugų teikėjams, kurie bus stebimi ministerijos ir bus imtasi veiksmų, siekiant pagerinti turizmo produktą. 2021 m. bus įgyvendinti konkretūs projektai, kurie pagerins autentiškos patirties teikimą saloje, įskaitant autentišką, 300 kilometrų ilgio maršrutą, jungiantį visas bendruomenes. Be to, Kipras buvo pirmoji ES šalis, paskelbusi, kad leis besąlygiškai atvykti paskiepytiems turistams nuo 2021 m. kovo mėn.

Be to, 2021 m. sausio mėn. Europos Komisija paskelbė, kad pagal ES valstybės pagalbos taisykles patvirtino 86,6 mln. eurų vertės Kipro schemą turizmo sektoriuje veikiančioms įmonėms (įskaitant kelionių paketų organizatorius, viešbučių verslą ir automobilių nuomos įmones) paveiktoms koronaviruso protrūkiu remti. Viešoji parama bus teikiama kaip valstybės garantijos, kuriomis siekiama padengti nuostolius vartotojams arba kelionių organizatoriams už atšauktus kelionių paketus ar individualias turizmo paslaugas, užsakytas iki 2020 m. spalio 31 d.

7.3 LIETUVA

Nors COVID apribojimai turėjo įtakos visai Europos Sąjungai, Lietuvai svarbiausias pastebėjimas yra tas, kad kaimo turizmo paslaugų teikėjai turėjo tikrai gerą vasarą 2020 m., nes dauguma žmonių atostogų metu keliavo šalies viduje. Žinoma, daugybė renginių buvo atšaukti, todėl didesni šio sektoriaus žaidėjai turėjo daugiau

nuostolių nei mažieji turizmo paslaugų teikėjai. Geriausiai išgyveno tie, kurie prisitaikė prie situacijos ir reikalavimų (siūlė paslaugas mažoms grupėms ir šeimoms).

Svarbu paminėti, kad Lietuvos vyriausybė inicijavo specialų fondą turizmo sektoriui, kad būtų išvengta COVID žalos. Idėja buvo skatinti novatorišką veiklą turizmo sektoriuje ir padėti šiam sektoriui prisitaikyti prie esamos padėties. Dėl šios paramos kreipėsi daugybė įmonių, kurios turėjo puikią galimybę ir finansinę paramą pajvairinti savo produkciją. Vienos organizacijos kūrė naujas svetaines, kitos kūrė virtualias programas, daugybė įmonių organizavo seminarus rinkodaros ir kitose srityse.

Antroji COVID banga lėmė griežtesnius apribojimus beveik visose verslo srityse Lietuvoje. Turizmo sektorius beveik visiškai sustabdytas nuo gruodžio vidurio iki vasario pabaigos ir gal net ilgiau. Daugybė įmonių - viešbučiai, muziejai, restoranai, sodybos ir kt., per pandemiją paėmė šalies subsidiją ir uždarė savo įmones. Nacionalinė turizmo apžvalga rodo, kad 95 proc. respondentų tiki, kad apribojimai Lietuvoje bus panaikinti tik 2021 m. gegužės mėnesio jie galės dirbti populiariausiu sezonu - vasara. 87 proc. mano, kad 2021 m. vasarą dauguma turistų bus vietiniai žmonės, ir 30 proc. mano, kad jiems reikės uždaryti verslą dėl bankroto.

7.4 KROATIJA

Kroatijos Respublikos turizmo ir sporto ministerija ėmėsi priemonių palengvinti COVID-19 pasekmes nacionaliniam turizmo sektoriui, kuris yra vienas svarbiausių šalies ekonomikai. Šia prasme galima išskirti kai kurias priemones, kuriomis siekiama sumažinti finansinį poveikį, pavyzdžiui:

- 2020 m. asmenys, teikiantys svetingumo paslaugas namų ūkyje ar šeimos ūkyje, yra atleidžiami nuo pusės metinio viešnagės mokesčio fiksuoto dydžio sumos, kurią jie privalėtų sumokėti už pagrindinę lovą ir apgyvendinimo vietą stovykloje ar kempinge. Be to, tokie asmenys yra visiškai atleisti nuo mokesčio už laisvas lovas už visą 2020 m.
- Atleidimas nuo kintamosios 2019 m. koncesijos mokesčio dalies mokėjimo už nuolaidas turistinėse žemėse, esančiose stovyklose. Fiksuotų koncesijų mokesčio už nuolaidas turistinėms žemėms, esančioms stovyklose, mokėjimo atidėjimas už 2020 m. be to, patvirtinta atleidimas nuo kintamosios 2019 m. koncesijos mokesčio dalies mokėjimo už koncesijas turistinėje žemėje, kuri priklauso Vietos savivaldos vienetams. Koncesijos mokesčio fiksuotos dalies mokėjimo atidėjimas 2020 m. už koncesiją turistinei žemei, kuri priklauso ULS.
- Turizmo ministerija, Kroatijos rekonstrukcijos ir plėtros bankas sudarė „Verslo bendradarbiavimo susitarimą dėl likvidumo priemonių verslininkams turizmo sektoriuje įgyvendinimo“, kuris leido patvirtinti KRPB tiesiogines beprocentes paskolas. Pasirašytoje sutartyje numatyta, kad turizmo ministerija skirs 26 mln. HRK lėšų subsidijuoti iki dviejų procentų palūkanų normą už likvidumo skolinimą verslininkams, dalyvaujantiems turizmo veikloje kaip priemonė sumažinti COVID – 19 žalą. COVID-19 priemonė, skirta MVĮ verslininkams, užsiimantiems turizmo veikla, įgyvendinama kaip laikina apyvartinio kapitalo skolinimo programos priemonė ir taikoma prašymams, kuriuos KRPB gavo ir patvirtino iki 2020-12-31, arba tol, kol gautos užtikrintos lėšos bus išnaudotos. Teisės į kreditą nėra, veikia KRPB priima specialų sprendimą dėl kiekvieno prašymo.

Daugiau informacijos apie vyriausybės politiką: [Turizmo ministerijos priemonės padėti ekonomikai dėl koronaviruso epidemijos](#)

Vis dėlto neseniai atliktas tyrimas apie šalies kaimo turizmo situaciją, daktaras Tubićas iš Viroviticos vidurinės mokyklos teigia, kad aiškių turizmo ir bendrų reklamos politikos gairių trūkumas daro svarbų poveikį Kroatijos turizmo sektoriui. Kaip sakytą minėtame tyrime „*Visiems kaimo turizmo sistemos suinteresuotiesiems asmenims - tiek valstybiniais, tiek privačiais yra aišku, kad nėra kaimo turizmo plėtros strategijos, kaip būtino dokumento būsimai, strategiškai orientuotai plėtrai. Nacionalinės turizmo politikos kūrėjai pripažino abipusio koordinavimo ir susijusių suinteresuotųjų šalių sujungimo interesų asociacijose svarbą ir būtinybę, siekiant pašalinti atskirų subjektų trūkumus. Užmegzdama sėkmingą bendradarbiavimą tiek vertikalčiai, tiek horizontalčiai, vienodai visose trijose bendradarbiavimo kryptyse, interesų asociacija, kaip tvaraus konkurencingumo modelis, teikia daug naudos tai yra nacionalinės turizmo politikos kūrėjų ir bendraautorių nuomonė (kuri apima: bendrą produktą/paslaugą, palankios verslo aplinkos kūrimą, naujoviškesnį verslo bendradarbiavimą ir aktyvų tinklų kūrimą su viešuoju ir švietimo sektoriumi ir kt.)*“.

7.5 ISPANIJA

Turizmo sektorius sudaro maždaug 12% šalies BVP. Be to, šiame sektoriuje 2020 m. pradžioje dirbo 13,6 proc. visų socialinės apsaugos įmonių, esančių šalyje. Todėl akivaizdu, kad turizmo sektorius buvo vienas iš labiausiai paveiktų COVID krizės.

Iki 2020 m. rugsėjo mėn. į Ispaniją atvyko 16,83 mln. tarptautinių turistų, taigi 2020 m. šalis patyrė 43 mln. turistų nuostolį. Per pirmuosius aštuonis 2020 m. mėnesius Ispanija priėmė tik 15,7 mln. turistų, 73% mažiau nei tuo pačiu laikotarpiu. Nacionalinio statistikos instituto (INE) duomenimis, 2019 m., kai atvyko 58,1 mln. turistų. Savo ruožtu per pirmuosius aštuonis 2020 m. mėnesius visos tarptautinių turistų išlaidos taip pat sumažėjo 73,8 proc., palyginti su tuo pačiu praėjusių metų laikotarpiu, ir siekė 16,747 mln. Eurų.

Ispanijos vyriausybė parengė turizmo sektoriaus stiprinimo planą: saugaus ir tvaraus turizmo link, po COVID epidemijos 2020 m. vasarą. Programa yra ekonominio, darbo ir fiskalinio turinio priemonių ir politikos rinkinys, skirtas neigiamoms pasekmėms palengvinti sektoriuje. Pagrindinis tikslas yra išlaikyti turizmo veiklą ir nuo jos priklausančias darbo vietas, taip pat stiprinti jo konkurencingumą ir kuo greičiau paskatinti sektoriaus atsigavimą pagal naują normalumą. Rasite daugiau informacijos: [Planas padidinti turizmo sektorių Ispanijoje](#)

Ekstremaduroje, kaip ir visoje šalyje, sumažėjęs lankytojų skaičius regione, dėl kurio sumažėjo labai svarbios ekonominės pajamos 2020 m., ypač vasaros kampanijos metu. Siekdamas atgaivinti ir paskatinti turizmo sektorių, pagrindinės regiono valdžios institucijos, be kitų, ėmėsi šių priemonių:

- **Turizmo sektoriaus atgaivinimo planas:** tai reiškia 7 mln. eurų vertės valstybės subsidiją, skirtą kaimo turizmui atgaivinti Estremadūros regione po pirmosios COVID bangos. Ši investicija bus teikiama kaip pagalba išlaikyti MVĮ turizmo sektoriuje (viešbučius, restoranus, paslaugas ir kt.), išduodant paskolas, kad sektorius būtų likvidus.
- **Turistų čekių programa:** kaip dalis atkūrimo plano ir siekiant skatinti vietos turizmo paklausą ir pagerinti konkurencingumą, turizmo paketai ir paslaugos regiono piliečiams bus siūlomi iki 2021 m. kovo mėnesio. 2 milijonų eurų biudžetas bus panaudotas čekiams. Šita programą reklamavo kampanija socialinėje žiniasklaidoje pavadinimu „Extremadura te espera“ (tai reiškia „Extremadura laukia tavęs“), ir apima patirtį tokiose iniciatyvose kaip „Extremadura Gourmet. Vasaros gurmanų patirtys“.

Panašiai ir 2020 m. antroje pusėje Ekstremadūros viešosios administracijos patvirtino, kad jos kuria naujus turizmo produktus ir paslaugas (pvz., Gastronominius maršrutus per geriausius regiono restoranus ar Šv. Jokūbo kelio 2021 m., šv. Jokūbo metų, populiarinimas), taip pat atnaujinti ankstesnes iniciatyvas, tokias kaip minėtieji „Paslėpti lobiai“.

8. Baigiamosios pastabos

„STORIE“ mokymosi priemonė suteikia verslo savininkams, vadovams ir darbuotojams žinių apie tai, kaip pagerinti savo veiklą ir kaip plėtoti naują tvarų turizmo patirtį, pagrįstą nematerialaus kultūros paveldu. *Product club* STORIE metodika remia turizmo *product club* kūrimą ir valdymą bendradarbiaujant viešosioms įstaigoms, vietos įmonėms ir atitinkamoms suinteresuotosioms šalims, siekiant skatinti ir patvirtinti savo regioną kaip turizmo paskirties vietą. Kita vertus, STORIE įžvalgos teikia svarbią informaciją politikos formuotojams, pedagogams ir turizmo įmonėms. Taigi politikos formuotojai, politikos įtakotojai ir viešųjų įstaigų darbuotojai vietos, regionų ir nacionaliniu lygmeniu, susiję su politika ir strategijomis turizmo ir turizmo mokymo srityje, gali naudoti STORIE medžiagą siekdami konkurencingesnio verslo savo regione, ypač kai tai yra toks svarbus šalies ekonomikai sektorius, kurį nuo 2020 m. kovo mėn. labai paveikė COVID.

- Geriau paruošti vietinį/regioninį, kaimo turizmo sektorių ateities iššūkiams ir pasinaudoti ES turizmo sektoriaus tendencijomis, nes bendradarbiaujant su įmonėmis ir suinteresuotomis šalimis galima nustatyti aktualiausius sektoriaus iššūkius ir galimus sprendimus. „IO3 Vadovas politikos formuotojams“ leidžia politikos formuotojus supažindinti su skirtingais sprendimais skirtingose šalyse, kuriais siekiama palengvinti dabartinę krizę.

- Padaryti sektorių konkurencingesnį, kuriantį daugiau įmonių, darbo vietų ir atsparumą jose. Tvarūs turizmo produktai/paslaugos, paremti nematerialiuoju kultūros paveldu, pagerins turizmo paskirties vietą, sustiprins ir jos verslo veiklą.
- *Product club* metodika skatins bendradarbiavimą ir padės užimti geresnes pozicijas reklamuojant turizmo vietas.

9. Svarbios nuorodos

- [The EU helps reboot Europe's tourism | European Commission](#)
- [Mapping of Cultural Heritage actions in European Union policies, programmes and activities](#)
- [Inventory of Policies related to Sustainable Tourism](#)
- [Sustainable tourism: an opportunity for regions to benefit from their cultural and natural heritage](#)
- [Cultural heritage in EU policies](#)
- [Research for TRAN Committee - European Tourism Labelling](#)
- [European Union Tourism Trends](#)
- [Hacia un ecosistema turístico europeo sostenible, innovador](#)
- [Tesoros ocultos](#)
- https://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/notasprensa/industria/Documents/2020/20062020_PlanTurismo.pdf
- [Measures of the Ministry of Tourism to help the economy due to the coronavirus epidemic](#)