

PROJEKTAS: „KAUNO MIESTO SAVIVALDYBĖS 2012–2014 M.
STRATEGINIO VEIKLOS PLANO PARENGIMAS“



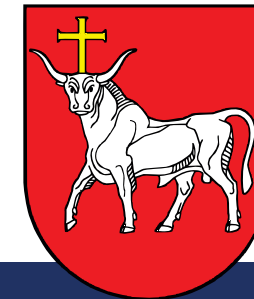
KAUNO TURIZMO INFRASTRUKTŪROS PLĖTROS STUDIJA

Vykdytojas
UAB „EIP Kaunas“

Užsakovas
Kauno miesto savivaldybės administracija



Kaunas, 2012



**KAUNO TURIZMO
INFRASTRUKTŪROS PLĖTROS
STUDIJA**

ĮVADAS 2

1. KAUNO Miesto turizmo infrastruktūros, teikiamų turizmo paslaugų ir produktų analizė 4

1.1. Bendra Kauno miesto esamos situacijos apžvalga..... 4

1.2. Gamtiniai ištekliai 8

1.3. Susisiekimo infrastruktūra..... 10

1.4. Viešoji poilsio ir rekreacijos turizmo infrastruktūra..... 16

1.5. Kultūros turizmo infrastruktūra..... 24

1.6. Aktyvaus poilsio turizmo infrastruktūra..... 31

1.7. Sporto turizmo infrastruktūra..... 35

1.8. Laisvalaikio ir renginių turizmo infrastruktūra..... 39

1.9. Medicinos turizmas 46

1.10. Vandens turizmo infrastruktūra..... 48

1.11. Dalykinio ir konferencinio turizmo infrastruktūra..... 51

1.12. Apgyvendinimo paslaugos..... 54

1.13. Maitinimo paslaugos..... 59

1.14. Turizmo informacijos centrų veikla ir informacijos sklaida..... 62

1.15. Turizmo sektoriaus finansavimas ir investicijos..... 66

1.16. SSGG analizė..... 70

2. Turizmo paslaugų ir turizmo poreikio įvertinimas ir analizė 72

2.1. Tyrimo tikslinės grupės..... 72

2.2. Bendrosios tyrimo charakteristikos ir tyrimo imties apibūdinimas pagal atskiras respondentų grupes..... 75

2.3. Kauno miesto turistų poreikių ir nuomonės tyrimas..... 81

2.4. Kauno miesto verslininkų, susijusių su turizmu, poreikių ir nuomonės tyrimas 85

2.5. Kauno miesto gyventojų poreikių ir nuomonės tyrimas..... 88

2.6. Geroji Lietuvos ir užsienio miestų patirtis 92

2.7. Vartotojų poreikius ir lūkesčius tenkinančių turizmo produktų ir paslaugų identifikavimas.....101

3. Turizmo infrastruktūros, paslaugų ir produktų poreikio prioritetai.....106

4. Kauno miesto turizmo plėtros veiksmų planas110

SANTRAUKA118

PRIEDAI120

1. Priedas. Kauno miesto gamtiniai ištekliai.....120

2. Priedas. Kauno miestas Lietuvos valstybinės reikšmės kelių atžvilgiu.....122

3. Priedas. Kauno miestas Lietuvos geležinkelių atžvilgiu123

4. Priedas. Kauno miestas Lietuvos tarptautinių oro uostų atžvilgiu.....124

5. Priedas. Kauno tarptautinio oro uosto skrydžių žemėlapis125

6. Priedas. Kauno miesto turizmo produktų ir paslaugų vertinimo ir tikslinių grupių poreikių tyrimo ataskaita 126

7. Priedas. Užsienio miestų turizmui aktualios interneto svetainės ir nuorodos204

ĮVADAS



Turizmas – ekonominė veikla, daranti teigiamą poveikį Kauno miesto plėtrai ir ekonominiam bei socialiniam sektoriams. Į miestą atvykę turistai naudojami vietinių turizmo rinkos subjektų kuriama pasiūla ir kartu didina prekybos apimtį, kuria darbo vietas, padeda surinkti daugiau mokesčių ir kt. Tačiau siekiant pasinaudoti šiais turizmo, kaip ekonominės veiklos teikiama privalumais, būtina investuoti į miesto viešąją turizmo infrastruktūrą, kuriant patrauklų miesto estetinį vaizdą.

Kauno turizmo infrastruktūros plėtros studija parengta įgyvendinant Kauno miesto savivaldybės administracijos inicijuotą projektą „Kauno miesto savivaldybės 2012–2014 m. strateginio veiklos plano parengimas“. Studija, kaip ir pats projektas, yra finansuojami pagal Žmogiškųjų išteklių plėtros veiksmų programos priemonę „VP1-4.2-VRM-02-R Regioninės plėtros tobulinimas, regionų plėtros planai ir savivaldybių (ilgalaikiai / trumpalaikiai) strateginiai plėtros planai“. Kauno turizmo infrastruktūros plėtros studijos rengėjas UAB „EIP Kaunas“. Studija parengta bendradarbiaujant su Kauno miesto savivaldybės administracijos Miesto įvaizdžio ir turizmo skyriumi.

Kauno turizmo infrastruktūros plėtros studijos pagrindinis **tikslas** – parengti Kauno miesto turizmo infrastruktūros plėtros priemonių planą, kuris prisidėtų prie miesto plėtros strategijos įgyvendinimo. Pagrindiniai **uždaviniai**:

- Atlikti Kauno turizmo infrastruktūros, teikiamų paslaugų ir turizmo produktų analizę.
- Įvertinti turizmo paslaugų ir turizmo produktų poreikį.
- Nustatyti turizmo paslaugų ir turizmo produktų poreikio prioritetus.
- Suformuoti Kauno turizmo infrastruktūros tikslus ir parengti turizmo paslaugų ir produktų komunikacijos priemonių planą.

Rengiant studiją buvo atlikta esamos turizmo infrastruktūros, teikiamų turizmo paslaugų ir produktų analizė ir apibendrinimas. Siekiant išskirti turizmo paslaugų ir produktų reikalingumą bei patrauklumą vietiniam ir atvykstamajam turizmui, buvo atlikti Kauno miesto turizmo sektoriaus subjektų (turistų, gyventojų ir verslininkų) poreikių tyrimai, o taip pat remtasi gerąja kitų Lietuvos miestų bei užsienio valstybių patirtimi. Vadovaujantis esamos turizmo infrastruktūros, teikiamų turizmo paslaugų ir produktų analizės rezultatais, turizmo sektoriaus subjektų poreikių tyrimo duomenimis, o taip pat gerąja kitų Lietuvos miestų ir užsienio valstybių patirtimi, buvo identifikuotos prioritetinės Kauno turizmo infrastruktūros plėtros kryptys, nustatyti miesto turizmo plėtros tikslai ir uždaviniai, o taip pat parengtas turizmo plėtros veiksmų ir turizmo komunikacijos priemonių planas.

Kauno turizmo infrastruktūros plėtros studijoje numatytų gairių ir veiksmų plano įgyvendinimas prisidės prie atvykstamojo ir vietinio turizmo plėtros Kauno mieste, o taip pat mažins Kauno miesto turizmo sezoniskumą. Išaugę atvykstamojo ir vietinio turizmo srautai mieste darys teigiamą poveikį Kauno miesto ekonominiam ir socialiniam sektoriams. Šis poveikis pasireikš prekybos apimčių didėjimu, pajamų iš turizmo ir su juo susijusių veiklų augimu, naujų darbo vietų kūrimu, užimtumo didėjimu ir nedarbo mažėjimu, mokesčių iš turizmo ir su juo susijusių veiklų augimu ir kt.

1. KAUNO MIESTO TURIZMO INFRASTRUKTŪROS, TEIKIAMŲ TURIZMO PASLAUGŲ IR PRODUKTŲ ANALIZĖ



1.1. BENDRA KAUNO MIESTO ESAMOS SITUACIJOS APŽVALGA

Geografinė padėtis. Kaunas yra antras pagal dydį Lietuvos miestas, įsikūręs centrinėje Lietuvos dalyje. Bendras miesto plotas – 15715,23 ha. Užstatyta teritorija Kauno miesto savivaldybėje sudaro 56,1 proc., miškai – 16,9 proc., žemės ūkio naudmenos – 10,3 proc., vandenys – 8,1 proc., keliai – 6,2 proc., kita žemė – 2,4 proc. savivaldybės ploto. Kauno miestą sudaro 11 seniūnijų: Aleksoto, Centro, Dainavos, Eigulių, Gričiupio, Panemunės, Petrašiūnų, Šančių, Šilainių, Vilijampolės ir Žaliakalnio.

1.1.1. pav. Kauno miesto savivaldybė ir seniūnijos



Šaltinis: www.wikipedia.org

Socialinės aplinkos apžvalga. Statistikos departamento prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės (toliau – Statistikos departamentas) duomenimis, 2012 m. pradžioje Kauno miesto savivaldybėje gyveno 330619 gyventojų. Tai sudarė 51,9 proc. apskrities ir 10,3 proc. šalies gyventojų. Gyventojų skaičius Kauno mieste mažėja. 2012 m. pradžios duomenis, palyginus su 2007 m. pradžios duomenimis, gyventojų skaičius mieste sumažėjo 7,7 proc. arba 27492 gyventojais. Gyventojų skaičius, nagrinėjamais metais, taip pat mažėjo ir kituose didžiuosiuose šalies miestuose: Vilniuje – 0,5 proc., Klaipėdoje – 5,8 proc., Šiauliuose – 7,2 proc., Panevėžyje – 6,1 proc.

Gyventojų tankumas (gyventojų skaičius viename km²) Kauno mieste yra vienas didesnių, jį lyginant su kitais didžiaisiais Lietuvos miestais. 2011 m. gyventojų tankumas mieste siekė 2145,9 gyventojai / km². Tais pačiais metais Vilniaus mieste gyventojų tankumas buvo 1381,7 gyventojai / km², Klaipėdos mieste – 1814,4 gyventojai / km², Panevėžio mieste – 2180,6 gyventojai / km², Šiaulių mieste 1493,4 gyventojai / km².

2007–2011 m. Kauno mieste gimusių naujagimių skaičius kito netolygiai: 2007–2009 m. gimusių naujagimių skaičius mieste augo (nuo 3464 naujagimių 2007 m. iki 3967 naujagimių 2009 m.), o 2010–2011 m. ėmė mažėti (sumažėjo iki 3438 naujagimių 2011 m.). 2011 m. duomenis, palyginus su 2007 m. duomenimis, Kauno mieste gimstamumas sumažėjo 0,8 proc., tuo tarpu Vilniaus mieste išaugo net 17,6 proc., Šiaulių ir Panevėžio miestuose po 8,8 proc., Klaipėdos mieste 4,6 proc.

Teigiamas demografinės tendencijas rodo 2007–2011 m. mažėjęs Kauno miesto gyventojų mirtingumas. 2011 m. Kauno mieste mirė 3916 asmenų arba 6,6 proc. mažiau nei 2007 m. 2007–2011 m. gyventojų mirtingumas taip pat mažėjo Vilniaus mieste (7,9 proc.), Šiaulių mieste (8,4 proc.), Klaipėdos mieste (2,3 proc.) ir Panevėžio mieste (1,0 proc.).

Gimstamumą viršijantis mirtingumas lemia neigiamą natūralų gyventojų prieaugį. Nepaisant atskirais metais Kauno mieste augusio gimstamumo ir mažėjusio mirtingumo, neigiama natūrali gyventojų kaita mieste išliko visą analizuojamą 2007-2011 m. laikotarpį. 2011 m. natūrali gyventojų kaita mieste buvo -478. Mažiausi neigiamos natūralios gyventojų kaitos rodikliai Kauno mieste fiksuoti 2009 m. (-90), kai buvo didžiausias gimstamumas, didžiausi – 2007 m. (-730), kai gimstamumas buvo ne itin didelis. Iš visų didžiųjų šalies miestų teigiama natūrali gyventojų kaita 2011 m. buvo fiksuota tik Vilniaus mieste (1349). Šią tendenciją lėmė aukšti Vilniaus miesto gimstamumo rodikliai.

2011 m. į Kauno miestą atvyko 5085 (arba 1,1 proc. mažiau nei 2007 m.), o iš miesto išvyko 10900 (arba 57,2 proc. daugiau nei 2007 m.) gyventojų. Neto migracija, nagrinėjama metais, mieste siekė -5815. Neigiami Kauno miesto migracijos rodikliai buvo fiksuojami visą 2007–2011 m. laikotarpį. Mažiausias neigiamas migracijos saldo mieste buvo 2007 m. (-1795), ekonominio pakilimo laikotarpiu, didžiausias – 2010 m. (-11581), ekonominio nuosmukio laikotarpiu. 2007–2011 m. neigiamas migracijos saldo taip pat buvo fiksuotas Klaipėdos mieste, Panevėžio mieste bei Šiaulių mieste. Tuo tarpu Vilniaus mieste 2007–2009 m. migracijos saldo buvo teigiamas ir tik šalį apėmusi ekonominiam nuosmukiui (2010–2011 m.) išvykusių gyventojų skaičius viršijo atvykusiųjų ir migracijos saldo buvo neigiamas.

2011 m. pradžioje didžiausią Kauno miesto savivaldybės gyventojų dalį sudarė darbingo amžiaus asmenys – 63,6 proc., mažiausią – vaikai (15,4 proc.). Pensinio amžiaus asmenys sudarė 21,0 proc. Kauno miesto gyventojų. Pensinio amžiaus gyventojų dalis Kauno mieste buvo didžiausia, ją lyginant su kitais didžiausias Lietuvos miestais. 2007–2011 m. mieste augo pensinio amžiaus gyventojų skaičius (1,3 proc.), tuo tarpu mažėjo vaikų ir darbingo amžiaus gyventojų skaičius (atitinkamai 9,9 ir 7,1 proc.).

Ekonominės aplinkos apžvalga. 2010 m. Kauno apskrityje buvo sukurta bendrojo vidaus produkto (BVP) už 18043,5 mln. Lt (arba 7,2 proc. mažiau nei 2007 m.). Tai sudarė 19,0 proc. Lietuvos BVP. Vienam Kauno apskrities gyventojui teko 27,5 tūkst. Lt BVP. Daugiausia BVP, nagrinėjama metais, buvo sukurta Vilniaus apskrityje – 36461,1 mln. Lt (arba 38,4 proc. Lietuvos BVP), mažiausiai Panevėžio apskrityje – 5727,1 mln. Lt (arba 6,0 proc. Lietuvos BVP). Remiantis LR Ūkio ministerijos Turizmo politikos skyriaus duomenimis, turizmo indėlis šalies ekonomikai 2010 m. sudarė 4,4 proc. BVP.

Į Kauno apskritį 2010 m. buvo pritraukta 4708,5 mln. Lt tiesioginių užsienio investicijų (arba 20,0 proc. daugiau nei 2007 m.). Tiesioginių užsienio investicijų apimtys 2007–2010 m. taip pat augo Vilniaus apskrityje (4,3 proc.), Klaipėdos apskrityje (15,9 proc.), Panevėžio apskrityje (0,4 proc.) ir Šiaulių apskrityje (26,9 proc.).

2012 m. pradžioje Kauno miesto savivaldybėje veikė 11681 ūkio subjektas (arba 8,6 proc. daugiau nei 2007 m. pradžioje). 2012 m. pradžios duomenis, palyginus su 2007 m. pradžios duomenimis, ūkio subjektų skaičius augo Vilniaus mieste (17,2 proc.), Klaipėdos mieste (7,8 proc.) ir Šiaulių mieste (7,8 proc.), mažėjo Panevėžio mieste (3,5 proc.).

Didžioji dalis 2012 m. pradžioje Kauno mieste veikusių ūkio subjektų užsiėmė didmenine ir mažmenine prekyba, variklinių transporto priemonių ir motociklų remontu (28,2 proc.), apdirbamąja gamyba (8,8 proc.), profesine, mokslinė ir techninė veikla (8,7 proc.), statyba (7,5 proc.) ir kita aptarnavimo veikla (13,0 proc.). Mažiausiai ūkio subjektų, nagrinėjama metais, užsiėmė kasyba ir karjerų eksploatavimu (0,1 proc.), viešuoju valdymu ir gynyba bei privalomuoju socialiniu draudimu (0,2 proc.), žemės ūkiu, miškininkyste ir žuvininkyste (0,4 proc.), elektros, dujų, garo tiekimu ir oro kondicionavimu (0,4 proc.), vandens tiekimu, nuotekų valymu, atliekų tvarkymu ir regeneravimu (0,4 proc.).

2012 m. pradžioje 98,0 proc. Kauno mieste veikusių ūkio subjektų turėjo iki 100 darbuotojų, 1,9 proc. – nuo 100 iki 1000 darbuotojų ir tik 0,1 proc. 1000 ir daugiau darbuotojų.

Turizmo sektoriuje veiklą vykdančioms ūkio subjektams galioja standartinės mokestinės prievolės, įvardintos Lietuvos Respublikos įstatymuose ir kituose teisės aktuose. Iki 2011 m. gruodžio 31 d. lengvatos (9 proc. PVM tarifas) buvo taikomos viešbučio tipo ir specialaus apgyvendinimo paslaugoms, tačiau nuo 2012

m. sausio 1 d. šioms paslaugoms imtas taikyti standartinis 21 PVM tarifas. Išaugęs paslaugų apmokestinimo tarifas įtakoja viešbučio tipo ir kitų specialaus apgyvendinimo paslaugų kainų lygį.

2007–2010 m. Kauno miesto savivaldybėje užimtų gyventojų skaičius tolygiai mažėjo (nuo 173,0 tūkst. 2007 m. iki 154,5 tūkst. 2010 m.), o 2011 m. ėmė augti (išaugo iki 160,2 tūkst.). 2011 m. duomenis, palyginus su 2007 m. duomenimis, Kauno miesto užimtų gyventojų skaičius sumažėjo 7,4 proc. (arba 12,8 tūkst. asmenų). Panašios užimtų gyventojų skaičiaus mažėjimo tendencijos vyravo ir kituose didžiuosiuose Lietuvos miestuose.

Didžioji dalis 2011 m. užimtų Kauno apskrities gyventojų (informacijos apie Kauno miesto turizmo sektoriuje užimtų gyventojų skaičių LR Statistikos departamentas nepateikia) dirbo paslaugų sektoriuje (69,6 proc.). Pramonėje dirbo 18,9 proc., statybos sektoriuje – 5,9 proc., žemės ūkio, miškininkystės ir žuvininkystės sektoriuje – 5,5 proc. užimtų Kauno apskrities gyventojų.

2007–2010 m. Kauno miesto savivaldybėje sparčiai augo registruotų bedarbių skaičius (nuo 5,3 tūkst. 2007 m. iki 28,8 tūkst. 2010 m.), kuris vėl ėmė mažėti 2011 m. (iki 22,9 tūkst.). Panašios tendencijos vyravo ir kituose didžiuosiuose Lietuvos miestuose. 2011 m. duomenis, palyginus su 2007 m. duomenimis, registruotų bedarbių skaičius Kauno mieste išaugo 4,3 karto, Šiaulių mieste – 4,4 karto, Vilniaus mieste – 4,2 karto, Panevėžio mieste – 3,4 karto, Klaipėdos mieste – 3,1 karto.

Mažėjant užimtų gyventojų skaičiui ir augant registruotų bedarbių skaičiui, augo ir registruotų bedarbių ir darbingo amžiaus gyventojų santykis (proc.). 2011 m. duomenis palyginus su 2007 m. duomenimis, Kauno mieste registruotų bedarbių ir darbingo amžiaus gyventojų santykis išaugo 8,1 proc. p.

Apibendrinimas. 2007–2012 m. pradžioje Kauno miesto savivaldybėje gyventojų skaičius mažėjo. Šį procesą įtakojo didėjanti miesto gyventojų emigracija į užsienio šalis ar kitas šalies savivaldybes bei miestus, neigiamas natūralus gyventojų prieaugis.

2007–2011 m. Kauno mieste augo pensinio amžiaus gyventojų skaičius, mažėjo vaikų ir darbingo amžiaus gyventojų skaičius. Gyventojų senėjimo procesas yra neigiamas reiškinys, turintis ryškų socialinį, ekonominį poveikį miesto plėtrai. Dėl mažėjančio gimusių vaikų skaičiaus kinta švietimo sistemos plėtos kryptys, didėja sveikatos priežiūros, pensionatų, globos ir rūpybos įstaigų poreikis, o kartu ir išlaidos šioms paslaugoms teikti.

Teigiamas demografinės tendencijas rodo 2007–2011 m. mažėjęs Kauno miesto gyventojų mirtingumas. Vis dėlto, nepaisant mažėjančio gyventojų mirtingumo, neigiamas natūralus gyventojų prieaugis mieste išliko visą 2007–2011 m. laikotarpį.

2007–2011 m. augo Kauno miesto gyventojų emigracijos rodikliai. Miesto gyventojų emigracija didžiausią tempą pasiekė 2010 m. Emigracijos augimą tiesiogiai įtakojo miesto darbo rinkos tendencijos, kurios nagrinėjama laikotarpiu išliko sudėtingos.

2007–2010 m. Kauno apskrityje mažėjo BVP apimtys, tačiau augo tiesioginių užsienio investicijų apimtys. Augančios tiesioginių užsienio investicijų apimtys rodo Kauno miesto patrauklumą verslo plėtrai.

2007–2012 m. pradžioje mieste augo veikiančių ūkio subjektų skaičius. Didžioji dalis ūkio subjektų užsiėmė didmenine ir mažmenine prekyba, variklinių transporto priemonių ir motociklų remontu. Net 98,0 proc. 2012 m. pradžioje Kauno mieste veikusių ūkio subjektų turėjo iki 100 darbuotojų. Tai rodo miesto patrauklumą smulkiam ir vidutiniam verslui plėtoti.



1.2. GAMTINIAI IŠTEKLIAI

Miestiškas (antropogeninis, urbanizuotas) kraštovaizdis – tai žmogaus pakeistas, jo veiklos smarkiai veikiamas ir palaikomas bei plėtojamas antropogeninis kraštovaizdžio tipas. Šiam tipui priskiriami miestai, miesteliai, didelės kompaktiškos kaimų gyvenamosios vietovės bei stambių techninių inžinerinių kompleksų teritorijos (2004 m. gegužės 5 d. LR Aplinkos ministro įsakymas Nr. D1-246, Kraštovaizdžio tvarkymo specialiųjų planų rengimo taisyklės).

Kauno miesto kraštovaizdžio struktūrą sudaro gamtiniai ir antropogeniniai komponentai, kurie tarpusavyje persipindami formuoja Kauno miesto kraštovaizdį, orientuotą į miesto gyventojų, turistų ir verslo subjektų poreikius. Iš gamtinių komponentų kraštovaizdyje vieni svarbiausių yra: reljefas, vandens telkiniai, žalieji plotai. Šie komponentai kompleksinėje kraštovaizdžio struktūroje svarbūs fizine-technologine, kompozicine-estetine ir ekologine prasmėmis.

Vienas svarbiausių kraštovaizdžio akcentų Kauno mieste yra didžiosios Lietuvos upės Nemunas ir Neris. Per miestą taip pat teka Jiesia, Gyris, Veršva, Marvelė, Girstupis, Sąnaša, Sėmena, Amalė. Iš mažesnių upių didesnę rekreacinį potencialą turi tik Jiesia. Nors upė yra negili ir maudytis galima tik kai kuriose gilesnėse vietose, Jiesios slėnis, kaip vertingas kraštovaizdžio kompleksas, turi pažintinę reikšmę.

Natūralių ežerų Kaune nėra, tačiau yra nemažai žmogaus suformuotų dirbtinių vandens telkinių. Tai telkiniai, atsiradę buvusių žvyro ar molio karjerų vietose, patvenkti upeliai, iškasti tvenkiniai. Didžiausi dirbtiniai vandens telkiniai Kauno mieste – Kauno marios ir Lampėdžių karjeras. Teritorijose, esančiose miesto pakraščiuose yra nemažai kūrų ir kitokių nedidelių natūralių vandens telkinių, taip pat keletas pelkių

Palemone, Rokeliuose, Julijanavoje, Birutėje.

Nors Kauno mieste gausu natūralių ir dirbtinių vandens telkinių, daugelio jų vanduo yra užterštas. Kauno marių vanduo „žydi“ patraukliausiu turizmui sezono metu – nuo vasaros vidurio iki pabaigos. Tai mažina šių vandens telkinių rekreacinio panaudojimo galimybes ir neigiamai veikia turizmo plėtrą.

2012 m. sausio 1 d. Nacionalinės žemės tarnybos duomenimis, Kauno mieste buvo 2647,90 ha miškų. Didžiąją dalį (279 ha) miesto miškų sudarė rekreaciniai miškai išsidėstę viso miesto teritorijoje (jiems priskirti miesto parkų ir kitų žaliųjų zonų miškų masyvai).

Nacionalinių parkų kategorijos parkų Kauno mieste nėra, tačiau į Kauno ribas patenka vienas regioninis parkas – Kauno marių regioninis parkas. Parkas įsteigtas 1992 m. Specifinis Kauno marių kraštovaizdžio bruožas – įspūdingos 10–20 m aukščio krantų atodangos.

Kauno mieste yra 4 kraštovaizdžio draustiniai (Jiesios, Nevėžio, Veršvos, Nemuno ir Nevėžio santakos), 7 teriologiniai draustiniai (Kauno, Romainių 1-asis, Romainių 2-asis, Milikonių, Sėmenos 1-asis, Sėmenos 2-asis ir Julijanavos), 1 archeologinis draustinis (Palemone gynybinių įtvirtinimų), 1 ornitologinis draustinis (Kauno) ir 2 architektūriniai draustiniai (Kauno tvirtovės V forto ir Pažaislio).

Kauno mieste yra 10 buveinių, apsaugai svarbių teritorijų (Nevėžio žemupys, Julijanavos fortas, Rokų fortas, Kauno marios, Jiesios upė ir jos slėnis, Kauno ažuolynas, Kamšos miškas, Romainių ažuolynas, Milikonių fortas ir Neries upė). Mieste taip pat yra paukščių apsaugai svarbi teritorija – Kauno marios.

Kauno mieste yra 7 botaniniai (Girionių dendrologinę vertę turintis parkas, Vytauto parko liepa, Senoji Kauno obelis, Taikos kalno ažuolas, Lampėdžių liepa gražuolė, Ažuolo ir pušies draugystė, Pušys sesės) ir 1 geologinis (Adomo Mickevičiaus akmuo) gamtos paveldo objektai. Adomo Mickevičiaus akmuo stūkso vaizdingame Adomo Mickevičiaus slėnyje.

Apibendrinimas. Vienas reikšmingesnių Kauno miesto kraštovaizdžio akcentų – didžiosios Lietuvos upės Nemunas ir Neris. Didelę rekreacinę reikšmę mieste turi du dirbtiniai vandens telkiniai – Kauno marios ir Lampėdžių karjeras. Šie vandens telkiniai yra naudojami rekreaciniams miesto gyventojų ir turistų poreikiams tenkinti (maudymasis, deginimasis, pramoginė laivyba ir kt.).

Nors Kauno miesto didžiosios upės ir dirbtiniai vandens telkiniai yra naudojami rekreaciniais tikslais, daugelio jų vanduo yra užterštas. Kauno marių vanduo „žydi“ patraukliausiu turizmui sezono metu – nuo vasaros vidurio iki pabaigos. Tai stipriai apriboja šių vandens telkinių panaudojimo, naujų turizmo paslaugų ir produktų plėtrai bei vietinio ir atvykstantojo turizmo skatinimui, galimybes.

Kauno miestas yra miškingas. Nacionalinės žemės tarnybos duomenimis Kauno miesto miškingumas siekia 16,9 proc. Turizmo plėtrai ypatingai svarbūs rekreaciniai miškai, kurių Kauno mieste yra 279 ha. Miesto miškai yra svarbus turizmo traukos objektas. Taip pat miškai padeda palaikyti miesto ekologinę pusiausvyrą. Siekiant geriau išnaudoti mieste esančius miškų masyvus turizmo plėtrai, būtina plėsti turizmo infrastruktūrą, atsižvelgiant į vietovės pobūdį ir pritaikymo turizmui galimybes.

Saugomos teritorijos ir objektai sudaro svarbią Kauno miesto gamtinio karkaso dalį. Šios teritorijos ir objektai formuoja savitą Kauno miesto aplinką, išskiriančią Kauną iš kitų didžiųjų Lietuvos miestų, o taip pat gali būti panaudotos siekiant skatinti turizmą.



1.3. SUSISIEKIMO INFRASTRUKTŪRA

Kauno miestas yra išsidėstęs strategiškai patogioje geografinėje padėtyje, beveik pačiame šalies centre ir yra gerai integruotas į bendrą Lietuvos susisiekimo infrastruktūrą bei į tarptautinių transporto koridorių tinklą. Miesto išorės susisiekimo pagrindą sudaro Europos TEN tinklo koridoriai: automobilių kelių sektoriuje šiaurės–pietų kryptimi I-asis koridorius (Via Baltica, E67; A5, A1, A8), rytų–vakarų kryptimi IXB koridorius Kijevas–Minskas–Vilnius–Klaipėda (E85; A1) bei IXD koridorius Kaunas–Kaliningradas (E28; A5); geležinkelio sektoriuje svarbiausi šiaurės–pietų kryptimi I-asis koridorius, rytų–vakarų kryptimi IXB koridorius Kijevas–Minskas–Vilnius–Klaipėda bei jo atšaka IXD nuo Kaišiadorių per Kauną iki valstybės sienos su Rusijos Federacija. Kauno miestas taip pat turi tarptautinės reikšmės valstybinį vidaus vandens kelią E-41 Kaunas–Jurbarkas–Klaipėda. Kauno rajone veikia tarptautinės svarbos antras pagal dydį šalyje oro uostas.

Užmiesčio keliai. Kauno miesto išorės ryšius užtikrina septyniolika valstybinės reikšmės kelių: trys magistralinės reikšmės keliai, šeši krašto reikšmės keliai ir aštuoni rajoninės reikšmės keliai.

1.3.1. lentelė. Kauno miesto išorės susisiekimo infrastruktūra, valstybinės reikšmės keliai

Kelio Nr.	Pavadinimas	Reikšmė	Kategorija
A1	Vilnius–Kaunas–Klaipėda	Magistralinis	I
A5	Kaunas–Marijampolė–Suvalkai	Magistralinis	II
A6	Kaunas–Zarasai–Daugpilis	Magistralinis	II
130	Kaunas–Prienai–Alytus	Krašto	III
139	Kauno HE–Garliava	Krašto	III
140	Kaunas–Zapyškis–Šakiai	Krašto	III

Kelio Nr.	Pavadinimas	Reikšmė	Kategorija
141	Kaunas–Jurbarkas–Šilutė–Klaipėda	Krašto	III
222	Kaunas–Vandžiogala	Krašto	III
232	Vilijampolė–Žeimiai–Šėta	Krašto	III
1901	Vaišvydava–Piliuona–Pakuonis–Pabališkiai	Rajoninis	V
1902	Vaišvydava–Girionys–Žiegždriai	Rajoninis	IV
1906	Aukštutiniai Kaniūkai–Babtai–Labūnava–Kėdainiai	Rajoninis	IV
1911	Rokai–Girininkai–Purvininkai	Rajoninis	V
1913	Rokeliai–Vainatrakis–Pakuonis	Rajoninis	V
1918	Palemonas–Neveronys–Ramučiai	Rajoninis	V
1919	Ramučiai–Martinava	Rajoninis	V
1935	Garliava–Jonučiai–Karkazai	Rajoninis	V

Šaltinis: Kauno miesto bendrasis planas (2013–2023 metams)

Intensyviausias transporto eismas Kauno miesto prieigose vyksta IXB transporto koridoriuje, magistralinio kelio A1 Vilnius–Kaunas–Klaipėda ruože Vilnius–Kaunas. Iš krašto reikšmės kelių dideliu transporto eismo intensyvumu pasižymi keliai Nr.130 Kaunas–Prienai–Alytus. Iš rajoninių kelių dideliu transporto intensyvumu pasižymi keliai: Nr.1919 Ramučiai–Martinava, Nr.1918 Palemonas–Neveronys–Ramučiai ir Nr.1902 Vaišvydava–Girionys–Žiegždriai. Šiais keliais eismas vyksta Ramučių, Martinavos, Žiegždrių, Rokų, Girininkų kryptimis.

Geležinkeliai. Kaunas – stambus geležinkelio mazgas. Dar 1861 m. mieste buvo įrengta geležinkelio Sankt Peterburgas–Varšuva atšaka į Karaliaučių su visa geležinkelio infrastruktūra. Šalia Kauno geležinkelio stoties 1862 m. paleistas eismas vieninteliu veikiančiu Baltijos valstybės geležinkelio tuneliu ir geležinkelio tiltu per Nemuną. Nuo 1975 m. maršrutu Naujoji Vilnia–Vilnius–Kaunas kursuoja elektriniai keleiviniai traukiniai.

Kaune yra dvi geležinkelio stotys (Kauno ir Palemono) ir dvi geležinkelio stotelės (Amalių ir Jiesios). Kauno geležinkelio stotis yra dominuojanti pagal keleivių pervežimo apimtį.

1.3.2. lentelė. Keleivių išvykimas iš Kauno mieste esančių AB „Lietuvos geležinkeliai“ stočių / stotelių 2007–2011 m., tūkst.

Stotis / Metai	2007	Dalis proc.	2008	Dalis proc.	2009	Dalis proc.	2010	Dalis proc.	2011	Dalis proc.
Kaunas	389,8	96,2	373,2	96,3	345,7	97,0	422,8	97,5	502,8	97,7
Amaliai	4,0	1,0	2,5	0,6	2,3	0,6	3,5	0,8	3,4	0,7
Jiesia	0,2	0,0	0,2	0,1	0,1	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0
Palemonas	11,1	2,7	11,7	3,0	8,4	2,4	7,2	1,7	8,1	1,6
Iš viso	405,1	100,0	387,6	100,0	356,5	100,0	433,6	100,0	514,4	100,0

Šaltinis: Kauno miesto bendrasis planas (2013–2023 metams); AB „Lietuvos geležinkeliai“

2007–2011 m. iš Kauno miesto geležinkelio stočių / stotelių išvykstančių keleivių skaičius kito netolygiai: 2007–2009 m. keleivių skaičius mažėjo (nuo 405,1 tūkst. 2007 m. iki 356,5 tūkst. 2009 m.), o 2010–2011 m. augo (išaugo iki 514,4 tūkst. keleivių 2011 m.). 96,2–97,7 proc. visų iš Kauno miesto geležinkelio stočių / stotelių išvykusių keleivių, nagrinėjamu laikotarpiu, teko Kauno geležinkelio stotčiai, kuri yra didžiausia ir dominuojanti Kauno mieste.

AB „Lietuvos geležinkeliai“ Keleivių vežimo direkcijos rengtų apklausų ir atliktos analizės duomenimis, didžiausią įtaką bendram geležinkeliu pervežtų keleivių skaičiaus augimui turėjo augusi šalies ekonomika, Kauno geležinkelio tunelio atidarymas po rekonstrukcijos, įsigyti nauji riedmenys bei taikytos rinkodaros priemonės.

Vienas svarbiausių tarptautinių projektų, didinsiančių Kauno miesto pasiekiamumą geležinkelio transportu, yra Europinės vėžės geležinkelio „Rail Baltica“ trasos įrengimas. Įgyvendinus projektą Kauno miestas turės šiuolaikišką ir patogų susisiekimą geležinkelio transportu su kitomis ES šalimis, o taip pat

efektyviai įsijungs į ES transporto tinklą. Išaugęs Kauno miesto pasiekiamumas geležinkelio transportu skatins atvykstamojo turizmo plėtrą Kauno mieste, didės miesto, kaip turistinio traukos objekto patrauklumas.

Oro transportas. Kaunas turi puikiai išvystytą oro transporto infrastruktūrą. Kauno rajone, Karmėlavos miestelyje veikia tarptautinis Kauno oro uostas, sudarantis sąlygas keleiviams tiesiogiai pasiekti Kauną iš dvidešimt trijų užsienio miestų (skrydžių žemėlapis pateiktas 5 priede).

1.3.3. lentelė. Atvykusių ir išvykusių keleivių skaičius Lietuvos tarptautiniuose oro uostose 2007–2011 m., tūkst.

Oro uostas / Metai	2007	Dalis proc.	2008	Dalis proc.	2009	Dalis proc.	2010	Dalis proc.	2011	Dalis proc.
Vilnius	1713,8	78,0	2041,7	80,0	1305,6	69,9	1370,6	60,0	1709,6	63,5
Kaunas	389,4	17,7	408,2	16,0	456,3	24,4	809,3	35,4	870,7	32,3
Šiauliai	0,9	0,0	1	0,0	1,3	0,1	0,7	0,0	0,8	0,0
Palanga	93,1	4,2	102,4	4,0	105,3	5,6	103,2	4,5	111,8	4,2
Iš viso	2197,2	100,0	2553,3	100,0	1868,5	100,0	2283,8	100,0	2692,9	100,0

Šaltinis: Statistikos departamentas

Kauno tarptautinis oro uostas yra antras pagal dydį ir svarbą tarptautinis oro uostas Lietuvoje. Oro uoste pervežamų keleivių skaičius sparčiai auga nuo 2008 m. 2011 m. Kauno tarptautiniame oro uoste buvo pervežta 870,7 tūkst. keleivių arba 32,3 proc. visų Lietuvos tarptautiniuose oro uostuose pervežtų žmonių. Tais pačiais metais tarptautiniame Vilniaus oro uoste pervežta 1709,6 tūkst. keleivių arba 63,5 proc., Palangos tarptautiniame oro uoste – 111,8 tūkst. keleivių arba 4,2 proc., Šiaulių tarptautiniame oro uoste – 0,8 tūkst. keleivių arba 0,03 proc. visų Lietuvos tarptautiniuose oro uostuose pervežtų žmonių.

Kauno tarptautinio oro uosto teritorija užima 438 ha. Oro uostas turi ilgiausią Lietuvoje kilimo–tūpimo taką (tako ilgis 3250 m, plotis – 50 m), leidžiantį oro uostui priimti bet kokio tipo ir masės orlaivius. 2012 m. pradžioje Kauno tarptautiniame oro uoste skrydžius organizavo ir vykdė trys bendrovės („Ryanair“, „air Baltic“ ir „Iraero“), kurios skraidino keleivius į dvidešimt du Europos valstybių miestus ir Rusijos sostinę Maskvą (skrydžių žemėlapis pateiktas 5 priede). Nuo 2012 m. birželio mėn. oro uoste veiklą vykdyti pradės nauja bendrovė – WOW air, kuri keleivius skraidins į Islandiją (Reikjaviko „Keflavik“ tarptautinį oro uostą).

Oro transportas yra pagrindinė susisiekimo priemonė tarp Kauno ir Europos, ypač Vakarų Europos šalių bei kitų pasaulio valstybių. Kadangi kelionė oro transportu yra patogiausia ir užimanti mažiausiai laiko, ši kelionės rūšis yra populiari tarp užsienio turistų.

Kauno tarptautinis oro uostas yra svarbus skatinant turizmo plėtrą Kauno mieste ir formuojant Kauno, kaip turizmui patrauklaus miesto įvaizdį. Galimybė tiesiogiai iš įvairių Europos šalių ir Rusijos pasiekti Kauną, konkurencingos skrydžių kainos, galimybės miestą pasiekti savaitgalį, didina Kauno miesto patrauklumą ir atvykstančių užsienio turistų skaičių.

Miesto gatvių tinklas. Automobilių transportas yra svarbi Kauno miesto ekonominės ir socialinės infrastruktūros dalis, kurios funkcija yra tenkinti visuomenės ir ūkio subjektų poreikius vežant krovinius ir keleivius. Patogi geografinė padėtis ir išplėtotą transporto infrastruktūrą užtikrina gerą susisiekimą su didžiaisiais Lietuvos miestais ir užsienio valstybėmis bei sudaro geras sąlygas tolimesnei transporto infrastruktūros plėtrai.

1.3.4. lentelė. Vietinės reikšmės automobilių kelių ilgis Kauno mieste 2007–2011 m., km

Rodiklis / Metai	2007	2008	2009	2010	2011
Vietinės reikšmės automobilių kelių ilgis	902	909	918	937	955,7
Vietinės reikšmės automobilių kelių su danga ilgis	736	740	745	761	774,3
Vietinės reikšmės automobilių kelių su patobulinta danga ilgis	584	586	587	592	597,5
Žvyro kelių ilgis	153	155	158	169	176,8
Grunto kelių ilgis	166	169	172	176	181,4

Šaltinis: Statistikos departamentas, KŠauno miesto savivaldybės administracijos Miesto tvarkymo skyrius

2011 m. bendras vietinės reikšmės automobilių kelių ir gatvių ilgis Kauno miesto savivaldybėje siekė 955,7 km. Kelių ir gatvių su patobulinta danga ilgis siekė 597,5 km, žvyro kelių ilgis siekė 176,8 km, grunto kelių ilgis siekė 181,4 km. Žvyro keliai, Kauno miesto savivaldybėje, sudarė 18,5 proc., grunto keliai – 19,0 proc. bendro kelių ir gatvių ilgio.

Kauno miestas, pagal gatvių tankumą (2011 m. 6,1 km / km²), Lietuvos mastu priskiriamas vienam tankiausių miestų. Gatvių tinklo karkasas, nepaisant trūkstamų jungčių, taip pat yra gana tankus, todėl sugeba užtikrinti transporto srautų paskirstymą.

Įvairios Kauno miesto dalys buvo užstatytos skirtingais laikotarpiais, todėl miesto gatvių tinklas yra labai įvairus. Senamiestis pasižymi didelio tankumo siauromis gatvelėmis iš esmės nepritaikytomis transporto eismui, išskyrus plačias Šauklių, Šv. Gertrūdės, Gimnazijos ir Birštono gatves. Naujamiesčio gatvės šiek tiek platesnės, tačiau čia transporto poreikis taip pat yra didesnis, todėl gatvių plotis nėra pakankamas. Savanorių, Karaliaus Mindaugo, Vytauto prospektai, M. K. Čiurlionio, Parodos, K. Petrausko gatvės sudaro apvažiuojamąjį Naujamiesčio gatvių tinklą. Vėlesniu laikotarpiu užstatyti Žaliakalnio, Šančių, Aleksoto, Vilijampolės rajonai pasižymi taip pat siauru gatvių tinklu. Plačios gatvės pritaikytos dideliems transporto srautams buvo nutiestos realizuojant 1970 metų generalinio plano sprendinius didelio užstatymo aukštingumo teritorijose. Šių, skirtingais laikotarpiais nutiestų, gatvių integracija išlieka sunkiai sprendžiama problema.

Kauno gatvių, šaligatvių dangos yra gan prastos būklės, tai yra sisteminė problema gresianti ne tik gyventojų saugumui ir sveikatai, bet kenkianti ir Kauno įvaizdžiui, turizmo verslui.

Vidaus vandenų transportas. Kaunas yra Lietuvos vidaus vandens transporto centras, turintis tris į valstybinių vidaus vandenų kelių sąrašą įtrauktus vandens kelius: Nemuno upę, Kauno marias ir Neries upę. Kauno mieste veikia penkios keleivių gabenimo prieplaukos: Kauno marių keleivinė prieplauka, Kauno „Žalgirio“ jachtklubo prieplauka, Kauno keleivinė prieplauka, prieplauka prie Vytauto bažnyčios ir Kauno žiemos uostas.

Didžioji dalis keleivių vežimų vykdomi iš Kauno marių keleivinės prieplaukos bei Kauno keleivinės prieplaukos, dalis keleivių vežimų vykdomi nuo krantinės prie Vytauto Didžiojo bažnyčios. Vidaus vandens kelių direkcijos duomenimis, Kauno miesto vidaus vandens keliais (Nemuno upe ir Kauno mariomis) per metus pervežama iki 20000 keleivių.

Viešasis transportas. Pagrindiniai viešieji vežėjai Kauno mieste yra UAB „Autrolis“ ir UAB „Kauno autobusai“. UAB „Autrolis“ paslaugomis kasmet pasinaudoja apie 33 milijonai keleivių. Kaune yra 16 troleibusų maršrutų, jungiančių įvairius miesto rajonus. Bendras maršrutų ilgis siekia 368,3 km. UAB „Kauno autobusai“ kiekvieną dieną aptarnauja 29 maršrutus po Kauno miestą ir artimuosius priemiesčius, kurių bendras ilgis siekia 1045,1 km. Per metus įmonės paslaugomis pasinaudoja apie 27 milijonus keleivių. Be šių vežėjų Kauno mieste dar veikia maršrutinių taksi ir lengvųjų taksi automobilių vežėjų įmonės.

Kauno mieste vietiniai, tolimieji ir tarptautiniai keleivių pervežimo autobusais maršrutai vykdomi iš Kauno autobusų stoties. Kauno autobusų stotyje vykdomi maršrutai užtikrina patogų susisiekimą tarp Kauno ir didžiųjų šalies miestų bei didesnių miestelių, o taip pat daugelio Europos valstybių. Populiariausi tolimojo susisiekimo autobusų maršrutai vykdomi iš Kauno autobusų stoties: į Vilnių, Klaipėdą, Šiaulius, Alytų, Panevėžį, Marijampolę, Druskininkus, Kėdainius, Palangą, Tauragę, Šakius, Raseinius, Uteną, Mažeikius, Ukmergę, Kryžkalnį, Jonavą, Jurbarką, Vilkaviškį. Iš Kauno autobusų stoties organizuojami tarptautinių pervežimų maršrutai: Amsterdamas per Utrechtą, Baranovičiai per Vilnių, Berlynas, Bona, Briuselis per Antverpeną, BRNO per Frydek Mistek, Freiburgas, Gardinas per Alytų, Druskininkus, Gdanskas, Gracas, Klagenturtas, Kaliningradas per Marijampolę, Kaliningradas per Jurbarką, Kelnas, Kopenhaga persėdimas Berlyne, Krokuvą per Čenstakavą, Londonas persėdimas Dortmunde, Lvovas, Maskva, Minskas, Paryžius per Reimsą persėdimas Ulme, Praha, Ryga per Panevėžį, Roma per Boloniją, Florenciją, Štutgartas per Berlyną, Talinas persėdimas Rygoje, Ulmas, Varšuva, Viena, Gardinas, Aarhus persėdimas Berlyne, Hamburgas persėdimas Berlyne.

Vienas didžiausių Lietuvos keleivių vežėjų veikiančių Kauno mieste – UAB „Kautra“. UAB „Kautra“

keleivius veža vietinio, tolimojo ir tarptautinio susisiekimo maršrutais, užsakomaisiais reisais. Įmonė aptarnauja 161 maršrutą Lietuvoje ir užsienyje. Per metus perveža apie 4,5 milijonus keleivių. Šiuo metu eksploatuoja 184 autobusus ir mikroautobusus.

1.3.5. lentelė. Keleivių vežimas vietinio, tolimojo ir tarptautinio susisiekimo maršrutais Kauno mieste 2007–2010 m., tūkst.

Rodiklis / Metai	2007	2008	2009	2010	Pokytis 2007-2010 m., proc.
Iš viso pagal reiso tipą	52590,2	56159,9	49020,6	51140,2	-2,8
Reguliarus reisas	52347,5	55844,2	48822,1	50930,2	-2,7
Tolimojo susisiekimo maršrutas	2601	2591,7	2185	2234,8	-14,1
Vietinio (priemiestinio) susisiekimo maršrutas	2120,4	2234,3	1383,1	1813,8	-14,5
Vietinio (miesto) susisiekimo maršrutas	47528,2	50946,6	45209,6	46838,9	-1,5
Tarptautinio susisiekimo maršrutas	97,9	71,6	25 949,2	42,6	-56,5
Specialus reisas	10	48,4	191,6	209	1990,0
Užsakomasis reisas	232,7	267,3	7	1	-99,6

Šaltinis: Statistikos departamentas

2007–2010 m. Kauno mieste organizuotais vietinio, tolimojo ir tarptautinio autobusų susisiekimo maršrutais pervežamų keleivių skaičius kito netolygiai: 2007–2008 m. keleivių skaičius augo (nuo 52590,2 tūkst. keleivių 2007 m. iki 56159,9 tūkst. keleivių 2008 m.), 2009 m. sumažėjo (iki 49020,6 tūkst. keleivių), o 2010 m. vėl ėmė augti (išaugo iki 51140,2 tūkst. keleivių). 2010 m. duomenis, palyginus su 2007 m. duomenimis, bendras keleivių vežimas Kauno mieste organizuotais maršrutais sumažėjo 2,8 proc. 2007–2010 m. autobusais pervežamų keleivių skaičiaus kitimo tendencijas lėmė šalies ekonominė situacija, gyventojų demografinių rodiklių pokyčiai, gyventojų finansinės galimybės ir pasiryžimas keliauti, taip pat ir emigracijos tempai.

Apibendrinimas. Patogi Kauno miesto geografinė padėtis ir gerai išplėtotą susisiekimo infrastruktūrą (tiek autotransporto, tiek ir geležinkelio) didina Kauno miesto turistinį patrauklumą ir į miestą atvykstančių turistų skaičių. Vienas svarbiausių tarptautinių susisiekimo projektų, didinsiančių Kauno miesto pasiekiamumą ir skatinsiančių turizmo plėtrą – Europinės vėžės geležinkelio „Rail Baltica“ trasos įrengimas. Įgyvendinus projektą Kauno miestas turės šiuolaikišką ir patogų susisiekimą geležinkelio transportu su kitomis ES šalimis, o taip pat efektyviai įsijungs į ES transporto tinklą.

Kauno tarptautinis oro uostas yra pagrindinė susisiekimo priemonė tarp Kauno ir Europos, ypač Vakarų Europos šalių bei kitų pasaulio valstybių. Galimybė tiesiogiai iš įvairių Europos šalių ir Rusijos pasiekti Kauną, konkurencingos skrydžių kainos, galimybė miestą pasiekti savaitgalį, yra vieni svarbiausių atvykstančią turistų skatinančių veiksnių mieste.

Nors gatvių tinklas Kauno mieste yra palyginti tankus, o gatvių karkasas sugeba užtikrinti transporto srautų paskirstymą mieste, ne visos Kauno miesto gatvės yra pritaikytos esamam transporto srautų intensyvumui. Kauno gatvių, šaligatvių dangos yra gan prastos būklės, o tai kenkia Kauno miesto įvaizdžiui ir turizmo plėtrai.

Mieste veikia penkios keleivinės prieplaukos, tačiau pramoginės laivybos maršrutų skaičius mieste nedidėja. Tai rado, kad Kauno mieste trūksta tinkamai sudarytų ir parengtų pramoginės laivybos maršrutų su turizmui pritaikyta infrastruktūra, galinčių pritraukti didesnius turistų srautus.

Kauno mieste yra gerai išvystytas viešojo susisiekimo transporto tinklas – veikia dvi savivaldybės įmonės UAB „Autrolis“ ir UAB „Kauno autobusai“, keleivius vežančios keturiasdešimt penkiais maršrutais, o taip pat maršrutinių taksi ir lengvųjų taksi automobilių vežėjų įmonės. Esama Kauno miesto viešojo susisiekimo transporto sistema turistams leidžia patogiai keliauti iš vieno miesto galo į kitą, aplankant žymias Kauno vietas, istorijos ir kultūros paminklus.

Kauno mieste vietiniai, tolimieji ir tarptautiniai keleivių pervežimo autobusais maršrutai vykdomi iš Kauno autobusų stoties. Kauno autobusų stotyje vykdomi reisai užtikrina patogų susisiekimą tarp Kauno ir didžiųjų šalies miestų bei didesnių miestelių, o taip pat daugelio Europos valstybių. Vienas didžiausių Lietuvos keleivių vežėjų veikiančių Kauno mieste – UAB „Kautra“, aptarnaujanti 161 maršrutą Lietuvoje ir užsienyje bei per metus pervežanti apie 4,5 milijonus keleivių.



1.4.VIEŠOJI POILSIO IR REKREACIJOS TURIZMO INFRASTRUKTŪRA

Rekreacija (lot. recreatio – atstatymas, atkūrimas) – tai fizinių ir dvasinių žmogaus jėgų atgavimo procesas, kurio poreikis šiuolaikinėje visuomenėje sparčiai auga. Rekreacija, kaip ir bet kokia kita žmonių veiklos sfera, naudoja įvairius gamtos ir antropogeninius išteklius, kurie ir sudaro tos rekreacinės veiklos aplinką.

Miesto kraštovaizdžio estetinę vertę lemia gamtinių komponentų – miškų masyvų, parkų ir skverų, tvenkinių, upių ir jų slėnių, kitų natūralių biotopų, kurie užtikrina biologinę įvairovę ir jos išsaugojimą, gausa. Kaunas pasižymi malonia žaluma, medžių ir krūmų gausa, kuri gamtovaizdžiui suteikia žavumo ir jaukumo. Miesto žaliosios zonos sudaro estetišką miesto aplinką, sieja pastatus ir įrenginius su urbanizuotu arba gamtiniu landšaftu. Miesto žaliosios zonos taip pat yra itin svarbi žmogaus veiklos pasekmes kompensuojančioji priemonė, padedanti išsaugoti ekologinį teritorijos stabilumą.

1.4.1. pav. Pagrindiniai veiksniai, skatinantys poilsio ir rekreacijos turizmo plėtrą



Šaltinis: Sudaryta autoriaus

Remiantis Kauno miesto generaliniu planu iki 2000 m. (1983 m. Miestų statybos projektavimo instituto Kauno filialas), Kauno mieste buvo pirmą kartą išskirtos rekreacinės zonos. Tačiau šiuo metu ne visos anksčiau numatytos rekreacinės zonos yra suformuotos, nepilnai įrengta jų infrastruktūra, o taip pat daugelis jų yra praradę dalį savo teritorijų dėl besikeičiančios miesto urbanizacijos krypties.

Kauno miesto žaliųjų plotų inventorizacija buvo atlikta 1999 metais. Kauno miesto žalieji plotai 1999 metais užėmė 10175,662 ha (64,75 % miesto ploto). Šiuo metu patvirtintas ribas turi ne visi žalieji plotai. Miškų mieste yra 2647,90 ha, turizmui svarbesnių parkų ir skverų – 165,3679 ha (Nacionalinės žemės tarnybos ir Kauno miesto savivaldybės administracijos Aplinkos apsaugos skyriaus duomenimis, 2012 m. sausio 1 d.).

1.4.1. lentelė. Kauno miesto turizmo plėtrai svarbūs parkai ir skverai (2012 m. pradžios duomenys)

Nr.	Želdynas	Adresas	Plotas, ha	Pastabos
1.	Kovo 11-osios parkas	Dujotiekio g. 21, Kaunas	2,6534	Įregistruotas
2.	Antakalnio parkas	Antakalnio g. 45, Kaunas	1,1301	Įregistruotas
3.	Santarvės parkas	Žiemgalių g. 4, Kaunas	3,9086	Įregistruotas
4.	Vilijos parkas	Juozapavičiaus pr. 20A, Kaunas	1,0678	Įregistruotas
5.	Kalniečių parkas	Lakajų g. P. Lukšio g., Savanorių pr., Kaunas	21,1940	Įregistruotas
6.	Dainavos parkas	V. Krėvės pr. 99C, Kaunas	38,1170	Įregistruotas
7.	Girstupio parkas	Kovo 11-osios g., Kaunas	2,1950	Įregistruotas
8.	Neries krantinės parkas	Neries krantinė, Kaunas	20,7020	Įregistruotas
9.	Gričiupio parkas	Studentų g. Saulės g., Gričiupio g. ir Rytų g., Kaunas	2,5700	Įregistruotas
10.	Draugystės parkas	V. Krėvės g. ir Kovo 11-osios g., Kaunas	18,8200	Pateiktas registracijai
11.	Santakos parkas	Nemuno, Neries upės ir Papilio g., Kaunas	13,5400	Pateiktas registracijai
12.	Marvos dvaro parkas	Marvelės g., Kaunas	6,1400	Atliekami kadastriniai matavimai
13.	Sargėnų dvaro parkas	Kuršių g., Kaunas	3,4300	Atliekami kadastriniai matavimai
14.	Nepriklausomybės parkas	–	3,0000	Rengiamas detalus planas
15.	Nemuno salos parkas	Prie Karaliaus Mindaugo pr., Kaunas	25,000	Įregistruotas
16.	Miesto sodas	Laisvės al. ir Muzikinis teatras	1,9000	Atliekami kadastriniai matavimai, bus formuojamas žemės sklypas ir registruojama
Iš viso parkų ir skverų:			165,3679	–

Šaltinis: Kauno miesto bendrasis planas (2013–2023 metams)

Gamtinių teritorijų – pavienių objektų (medžiai, krūmai) ar teritorijų (parkai, skverai) buvimas mieste teigiamai veikia žmonių savijautą. Ši įtaka pasireiškia ne vien oro kokybės gerėjimu, vėjo, triukšmo slopinimu ar, bendrine prasme, mikroklimato mieste stabilizavimu. Gamtinės teritorijos taip pat turi ir „socialinę–

psichologinę“ reikšmę, kuri yra svarbi modernių miestų gyvybingumui ir miesto gyventojų bei svečių gerai savijautai užtikrinti. Buvimas gamtoje (poilsis ir rekreacija) mažina patirtą stresą, sudaro galimybes atsipalaiduoti ir pamiršti kasdieninius rūpesčius, teikia ramybės jausmą.

Rekreaciniai miškai – tai miškai skirti poilsiui, visuomenės reikmėms naudojami miškai su atitinkama įranga ir infrastruktūra. Šie miškai intensyviai lankomi poilsiautojų, dažniausiai yra gražiausiuose miškų sklypuose su poilsio ir automobilių stovėjimo aikštelėmis, pasivaikščiojimo takais bei su įvairia poilsiui skirta įranga ir statiniais.

2012 m. pradžioje Kauno mieste buvo 7 miško parkai (Ažuolyno, Aukštųjų Šančių Ažuolyno, Klebonišio, Lampėdžių, Panemunės, Romainių ir Naugardiškių miško parkai), iš viso 1240,52 ha. Didžiausią rekreacinę vertę turi miško parkai, esantys arčiau vandens telkinių: upių, tvenkinių ir kt.

1.4.2. lentelė. Kauno miesto miško parkai (2012 m. pradžios duomenys)

Eil. Nr.	Želdynas	Adresas	Plotas, ha
1.	Ažuolynas	Radastų g., Vydūno al., Radvilėnų pl., Kaunas	78,40
2.	Aukštųjų Šančių Ažuolynas	Verkių g ir Švenčionių g., Kaunas	39,82
3.	Klebonišio miško parkas	Kleboniškis, Kaunas	484,20
4.	Lampėdžių miško parkas	Lampėdžiai, Kaunas	113,60
5.	Panemunės miško parkas	Panemunė, Kaunas	298,40
6.	Romainių miško parkas	Romainiai, Kaunas	223,50
7.	Naugardiškių parkas	Mokolų g. ir Aukštažio g., Kaunas	2,60
Iš viso miško parkų:			1240,52

Šaltinis: Kauno miesto bendrasis planas (2013–2023 metams)

Miško parkai – svarbi miesto rekreacinė teritorija. Miško parkų išsidėstymas ir būklė didžiąja dalimi lemia oro, vandenų ir kraštovaizdžio kokybę. Rekreacinės infrastruktūros įrengimas miško parkuose yra viena svarbiausių priemonių lankytojų srautams pritraukti ir sureguliuoti, nukreipiant juos į vietas, skirtas lankymui bei poilsiui. Miško parkai ir jose įrengta infrastruktūra sudaro tinkamą poilsiui aplinką.

2012 m. pradžioje Kauno mieste veikė trys teisiškai įregistruoti paplūdimiai (Lampėdžių karjero paplūdimys, Kauno marių I-asis paplūdimys ir Kauno marių II-asis paplūdimys). Mieste, nagrinėjamais metais, taip pat veikė trys gyventojų ir miesto svečių pamėgti, bet teisiškai neįregistruoti paplūdimiai (Panemunės senasis paplūdimys, Panemunės senasis paplūdimys, ties pėsčiųjų tiltu ir Vaišvydavos karjeras) – maudymosi vietos poilsio zonose.

1.4.3. lentelė. Kauno miesto paplūdimiai ir maudymosi vietos poilsio zonose (2012 m. pradžios duomenys)

Eil. Nr.	Maudyklos pavadinimas	Informacija apie paplūdimio įteisinimą, nurodant nutarimą/sprendimą	Pastabos
1.	Lampėdžių karjero paplūdimys	Įteisinta Kauno miesto valdybos 2000-11-28 sprendimo Nr. 1455 „Dėl Kauno paplūdimių detaliųjų planų“	–
2.	Kauno marių I-asis paplūdimys	Įteisinta Kauno miesto valdybos 2000-11-28 sprendimo Nr. 1455 „Dėl Kauno paplūdimių detaliųjų planų“	–
3.	Kauno marių II-asis paplūdimys	Įteisinta Kauno miesto valdybos 2000-11-28 sprendimo Nr. 1455 „Dėl Kauno paplūdimių detaliųjų planų“	–
4.	Panemunės senasis paplūdimys	–	Dažnai lankoma maudymosi vieta (Nemunas)
5.	Panemunės senasis paplūdimys, ties pėsčiųjų tiltu	–	Dažnai lankoma maudymosi vieta (Nemunas)
6.	Vaišvydavos karjeras	–	Dažnai lankoma maudymosi vieta

Šaltinis: Kauno miesto savivaldybės administracijos Aplinkos apsaugos skyrius

Kauno miesto vandens telkiniai yra intensyviai naudojami įvairioms poilsio ir rekreacinės veiklos formoms, pirmiausia maudymuisi. Paplūdimiai įrengiami ten, kur yra tinkamos sąlygos – plati pakrantės juosta

rekreaciniams užsiėmimams, įrenginiams. Ten, kur tinkamų sąlygų įrengti paplūdimio nėra, įrengiamos poilsio zonos, kuriose gyventojai ir miesto svečiai gali ilsėtis ir leisti laisvalaikį. Kiekvienais metais, maudymosi sezono metu, tiek Kauno miesto paplūdimiuose, tiek ir maudymosi vietose poilsio zonose yra atliekami vandens kokybės tyrimai, siekiant užtikrinti vandens higienos normas ir palaikyti visuomenės sveikatingumą.

2011 m. gegužės–rugsėjo mėnesiais atliktų Kauno miesto maudyklų ir maudymosi vietų poilsio zonose tyrimų metu buvo nustatyta, kad švariausi miesto vandens telkiniai yra Lampėdžių karjeras ir Vaišvydavos karjeras. Šiuose vandens telkiniuose vandens kokybė atitiko visas higienos normas. Nors Kauno marių II-ojo paplūdimio ir Panemunės senojo paplūdimio vanduo taip pat atitiko visus higienos normų reikalavimus, tačiau Kauno marių I-ojo paplūdimio ir Panemunės senojo paplūdimio, ties pėsčiųjų tiltu, vandenyje buvo aptikta žarninių lazdelių ir žarninių enterokokų, kurie parodo vandens fekalinį užterštumą ir patekę į burną gali sukelti pavojų žmogaus sveikatai.

1.4.4. lentelė. Kauno miesto vandens telkinių reikšmingumo poilsio ir rekreacijos turizmui įvertinimas

Vandens telkinys	Apibūdinimas	Reikšmė poilsio ir rekreacijos turizmui
Upės ir upeliai		
Nemunas	Nemuno ilgis Kauno miesto ribose yra apie 25 km, plotis 175–400 m. Nemunas, kaip didžiausia Kauno miesto upė, turi visokeriopą įtaką miesto planavimui bei jo gyventojams. Nemunas yra senas vandens kelias, o taip pat yra svarbus rekreaciniu požiūriu (plaukiojimas laivais, buriavimas, maudynės, žūklė). Nemuno pakrantėje (Panemunėje) veikia du Kauno miesto paplūdimiai (teisiškai neįregistruoti).	↑
Neris	Ši upė antra didžiausioji Kauno miesto upė. Ji Kauno miesto teritoriją teka 5,4 km, upės plotis – 125–250 m. Neris yra vandens kelias mažesniems laivams. Upė taip pat svarbi rekreaciniu požiūriu. Visgi vandens užterštumas neleidžia pilnai išnaudoti Neries upės resursų.	↑
Jiesia	Jiesios ilgis – 68,5 km, Kauno miestui tenka tik 3,5 km Jiesios žemupio. Jiesios slėnis miestui svarbus kaip gana natūrali teritorija palyginus su visu miestu. Čia yra saugomas visas gamtinis kompleksas, todėl ribojama žmogaus ūkinė veikla bei statyba. Dešiniojo Jiesios kranto miškai turi nemažą rekreacinį potencialą, jie plotu nenusileidžia Lampėdžių miško parkui. Pati upė turi tik vietinę rekreacinę reikšmę: upė yra negili, maudytis galima tik kai kuriose gilesnėse vietose. Jiesios slėnis kaip vertingas kraštovaizdžio kompleksas turi ir pažintinę reikšmę.	↑
Gyris	Upelio aukštupys prasideda netoli Pergalės gatvės, čia jis patvenktas. Gyris taip pat turi panašaus dydžio intaką Plytupį, kuris taip pat yra užtventtas Aukštuosiuose Kaniukuose, netoli Liepų gatvės. Gyris ir Plytupis yra išgraužę nedidelius slėnius stačiais šlaitais, kurie gausiai apaugę lapuočiais medžiais. Šie upeliai į Kauno miesto teritoriją pateko 1997 m., išplėtus miesto ribas.	↓
Veršva	Upelis prasidedantis Maironiškiuose ir tekantis beveik per vidurį tarp Baltų gavės ir Vakarinės apylankos. Veršva įteka į Nemuną, bet nuo Raudondvario plento iki žiočių yra kanalizuoata. Upelio aukštupyje yra įrengti du tvenkiniai: vienas nedidelis ties Tvenkinio gatve, o kitas iškart už IX forto gavės, didesnis. Šie tvenkinėliai yra labai užteršti buitinėmis atliekomis ir vasarą visiškai užtraukti plūdenomis.	↓
Marvelė	Prasideda Armaniškiuose už Vakarinio lanksto, teka šalia Kazliškių, per Yliškes, šalia Linksmadvario ir įteka į Nemuną truputį žemiau Neries žiočių, turi keletą mažų intakų. Marvelės slėnis siauras. Aukštupyje upelis yra sureguliuotas, natūrali vaga prasideda už Kauno gatvės Tirkliškiuose. Marvelę kerta Julijanavos plentas, Marvelės gatvė ir Kauno gatvė.	↓
Girstupis	Didesnioji upelio dalis yra kanalizuoata, o paviršiuje likusi tik dalis tarp Pašilės ir Popieriaus gatvių, kita dalis Zoologijos sodo teritorijoje bei Mickevičiaus slėnyje. Girstupio slėnis ties Pašilės gatve yra negilus, apaugęs gluosniais, Zoologijos sodo ribose ir žemiau slėnis pagilėja, jis yra gausiai apžėlęs lapuočiais medžiais. Į Girstupį išleidžiama nemažai nutekamųjų vandenų, todėl upelis smarkiai užterštas, turi specifinį kvapą ir yra nenatūralios spalvos.	↓
Sėmena	Kairysis Nemuno intakas. Jis prasideda už Kauno miesto ribų, Dubravos miške. Sėmena teka per žemės ūkio teritorijas, per sodininkų bendriją netoli Prendzeliaivos, kur patvenkti du tvenkiniai, toliau eina lygiagrečiai Vaišvydavos plentui iki Panemunės. Nuo Pušų gatvės iki žiočių upelis yra kanalizuoatas.	↓
Sąnaša	Upeliu eina Kauno miesto riba nuo Naugardiškės iki Karkazų. Tai kairysis Jiesios intakas. Upelio aukštupys kanalizuoatas, į paviršių jis išeina tik už Garliavos gatvės. Upelio slėnis pagilėja už Titnago gatvės. Slėnis apaugęs lapuočiais medžiais. Už geležinkelio Sąnaša teka per gyvenamaisiais namais apstatytą Karkazų teritoriją.	↓
Amalė	Prasideda nuo Biruliškių miško, teka Amalių sodininkų bendrijos riba iki Chemijos gatvės, už kurios iki žiočių yra kanalizuoata. Amalės slėnis smarkiai urbanizuotas, didelė dalis vagos sureguliuota.	↓
Didžiausi dirbtiniai vandens telkiniai		
Kauno marios	Didžiausias Lietuvos vidaus vandens telkinys. Jos suformuotos 1960 m. patvenkus Nemuną. Dabartinis marių plotas yra 63,5 km². Marios – svarbi Kauno miesto rekreacinė teritorija. Čia galima žvejoti, buriuoti, maudytis. Tačiau šio dirbtinio vandens telkinio rekreacinę reikšmę riboja nepatenkinama vandens kokybė vasaros laikotarpiu (nuo vasaros vidurio iki pabaigos), kai dėl organinės taršos marios pradeda intensyviai „žydėti“. Kauno marių pakrantėje veikia du Kauno miesto paplūdimiai.	↑

Vandens telkinys	Apibūdinimas	Reikšmė poilsio ir rekreacijos turizmui
Lampėdžių karjeras	Dirbtinis vandens telkinys atsiradęs iškasus žvyro karjerą Nemuno slėnyje tarp Lampėdžių ir Žemutinių Kaniūkų. Karjeras dar tebėra eksploatuojamas šiaurinėje Lampėdžių pakrantėje. Lampėdis ir jo pakrantės turi didelę rekreacinę reikšmę. Čia veikia vienas didesnių Kauno miesto paplūdimių, todėl karjeras naudojamas poilsiui prie vandens (kaitinimasis saulėje, maudymasis, žaidimai), o taip pat vandens pramogoms ir sportui (irklavimas, ištymasis).	↑
Vaišvydavos karjeras	Karjeras yra pamėgta Kauno miesto gyventojų ir svečių poilsio vieta. Karjero pakrantėse įteisinto paplūdimio nėra, tačiau žmonės maudosi ir ilsisi įrengtoje poilsio zonoje.	↑

Šaltinis: Kauno miesto bendrasis planas (2013–2023 metams)

Rekreacinėms zonoms tinkamiausios teritorijos yra išskiriamos įvertinant pagrindinius rekreacinius – gamtinius elementus: rekreacinius želdynus (parkai, miško parkai, rekreaciniai miškai), išraiškingą reljefą, tinkamas teritorijas paplūdimiams, rekreacijai tinkamas akvatorijas, taip pat įvertinant estetiškai vertingą kraštovaizdį – upių bei kitų vandens telkinių slėnius, šlaitus, kalvas ir kt. Kaip nurodoma Kauno miesto bendrajame plane 2013–2023 m., šiuo metu Kaune galima išskirti dvi poilsiui ir rekreacijai reikšmingas miesto zonų grupes: aukšto potencialo, pritaikytos rekreacijai zonos; aukšto potencialo, tačiau pilnai neįsisavintos bei pakankamai nepritaikytos poilsiui ar turizmui zonos.

1.4.2. pav. Aukšto potencialo poilsio ir rekreacijos zonos Kauno mieste

POILSIO IR REKREACIJOS ZONOS	
AUKŠTO POTENCIALO, PRITAIKYTOS REKREACIJAI ZONOS	AUKŠTO POTENCIALO, NEPAKANKAMAI ĮSISAVINTOS IR PRITAIKYTOS REKREACIJAI ZONOS
Lampėdžių rekreacinė zona	Teritorija Palemone prie Kauno marių
Kleboniško rekreacinė zona	Teritorija Marvelėje
Žaliakalnio rekreacinė zona	Raudondvario zona
Šančių rekreacinė zona	
Panemunės rekreacinė zona	
Pažaislio rekreacinė zona	
Jiesios rekreacinė zona	
Vaišvydavos rekreacinė zona	

Šaltinis: Sudaryta autoriaus remiantis Kauno miesto bendruoju planu (2013–2023 metams)

Aukšto potencialo rekreacinės zonos, pritaikytos ir šiuo metu naudojamos poilsiui ir rekreacijai:

- Lampėdžių rekreacinė zona:**
 - Teritorija:** Lampėdžių gyvenamasis rajonas su miško parku bei pakrantėmis apie Lampėdžių karjerą.
 - Gamtiniai resursai:** akvatorijų dideli plotai (dirbtinis vandens telkinys, Nemuno ir Nevėžio upių atkarpos), pušynas, pievos.

❖ **Rekreacinis panaudojimas:** poilsis prie vandens (kaitinimasis saulėje, maudymasis, žaidimai) ir vandens sportas (irklavimui, ištymuisi).

• **Kleboniško rekreacinė zona:**

- ❖ **Teritorija:** Kleboniško miškas tarp Islandijos plento (šiaurinio apvažiavimo), Neries upės, orinių elektros linijų koridoriaus ir magistralinio kelio į Jonavą.
- ❖ **Gamtiniai resursai:** miško masyvas, kalvotas reljefas, aukšti (apie 40 m) Neries slėnio šiauriniai šlaitai su besitęsiančiomis apačioje pievomis.
- ❖ **Rekreacinis panaudojimas:** sportas, ramus poilsis, pasivaikščiojimas ir bėgiojimas.

• **Žaliakalnio rekreacinė zona:**

- ❖ **Teritorija:** į teritoriją įeina Ažuolynas, Vytauto parkas, Lietuvos kūno kultūros akademijos sporto aikštyno kompleksas, S. Dariaus ir S. Girėno stadionas, A. Mickevičiaus slėnis ir Lietuvos zoologijos sodas.
- ❖ **Gamtiniai resursai:** miesto želdynai (medžiai, krūmai, vejų, gėlynai).
- ❖ **Rekreacinis panaudojimas:** sportas ir kūno kultūra, o taip pat ramus poilsis, pasivaikščiojimas ir bėgiojimas.

• **Šančių rekreacinė zona:**

- ❖ **Teritorija:** Aukštųjų Šančių ažuolynas, Nemuno šlaitų dalis ir žemutinė upės terasa.
- ❖ **Gamtiniai resursai:** rajoninis parkas, buvusi sengirė dalis.
- ❖ **Rekreacinis panaudojimas:** ramus poilsis, pasivaikščiojimas, bėgiojimas.

• **Panemunės rekreacinė zona:**

- ❖ **Teritorija:** Panemunės miško parkas ir Nemuno pakrantės su paplūdimiais.
- ❖ **Gamtiniai resursai:** didelis, gražus, sausas pušynas, banguotas reljefas, erdvūs paplūdimiai.
- ❖ **Rekreacinis panaudojimas:** vaikščiojimas, bėgiojimas (žiemą slidinėjimas), ramus poilsis, poilsis prie vandens (kaitinimasis saulėje, maudymasis, žaidimai).

• **Pažaislio rekreacinė zona:**

- ❖ **Teritorija:** Pažaislio pusiasalis su miško parku ir Kauno marių pakrančių ruožas.
- ❖ **Gamtiniai resursai:** miškas, Kauno marių pakrantės su paplūdimiais.
- ❖ **Rekreacinis panaudojimas:** zonoje yra svarbūs rekreaciniai objektai (jachtklubas, keleivinių laivų prieplauka), todėl ji panaudojama ne tik poilsiui prie vandens – maudymuisi, kaitinimuisi saulėje, bet ir buriavimui, irklavimui.

• **Jiesios rekreacinė zona:**

- ❖ **Teritorija:** zona įeina į Jiesios kraštovaizdžio draustinio sudėtį. Taip pat prie rekreacinės zonos priskiriamos gretimos draustiniui teritorijos.
- ❖ **Gamtiniai resursai:** upės slėnis, augmenija.
- ❖ **Rekreacinis panaudojimas:** zonos paskirtis yra bendro pobūdžio, tai pasivaikščiojimas, bėgiojimas, turizmas.

• **Vaišvydavos rekreacinė zona:**

- ❖ **Teritorija:** tarp Dubravos miško, Vaišvydavos gyvenamojo rajono bei Kauno marių.
- ❖ **Gamtiniai resursai:** Vaišvydavos karjero vandens telkinys bei Kauno marių šlaitai, pakrantės.
- ❖ **Rekreacinis panaudojimas:** vaikščiojimas, ramus poilsis, poilsis prie vandens (kaitinimasis saulėje, maudymasis, žaidimai).

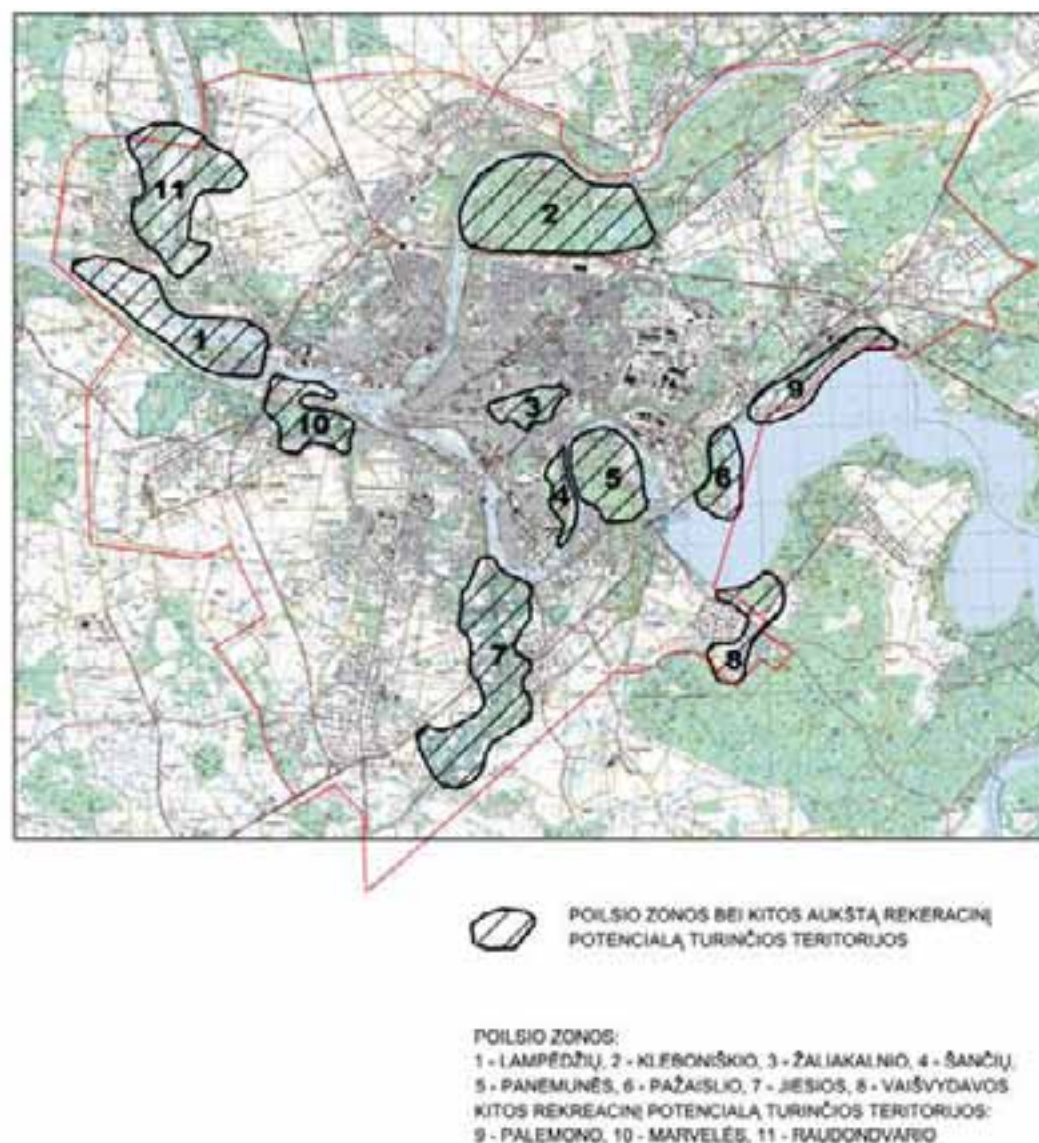
Aukšto potencialo zonos, pilnai neįsisavintos bei pakankamai nepritaikytos poilsiui ar turizmui:

• **Teritorija Palemone prie Kauno marių:**

- ❖ **Teritorija:** Teritorija yra išsidėsčiusi siaurame Kauno marių pakrantės ruože nuo Pažaislio poilsio zonos iki Kruonos upelio įlankos. Dalis šios teritorijos patenka į Kauno marių regioninį parką.
- ❖ **Gamtiniai resursai:** vienas išskirtinių šios teritorijos bruožų yra atsiveriantys estetiškai vertingi Kauno marių vaizdai mažai urbanizuotoje kairėje Kauno marių pusėje.

- ❖ **Rekreacinis panaudojimas:** pagal gamtinius–rekreacinius resursus ši teritorija yra tinkama plačiam ir intensyviai rekreaciniam panaudojimui.
- **Teritorija Marvelėje:**
 - ❖ **Teritorija:** išsidėsčiusi kairėje Nemuno upės pusėje, slėnyje, tarp Aleksoto užstatymo, Šiltnamių gatvės, Nemuno šlaitų ir upės. Į šią teritoriją įeina buvusio Marvelės dvaro sodybos teritorija, žvyro karjerai.
 - ❖ **Gamtiniai resursai:** ši teritorija vertinga smėlėtomis upės pakrantėmis.
 - ❖ **Rekreacinis panaudojimas:** teritorijos rekreacinis panaudojimas daugeliu aspektų priklauso nuo miesto nutekamųjų vandenų valymo įrenginių eksploatacijos.
- **Raudondvario zona:**
 - ❖ **Teritorija:** išsidėsčiusi Nevėžio kraštovaizdžio draustinyje bei gretimose jam teritorijose, ties esamu Raudondvario miesteliu.
 - ❖ **Gamtiniai resursai:** ši teritorija išsiskiria estetiškai vertingu kraštovaizdžiu, kurio pagrindinius elementus sudaro upė, slėnyje esančios pievos, statūs šlaitai.
 - ❖ **Rekreacinis panaudojimas:** pagal gamtinius–rekreacinius resursus ši teritorija yra tinkama rekreaciniam panaudojimui.

1.4.3. pav. Svarbiausios Kauno miesto poilsio zonos bei kitos aukštą rekreacinį potencialą turinčios teritorijos



Šaltinis: Kauno miesto bendrasis planas (2013–2023 metams)

Apibendrinimas. Miesto kraštovaizdžio estetinę vertę lemia gamtinių komponentų – miškų masyvų, upių ir jų slėnių, natūralių ir dirbtinių vandens telkinių, kurie užtikrina biologinę įvairovę ir jos išsaugojimą, gausa. Kauno miestas turtingas gamtiniais ištekiais, kurie sukūrus tinkamą turizmo infrastruktūrą ir suaktyvinus rinkodarinę veiklą, gali būti panaudojami vietinio ir atvykstantojo turizmo plėtrai.

Dideliu rekreaciniu potencialu pasižymi didžiosios Kauno miesto upės – Nemunas ir Neris. Vietinė rekreacinė ir pažintinė reikšmė svarbi Jiesios upė. Svarbiausi rekreaciniu požiūriu dirbtiniai miesto vandens telkiniai – Kauno marios, Lampėdžių ir Vaišvydavos karjerai. Beveik prie visų svarbiausių miesto vandens telkinių veikia įrengti paplūdimiai arba poilsio zonos.

Kiekvienais metais atliekami Kauno miesto maudyklų ir maudymosi vietų poilsio zonose tyrimai rodo, kad švariausi miesto vandens telkiniai yra Lampėdžių ir Vaišvydavos karjerai. Tuo tarpu Nemune ir Kauno mariose, atskirais laikotarpiais, fiksuojamas padidėjęs užterštumas, o tai neigiamai veikia šių vandens telkinių rekreacinį patrauklumą.

Aukšto potencialo, pritaikytos rekreacijai zonos Kauno mieste: Lampėdžių, Kleboniško, Žaliakalnio, Šančių, Panemunės, Pažaislio, Jiesios ir Vaišvydavos rekreacinės zonos. Šių zonų poilsio ir rekreacijos infrastruktūra turėtų būti atnaujinama ir plečiama pirmiausiai, įvertinus esamą zonų išvystymą ir svarbą turizmo plėtrai. Aukšto potencialo, tačiau pilnai neįsisavintos bei pakankamai nepritaikytos poilsui ar turizmui zonos Kauno mieste: teritorija Palemone prie Kauno marių, teritorija Marvelėje, Raudondvario zona. Įvertinus šių zonų pritaikymo poilsui ir rekreacijai galimybes, būtina investuoti į teritorijų turizmo infrastruktūros sukūrimą ir palaikymą.



1.5. KULTŪROS TURIZMO INFRASTRUKTŪRA

Kultūrą galima suprasti kaip tam tikrą vertybių, tikėjimų ir tradicijų bei papročių visumą. Kultūra daro poveikį individų ir socialinių grupių mąstymui bei veiksams, kurie lemia jų gyvenimo būdą. Šiandieninei Lietuvos visuomenei būdingi spartūs politiniai, ekonominiai ir socialiniai pokyčiai – keičiasi mūsų gyvenimas ir vertybės. Tačiau kultūros poreikis, gebėjimas ta kultūra didžiuotis, kurti ir vertinti ją yra kiekvienos visuomenės gyvybingumo prielaida.

2006 m. UNESCO patvirtintame „Baltijos šalių Kultūrinio turizmo politikos dokumente“ kultūrinis turizmas apibrėžiamas, kaip kelionė siekiant pažinti kultūrinę aplinką, įskaitant kraštovaizdžius, vaizduojamąjį ir scenos menus, išskirtinį vietinį gyvenimo būdą, vertybes, tradicijas, įvykius bei kitus kūrybinių ir kultūrinių pokyčių procesus.

Valstybinis turizmo departamentas prie Ūkio ministerijos (toliau – Valstybinis turizmo departamentas) kultūrinį turizmą įvardina, kaip turizmo rūšį, kai keliaujama susipažinti su vietos kultūra (menu, kalba, architektūra, papročiais ir kt.), dalyvauti meno renginiuose.

Kultūrinis turizmas svarbus dėl įvairių priežasčių:

- *Kultūrinis turizmas teigiamai veikia ekonominę ir socialinę sritį.* Ekonominis ir socialinis turizmo poveikis pasireiškia pajamomis, gaunamomis iš kultūrinio turizmo ir su juo susijusių verslų.
- *Kultūrinis turizmas skatina nustatyti ir sustiprinti identitetą.* Tai yra esminis elementas saugant ir skatinant vietinį bei nacionalinį dvasingumą ir pasididžiavimą.

- *Kultūrinis turizmas padeda išsaugoti kultūrinį ir istorinį paveldą.* Turizmas papildo kultūrinį ir istorinį paveldą, suteikdamas galimybę išlaikyti gyvas tradicijas, ir finansuoja paveldo apsaugą, o be to, skatina lankytojus domėtis tuo paveldu.
- *Kultūrinis turizmas stiprina bendradarbiavimą.* Išsamiau pažindami kitų tautų kultūrą geriau vienas kitą suprantame ir kyla noras bendradarbiauti.
- *Kultūrinis turizmas remia pačią kultūrą.* Kultūrinis turizmas kultūrai duoda papildomų pajamų, o tai yra labai svarbi parama pačiai kultūrai.

Muziejai. Kauno miesto kultūrinis gyvenimas turi galias tradicijas, ypač išplėtotas tarpukario Lietuvoje, Kaunui esant laikinąja sostine. Kaunas – lietuviško teatro, operos, muziejų lopšys, pirmųjų dainų švenčių vieta. Miestas pasižymi dideliu kultūros įstaigų ir organizacijų, atliekančių svarbų vaidmenį miesto kultūriniame gyvenime, skaičiumi.

1.5.1. lentelė. Kauno mieste veikiančys muziejai (2012 m. pradžios duomenys)

Eil. Nr.	Muziejaus pavadinimas	Adresas
Nacionaliniai muziejai		
1.	Nacionalinis M. K. Čiurlionio dailės muziejus	V. Putvinskio g. 55, Kaunas
Padaliniai:		
1.1.	M. K. Čiurlionio dailės galerija	V. Putvinskio g. 55, Kaunas
1.2.	Mykolo Žilinsko dailės galerija	Nepriklausomybės a. 12, Kaunas
1.3.	Kauno paveikslų galerija	K. Donelaičio g. 16, Kaunas
1.4.	Istorinė LR Prezidentūra	Vilniaus g. 33, Kaunas
1.5.	Velnių muziejus	V. Putvinskio g. 64, Kaunas
1.6.	Keramikos muziejus	Rotušės a. 15, Kaunas
1.7.	Adelės ir Pauliaus Galaunių namai	Vydūno al. 2, Kaunas
1.8.	A. Žmuidzinavičiaus kūrinių ir rinkinių muziejus	V. Putvinskio g. 64, Kaunas
1.9.	Liudo Truikio ir Marijonos Rakauskaitės memorialinis muziejus	E. Fryko g. 14, Kaunas
1.10.	Juozo Zikaro memorialinis muziejus	J. Zikaro g. 3, Kaunas
Respublikiniai muziejai		
1.	Kauno IX forto muziejus	Žemaičių pl. 73, Kaunas
2.	Kauno Tado Ivanausko zoologijos muziejus	Laisvės al. 106, Kaunas
3.	Lietuvos aviacijos muziejus	Veiverių g. 132, Kaunas
4.	Lietuvos švietimo istorijos muziejus	Vytauto pr. 52, Kaunas
5.	Maironio lietuvių literatūros muziejus	Rotušės a. 13, Kaunas
Padaliniai:		
5.1.	Balio ir Vandos Sruogų namai-muziejus	B. Sruogos g. 21, Kaunas
5.2.	Juozo Grušo memorialinis muziejus	Kalniečių g. 93, Kaunas
5.3.	Juozo Tumo-Vaižganto memorialinis muziejus	Aleksoto g. 10-4, Kaunas
5.4.	Salomėjos Nėries memorialinis muziejus	S. Nėries g. 7, Kaunas
5.5.	Vaikų literatūros muziejus	K. Donelaičio g. 13, Kaunas
6.	Vytauto Didžiojo karo muziejus	K. Donelaičio g. 64, Kaunas
Savivaldybės muziejai		
1.	Kauno miesto muziejus	M. Valančiaus g. 6, Kaunas
Padaliniai:		
1.1.	Tremties ir rezistencijos ekspozicija	Vytauto pr. 46, Kaunas
1.2.	Muziejus Kauno pils	Pilies g. 17, Kaunas
2.	M. ir K. Petrauskų lietuvių muzikos muziejus	K. Petrausko g. 31, Kaunas
Padaliniai:		
2.1.	Juozo Gruodžio memorialinis muziejus	Salako g. 18, Kaunas
3.	Povilo Stulgos lietuvių tautinės muzikos instrumentų muziejus	L. Zamenhofo g. 12, Kaunas
Žinybiniai muziejai		
1.	Kauno lėlių teatro muziejus	Laisvės al. 87 a, Kaunas
2.	Kauno technologijos universiteto muziejus	K. Donelaičio g. 73, Kaunas
3.	Lietuvos banko Pinigų muziejaus filialas Kaune	Maironio g. 25, Kaunas
4.	Lietuvos medicinos ir farmacijos istorijos muziejus	Rotušės a. 28, Kaunas
5.	Lietuvos sporto muziejus	Muziejaus g. 7, 9, Kaunas

Eil. Nr.	Muziejaus pavadinimas	Adresas
6.	Lietuvos šaulių sąjungos muziejus	Laisvės al. 34, Kaunas
7.	„Stumbro“ muziejus	K. Būgos g. 7, Kaunas
8.	S. ir S. Lozorių muziejus	Vytauto Didžiojo universitetas. K. Donelaičio g. 58-8, Kaunas
9.	Muziejinė ekspozicija, įrengta Pažaislio vienuolyno pietinėje oficine	T. Masiulio g. 31, Kaunas
Viešųjų įstaigų		
1.	Kauno tvirtovės VII fortas	Archyvo g. 61, Kaunas
2.	Ryšių istorijos muziejus	Rotušės a. 19, Kaunas
Privatūs muziejai		
1.	Brangakmenių (Gemologijos) muziejus	Zamenhofo / Kurpių g. 13, Kaunas
Visuomeniniai muziejai		
1.	Visuomeninis Tarptautinės policijos asociacijos Lietuvos skyriaus Kauno poskyrio muziejus	Gedimino g. 8, Kaunas
Kiti muziejai		
1.	Anatomijos instituto muziejus	Lietuvos sveikatos mokslų universitetas, A. Mickevičiaus g. 9, Kaunas
2.	Sugiharos namai	Vaižganto g. 30, Kaunas

Šaltinis: www.muziejai.lt

2012 m. pradžioje Kauno mieste veikė nacionalinis muziejus, 6 respublikiniai muziejai, 3 savivaldybės muziejai, 9 žinybiniai muziejai, 2 viešųjų įstaigų muziejai, 1 privatus muziejus, 1 visuomeninis muziejus ir 2 kito pobūdžio muziejai. Mieste taip pat veikė 10 Nacionalinio M. K. Čiurlionio dailės muziejaus padalinių, 5 Maironio lietuvių literatūros muziejaus padaliniai, 2 Kauno miesto muziejaus padaliniai ir 1 M. ir K. Petrauskų lietuvių muzikos muziejaus padalinys. Be šių muziejų Kauno mieste taip pat veikė 30 mokyklų muziejų. Šie muziejai garsina Kauną ir pritraukia turistus ne tik iš Lietuvos, bet ir užsienio.

Kauno miestą garsinantis Nacionalinis M. K. Čiurlionio dailės muziejus yra seniausias ir didžiausias dailės muziejus Lietuvoje. Muziejus renka, saugo, tyrinėja ir populiarina M. K. Čiurlionio (1875–1911) kūrybą. Muziejaus padaliniai: M. K. Čiurlionio dailės galerija, Mykolo Žilinsko dailės galerija, Kauno paveikslų galerija, Istorinė LR Prezidentūra, Vėlinių muziejus, Keramikos muziejus, Adelės ir Pauliaus Galaunių namai, A. Žmuidzinaičiaus kūrinių ir rinkinių muziejus, Liudo Truikio ir Marijonos Rakauskaitės memorialinis muziejus, Juozo Zikaro memorialinis muziejus.

Reikšmingi miesto turizmo plėtrai ir respublikiniai muziejai. Kauno IX forto muziejus formuoja rinkinius, atspindinčius atskirus IX forto istorijos laikotarpius. Kauno Tado Ivanausko zoologijos muziejuje eksponuojami praktiškai visi Lietuvos stuburiniai gyvūnai, gausios egzotinės gyvūnijos, medžioklės trofėjų kolekcijos. Lietuvos aviacijos muziejaus rinkiniuose kaupiami technikos eksponatai, kurių didžioji dalis yra Lietuvos aviacijos istorijos paminklai. Lietuvos švietimo istorijos muziejaus ekspozicija supažindina visuomenę su švietimo raida Lietuvoje nuo valstybės kūrimosi pradžios XIII a. iki 1990 m. Vytauto Didžiojo karo muziejaus rinkinį sudaro archeologiniai radiniai, šaltieji ir šaunamieji ginklai, amunicijos rinkiniai, pasakojantys apie Lietuvos valstybės ir karybos istorijos raidą; „Lituanicos“ skrydžio per Atlantą daiktai ir dokumentai, fotonegatyvų ir fotonuotraukų kolekcijos; užsienio valstybių kariuomenių uniformų kolekcija, dokumentų ir knygų rinkinys. Maironio lietuvių literatūros muziejaus eksponatai aprėpia visą Lietuvos raštijos laikotarpį – nuo Martyno Mažvydo iki šių dienų. Šis muziejus turi penkis padalinius: Balio ir Vandos Sruogų namai-muziejus, Juozo Grušo memorialinis muziejus, Juozo Tumo-Vaižganto memorialinis muziejus, Salomėjos Nėries memorialinis muziejus, Vaikų literatūros muziejus.

Kauno miestą garsina savivaldybės muziejai. Kauno miesto muziejaus ekspozicija supažindina su Kauno miesto istorija nuo seniausių laikų iki 1940 m. Muziejus turi du padalinius – Tremties ir rezistencijos ekspoziciją ir Kauno pilies muziejų. M. ir K. Petrauskų lietuvių muzikos muziejus, tai memorialinis butas atspindintis M. ir K. Petrauskų gyvenimą ir kūrybą. Muziejus turi padalinį – Juozo Gruodžio memorialinis muziejų. Povilo Stulgos lietuvių tautinės muzikos instrumentų muziejuje eksponuojami visi lietuvių liaudies pučiamieji instrumentai.

Išskirtinėmis ir įdomiomis ekspozicijomis taip pat pasižymi ir mažesni Kauno miesto muziejai: Kauno lėlių teatro muziejus, Kauno technologijos universiteto muziejus, Lietuvos banko Pinigų muziejaus filialas Kaune, Lietuvos medicinos ir farmacijos istorijos muziejus, Lietuvos sporto muziejus, Lietuvos šaulių sąjungos muziejus, „Stumbro“ muziejus, S. ir S. Lozorių muziejus, Muziejinė ekspozicija, įrengta Pažaislio vienuolyno pietinėje oficine, Kauno tvirtovės VII fortas, Ryšių istorijos muziejus, Brangakmenių (Gemologijos) muziejus, Visuomeninis Tarptautinės policijos asociacijos Lietuvos skyriaus Kauno poskyrio muziejus, Anatomijos instituto muziejus ir Sugiharos namai.

Dar vienas Kauno miesto turizmui svarbus muziejus – Lietuvos liaudies buities muziejus. Lietuvos liaudies buities muziejus – tai ekspozicija po atviru dangumi. Muziejaus pagrindą sudaro gyvenamieji ir ūkiniai pastatai, perkelti iš įvairių Lietuvos regionų – Aukštaitijos, Suvalkijos, Dzūkijos, Žemaitijos, Mažosios Lietuvos. Jie sugrupuoti į kompleksus: sodybas, nedidelius kaimus, miestelį. Pastatai atskleidžia įvairių laikotarpių ir socialinių sluoksnių pastatų būdingiausias stilistines savybes, išplanavimus, konstrukcijas, dekorų elementus. Šis muziejus, nors ir išsidėstęs Rumšiškėse, Kaišiadorių rajone, pritraukia į Kauną turistus, kurie nori susipažinti ne tik su įvairių laikotarpių Lietuvos liaudies buitimi, bet ir su Kauno miesto istoriniais ir kultūriniais objektais.

Kauno mieste veikiantys muziejai yra svarbūs kultūrinio turizmo traukos objektai. Nacionalinis, respublikiniai ir savivaldybės muziejai savo ekspozicijų gausa yra žinomi visoje Lietuvoje, o taip pat pritraukia užsienio turistus. Miestui taip pat svarbūs ir kiti muziejai, atspindintys Lietuvos ir Kauno miesto istoriją, visuomenės veikėjų veiklą, gamtos, mokslo ir technologijų raidą ir t.t.

1.5.2. lentelė. Muziejus aplankiusių žmonių skaičius 2007–2010 m., tūkst.

Miestas / Metai	2007	2008	2009	2010	Pokytis 2007-2010 m.
Kauno m. sav.	458	458	367	388	-15,3
Klaipėdos m. sav.	591	570	401	352	-40,4
Panevėžio m. sav.	18	19	15	16	-11,1
Šiaulių m. sav.	71	73	69	140	97,2
Vilniaus m. sav.	534	562	677	678	27,0

Šaltinis: Statistikos departamentas

2007–2010 m. Kauno miesto muziejus aplankiusių žmonių skaičius kito netolygiai: 2007–2008 m. miesto muziejus aplankė po 458 tūkst. žmonių, 2009 m. – 367 tūkst. žmonių, o 2010 m. – 388 tūkst. žmonių. 2010 m. duomenis, palyginus su 2007 m. duomenimis, muziejus aplankiusių žmonių skaičius Kauno mieste sumažėjo 15,3 proc. Visgi, nepaisant mažėjančio muziejų lankomumo, 2010 m. Kauno miesto muziejai buvo vieni lankomiausių šalyje, t.y. Kauno miestą, pagal muziejų lankomumą, lenkė tik Vilniaus miestas (2010 m. Vilniaus miesto muziejus aplankė 678 tūkst. asmenų).

Muziejaus traukos priemonė yra jo aplinka, personalo suteikiamų paslaugų kokybė, paslaugumas, informacijos prieinamumas. Papildomi muziejuose vykdomi užsiėmimai, kaip edukacinės programos, teigiamai veikia turistus ir artimiau supažindina juos su vietos praeitimi, svarbiausiais istorijos įvykiais. Muziejai galėtų būti susibūrimo vieta ir / ar vieta, kur siūlomi kiti kelionių maršrutai, teikiama informacija apie turistus dominančias paslaugas (restoranai, transportas, amatininkų produkcija ir kt.).

Galerijos. Kūryba žmogaus gyvenime yra ypatingas, išskirtinės svarbos reiškinys. Tai gali būti tiek laisvalaikio skirtas mėgstamas užsiėmimas, tiek ir savęs išraiška, atitrūkstant nuo kasdinių rūpesčių, atsipalaiduojant, atgaunant vidinę pusiausvyrą. Meno galerijos ir parodų salės – vieta, kurioje menininkai gali eksponuoti savo darbus ir atskleisti savo gebėjimus. Meno galerijose atsiskleisti gali ir jauni menininkai, ir tie, kurių meniniai gebėjimai jau yra įvertinti ir pripažinti.

1.5.3. lentelė. Kauno miesto galerijos ir parodų salės (2012 m. pradžios duomenys)

Eil. Nr.	Galerijos pavadinimas	Adresas
1.	„Meno pasažas“	Vilniaus g. 38, Kaunas
2.	Grafikos galerija	Kurpių g. 13, Kaunas
3.	„Meno parkas“	Rotušės a. 27, Kaunas
4.	Galerija „Kauno langas“	Valančiaus g. 5, Kaunas
5.	„Kiemas“ galerija	Vilniaus g. 10-7, Kaunas
6.	„Eglės“ galerija	M. Valančiaus g. 25, Kaunas
7.	Kauno fotografijos galerija	Rotušės a. 1 / Vilniaus g. 2, Kaunas
8.	„Meno namai“	Vilniaus g. 13, Kaunas
9.	„Monos“ galerija	Laisvės al. 50, Kaunas
10.	Tekstilinių ir dailininkų gildijos galerija	M. Valančiaus g. 21, Kaunas

Šaltinis: Kauno miesto savivaldybės administracijos Kultūros skyrius

2012 m. pradžioje Kauno mieste veikė 10 meno galerijų ir parodų salių. Kauno miesto meno galerijose ir parodų salėse eksponuojami įvairūs profesionalių menininkų tapybos, grafikos, skulptūros, keramikos, fotografijos, tekstilės, stiklo ir kiti dirbiniai. Galerijose miesto gyventojai ir svečiai gali įsigyti autentiškų, Lietuvos kultūrą ir tradicijas atspindinčių, o taip pat modernaus meno kūrinių.

Kaune veikia 7 Lietuvos kūrybinių sąjungų Kauno skyriai: Lietuvos dailininkų sąjungos, Lietuvos fotomenininkų sąjungos, Lietuvos architektų sąjungos, Lietuvos rašytojų sąjungos, Lietuvos kompozitorių sąjungos, Lietuvos žurnalistų sąjungos, Lietuvos teatro sąjungos. Šios sąjungos, atstovaudamos menininkų interesus, prisideda prie meno sklaidos mieste ir Kauno miesto kultūrinio patrauklumo augimo.

Kultūros paveldas. Kauno miestas svarbus ne tik savo istorine reikšme, bet ir kultūrinio paveldo gausa. Skirtingi laikmečiai Kauno miesto istorijoje padarė didelę įtaką visai Kauno miesto urbanistinei–architektūrinei struktūrai.

Remiantis Kultūros vertybių registro 2012 m. 02 mėn. duomenimis, Kauno mieste yra 1232 kultūros paveldo objektai, iš jų 1043 objektai priskiriami nekilnojamiems, o 189 – kilnojamiems kultūros paveldo objektams. Pagal kilnojamų ir nekilnojamų kultūros paveldo objektų skaičių Kauno miestą lenkia tik Vilniaus miestas, kuriame 2012 m. 02 mėn. duomenimis, Kultūros vertybių registre buvo įregistruoti 3541 kultūros paveldo objektai (iš jų – 2524 – nekilnojami ir 1017 kilnojami kultūros paveldo objektai).

1.5.4. lentelė. Kultūros paveldo objektų skaičius didžiausiuose šalies miestuose (2012 m. 02 mėn. duomenys)

Miestas / Metai	Kilnojamas	Kilnojamojo kultūros paveldo objektų dalis, nuo viso kultūros paveldo objektų skaičiaus mieste, proc.	Nekilnojamas	Nekilnojamojo kultūros paveldo objektų dalis, nuo viso kultūros paveldo objektų skaičiaus mieste, proc.	Iš viso
Kauno m. sav.	189	15,3	1043	84,7	1232
Klaipėdos m. sav.	3	0,8	397	99,2	400
Panevėžio m. sav.	33	14,0	202	86,0	235
Šiaulių m. sav.	0	0,0	113	100,0	113
Vilniaus m. sav.	1017	28,7	2524	71,3	3541

Šaltinis: Kultūros vertybių registras. Prieiga <http://kvr.kpd.lt/heritage/>

Didžiausią potencialą turinčios kultūrinio turizmo vystymo teritorijos Kauno mieste yra: Senamiestis, Naujamiestis, Žaliakalnis, Kauno Žaliakalnio 1-oji.

1.5.5. lentelė. Didžiausią kultūrinio turizmo potencialą turinčios Kauno miesto kultūros paveldo teritorijos

Paveldo objektas	Unikalūs Nr.	Apibūdinimas
Senamiestis	20171	Įregistruotas LR Nekilnojamųjų kultūros vertybių registre 1993-05-31. Teritorijos plotas – 993546 kv. m. Pagrindiniai Senamiesčio teritorijos kraštovaizdžio kompoziciniai elementai – Neries ir Nemuno slėnių formuojama erdvė bei joje istoriškai susiformavusi Senamiesčio urbanistinė struktūra. Teritorijos kompozicinį branduolį sudaro sakraliniai pastatai bei Kauno rotušė – vertingiausios miesto įvaizdžio dominantės, susitelkę vakarinėje Senamiesčio dalyje ir iškilusios 2–3 kartus aukščiau foninio užstatymo.
Kauno miesto istorinė dalis, vadinama Naujamiščiu	22149	Įregistruota LR Nekilnojamųjų kultūros vertybių registre 1999-10-28. Teritorijos plotas – 1184300 kv. Naujamiestyje skirtingu laiku susiformavo vertingi urbanistinės struktūros kompleksai, pastatų grupės, kurios atspindi įvairius laikotarpius: 1847–1915 m. – Kauno gubernijos carinės Rusijos valdžioje, 1918–1940 m. – nepriklausomos Lietuvos respublikos, 1945–1990 m. – sovietų valdžios, po 1990 m. – atkurtos nepriklausomos Lietuvos respublikos.
Kauno miesto istorinė dalis, vadinama Žaliakalniu	22148	Įregistruota LR Nekilnojamųjų kultūros vertybių registre 1995-01-01. Teritorijos plotas – 609198 kv. m. Teritorijai būdingi mažaukščiai mūriniai namai ir žalieji plotai. Sovietmečiu kai kuriose teritorijos vietose buvo pastatyti stambūs pastatai (daugiabučiai, bendrabučiai), kurie pažeidė teritorijos „miesto–sodo“ urbanistinę struktūrą. Dabar teritorijoje esančių medinių namų būklė blogėja, vietoje susidėvėjusių statinių statomi nauji, nesuderinami su istorine aplinka. Jeigu šios tendencijos stiprės ir vietoje senųjų namų bus statomi nauji, nors formaliai ir nepažeidžiantys reglamento reikalavimų namai, ši unikali miesto dalis praras savitumą.
Miesto istorinė dalis, vadinama Žaliakalnio 1-oji	31280	Įregistruota LR Nekilnojamųjų kultūros vertybių registre 2007-07-23. Teritorijos plotas – 79,916 ha. Teritorijos savitumą formuoja mūriniai ir mediniai sodybinio ir vilų pobūdžio namai, sporto statinių kompleksas, jų tarpe sporto halė, specifinės paskirties objektas – vandentiekio stoties kompleksas ir kt. Dalis pastatų projektuota žymių architektų. Teritorijoje yra Kauno tvirtovės objektų, laiptai šlaituose, želdynai ir želdiniai – Vytauto kalno šlaitai, Vytauto parkas, ažuolai, teritorija faktiškai yra Ažuolyno dalis. Teritorijoje yra statoma mažai. Skirtingai nuo Žaliakalnio dalies čia nedaug tuščių, apleistų pastatų.

Šaltinis: Kauno miesto bendrasis planas (2013–2023 metams); Kultūros vertybių registras (prieiga <http://kvr.kpd.lt/heritage/>)

Kiti kultūrinio turizmo plėtrai svarbūs Kauno miesto kultūros paveldo objektai (**objektai pateikti prioriteto tvarka, įvertinus jų svarbą miesto turizmo plėtrai**):

- Svarbūs sakraliniai objektai:** Pažaislio kamaldulių vienuolynas, Šv. apašt. Petro ir Povilo Arkikatedra Bazilika, Švč. M. Marijos Ėmimo į dangų bažnyčia (vad. Vytauto Didžiojo), Kristaus Prisikėlimo bažnyčia, Šv. Mykolo Arkangelo–Jugulos bažnyčia, Šv. Pranciškaus Ksavero bažnyčia, Jėzuitų vienuolyno kompleksas, Šv. Jurgio kankinio bažnyčia, Šv. Gertrūdės bažnyčia, Šv. Kryžiaus bažnyčios ir karmelitų vienuolyno ansamblis, Kauno Bernardinų vienuolynas, Dominikonų vienuolyno ansamblis, Namų ir buvusios Evangelikų-liuteronų bažnyčios kompleksas, Šv. Mikalojaus bažnyčia, Mečetė, Dievo kūno bažnyčia.
- Svarbūs fortai:** Kauno tvirtovės 9-asis fortas, Kauno tvirtovės 7-asis fortas ir Kauno tvirtovės 6-asis fortas.
- Svarbios lankytinos vietos:** Kauno rotušė, Kauno pilis, Vytauto Didžiojo karo ir Nacionalinio M. K. Čiurlionio dailės muziejų rūmai, Žaliakalnio funikulierius, Prezidentūros rūmai, Kauno valstybinis muzikinis teatras, Aleksoto funikulieriaus statinių kompleksas, LDK Vytauto paminklas, Laisvės paminklas, Kariliono ir laikrodžio bokštas, Vytauto Didžiojo tiltas.

Apibendrinimas. Kultūros išteklių panaudojimas turizmui yra efektyvi kultūros išteklių išsaugojimo ir propagavimo priemonė. Kultūrinis turizmas prisideda prie tautos identiteto stiprinimo, tradicijų ir papročių išsaugojimo, o taip pat finansuoja pačią kultūrą bei kultūros paveldo apsaugą. Kultūrinis turizmas skatina domėtis šalies istorija ir kultūra užsienio turistus, o taip pat primena senąsias tradicijas bei papročius vietos gyventojams.

Kauno mieste veikia nacionalinio, respublikinio ir savivaldybės lygmens muziejai, meno galerijos ir parodų salės, išryškinančios Kauno miesto istorinį ir kultūrinį savitumą bei traukiančios turistus ne tik iš Lietuvos, bet ir iš užsienio valstybių. Miesto kultūrinio kraštovaizdžio savitumą lemia unikalios gamtinės sąlygos – Neries ir Nemuno upių santakos slėniai su natūraliais šlaitais ir slėniuose išsidėsčiusiomis istoriškai svarbiomis urbanistinėmis ir architektūrinėmis struktūromis.

Į Kultūros vertybių registrą įtraukti Kauno mieste esantys ir lankymui pritaikyti kultūros paveldo objektai didina miesto patrauklumą bei traukia turistus. Kauno miesto savivaldybės teritorijoje vyrauja urbanistikos ir statinių bei statinių kompleksų nekilnojamas kultūros paveldas. Didžiausios kultūros paveldo objektų – statinių ir statinių kompleksų sankaupos yra Senamiestyje ir Naujamiestyje. Mieste taip pat yra žymių žmonių kapų ir antkapinių paminklų sankaupos.

Kauno mieste esantys kultūros paveldo objektai yra svarbūs ne tik išliekamąja verte, bet ir kaip turizmo mastui ir intensyvumui darantys įtaką veiksniai. Kultūriniai ištekliai sudaro galimybę pažinti miesto istoriją, tradicinę gyvenseną, papročius, pažinti kūrybinių ir kultūrinių procesų pokyčius, sudaro prielaidas turizmo infrastruktūros ir paslaugų plėtrai. Objektus galima pritaikyti kompleksinei turizmo veiklai, kaip apgyvendinimo, maitinimo, aktyvaus poilsio ir kitos veiklos organizavimui, sukuriant didesnę pridedamąją turizmo vertę.



1.6. AKTYVAUS POILSIO TURIZMO INFRASTRUKTŪRA

Aktyvus poilsis yra įvairi fizinė veikla, padedanti įveikti nuovargį ir atgauti jėgas, pavyzdžiui, sportas, žaidimai, fizinis darbas, šokiai ir pan. Kauno mieste aktyviai poilsį galima praleisti: važinėjant dviračiu, sportuojant, žaidžiant aktyvius, visame pasaulyje populiarius žaidimus, čiuožinėjant ledose, skraidant pramoginiu lėktuvu, oro balionu, parasparniu ir kt.

Važinėjimas dviračiais. Važinėjimas dviračiais yra viena populiariausių aktyvaus poilsio praleidimo formų Lietuvoje. Važinėti dviračiu yra sveika, nes važiuodamas dviratininkas aktyviai treniruojasi. Dviračiai neteršia oro, todėl nedaro jokios žalos aplinkai. Energetiniu požiūriu, dviračiai yra pripažinti kaip ekonomiškiausia susisiekimo priemonė.

Detalesnis dviračių trasų apibūdinimas Kauno mieste:

- **Panemunės šilo dviračių takas:**
 - ❖ **Vieta.** Takas nutiestas esamais Panemunės šilo pėsčiųjų takais, kurių žvyro dangą buvo padengta asfaltu. Takas veda nuo Vilkų g. iki Birutės al.
 - ❖ **Būklė.** Tako dangos kokybė – labai gera, dalis jo apšviesta. Yra įrengti suoliukai.
 - ❖ **Ilgis ir plotis.** Tako ilgis – 5,24 km, plotis – 2 m.
- **Lampėdžių–Vilijampolės dviračių takas:**
 - ❖ **Vieta.** Takas susideda iš sektorių: Lampėdžių parko dviračių takų, toliau takas eina Vilijampolės gatvelėmis – Kulautuvos, Jovarių, Gervių, taip pat Nemuno pakrante, toliau – palei Brastos gatvę.

- Takas atsiremia į Vilijampolės tiltą, už kurio įsijungia į Senamiesčio dviračių takų sistemą.
 - ❖ **Būklė.** Būklė gera. Tako dangą asfaltas. Dalį tako numatyta apšviesti.
 - ❖ **Ilgis ir plotis.** Tako ilgis – 4,5 km. Tako plotis gatvelėse – 1,2 m, kitur – 2 m.
- **Senamiesčio–Laivės alėjos dviračių takas:**
 - ❖ **Vieta.** Takas eina Vilniaus gatve nuo Rotušės aikštės, Laivės alėja iki Vytauto parko. Yra įrengti užvažiavimai į Vytauto kalną esamais šlaito takais bei nauja trasa.
 - ❖ **Būklė.** Atkarpa, kuria užvažiuojama į Vytauto kalną yra labai stati ir beveik nenaudojama. Takas nužymėtas dažais ant esamo grindinio, Vilniaus gatvėje – ant apvalių akmenų grindinio, Laivės alėjoje – ant betono trinkelų.
 - ❖ **Ilgis ir plotis.** Tako ilgis – 2,9 km, plotis 2–3 m., šlaito sektoriaus tako ilgis – 0,3 km, plotis – 1,5 m.
- **Panemunės–Senamiesčio dviračio takas:**
 - ❖ **Vieta.** Nutiestas Nemuno krantine nuo Panemunės tilto pro Geležinkelio ir M. K. Čiurlionio tiltus, Nemuno salą, Aleksoto tiltą iki Senamiesčio, kur susijungia su Santakos parko dviračių takais.
 - ❖ **Būklė.** Trasos atkarpa tarp Panemunės tilto ir M. K. Čiurlionio tilto (3,5 km) yra padengta asfalto dangą, jos kokybė – gera. Atkarpa tarp M. K. Čiurlionio tilto ir Senamiesčio (3,5 km) yra išklota betono plokštėmis, kurios yra suskeldėjusios, apaugusios žolėmis. Ši atkarpa dviračių eismui beveik nenaudojama.
 - ❖ **Ilgis ir plotis.** Visas tako ilgis – 7 km, plotis 2–3 m.
- **Klebonišio šilo dviračių takas:**
 - ❖ **Vieta.** Tai bendras pėsčiųjų ir dviračių takas, kai kuriose atkarpose einantis su autotransporto eismu.
 - ❖ **Būklė.** Tako kokybė patenkinama, nemažose atkarpose – bloga: daug išdaužytų duobių, plyšių.
 - ❖ **Ilgis ir plotis.** Tako ilgis – 8,5 km, plotis 2,5–3 m.
- **Jonavos gatvės dviračių takas:**
 - ❖ **Vieta.** Tai bendras pėsčiųjų ir dviračių takas einantis išilgai Jonavos gatvės ir vedantis į Klebonišio šilą.
 - ❖ **Būklė.** Tako dangą – asfaltas, takas su plyšiais, jo kokybė patenkinama. Takas yra monotoniškas, be suoliukų, apšviestas gatvės žibintais.
 - ❖ **Ilgis ir plotis.** Tako ilgis – 4,5 km, plotis – 2,5 m.
- **Baltų prospekto įkalnės dviračių takas:**
 - ❖ **Vieta.** Dviračio tako juosta eina magistralinės gavės šaligatvyje.
 - ❖ **Būklė.** Tako kokybė patenkinama. Tako trūkumas – didelė, apie 5 proc. nuolydžio, 0,4 km ilgio įkalnė. Takas apšviestas gatvės šviestuvais.
 - ❖ **Ilgis ir plotis.** Tako ilgis – 1,2 km, plotis – 2,5 m.
- **Draugystės, Kalniečių ir Klebonišio miško parkų dviračio jungtis:**
 - ❖ **Vieta.** Dalis tako – bendri pėsčiųjų ir dviračių takai, nutiesti atskirai nuo gatvių (Kalniečių ir Draugystės parkuose), dalis – dviračių juostos šaligatviuose šalia vietinių privažiavimų.
 - ❖ **Būklė.** Takas – asfalto dangos, kokybė – nuo geros iki blogos (duobės, plyšiai). Nėra nuvažų nuo šaligatvių, juostos ant šaligatvių nepažymėtos ar nusitrynę. Takas apšviestas parko ar kvartalų šviestuvais.
 - ❖ **Ilgis ir plotis.** Tako ilgis – 3,6 km, plotis – 1,5–2,5 m.
- **Tvirtovės alėjos, J. Basanavičiaus, Radvilėnų plento ir Aušros g. dviračių takas:**
 - ❖ **Vieta.** Tako pradžia ties Varnių tiltu. Tai dviračių takas gatvių gabarite prie šaligatvių, išskyrus Tvirtovės al.
 - ❖ **Būklė.** Takas juostomis nepažymėtas. Dangos kokybė patenkinama. Dviratininkams trukdo abipus sustatyti automobiliai Aušros g. (nors kelio ženklai tai draudžia daryti). Trasos trūkumas – ilga, apie 0,9 km ilgio, įkalnė. Trasa apšviesta gatvės žibintais.
 - ❖ **Ilgis ir plotis.** Trasos ilgis – 4,0 km, plotis – apie 1,5 m.
- **Studentų gatvės–Panemunės šilo jungtis:**

- ❖ **Vieta.** Dalis trasos eina bendrais pėsčiųjų ir dviračių takais, dalis yra dviračių juostos šaligatviuose, trasa eina per Nemuną – pėsčiųjų tiltu.
- ❖ **Būklė.** Trasa nenužymėta, nuvažos nuo šaligatvių neįrengtos, naudojamos pažymėtomis pėsčiųjų perėjomis. Dangos kokybė įvairi – nuo geros iki patenkinamos. Trasa apšviesta gatvės žibintais.
- ❖ **Ilgis ir plotis.** Trasos ilgis – 1,2 km, plotis – 1,5–2 m.

- **Prancūzų gatvės dviračių takas:**

- ❖ **Vieta.** Trasa eina nuo Breslaujos gatvės iki Panemunės tilto. Trasa eina pėsčiųjų takų žaliuosiuose plotuose.
- ❖ **Būklė.** Dangos kokybė – patenkinama, kai kur bloga (išardytos plytelės). Trasa apšviesta gatvės žibintais.
- ❖ **Ilgis ir plotis.** Trasos ilgis – 1,8 km, plotis – 1,5–2 m.

Dviračių turizmą ribojantys veiksniai Kauno mieste (sudaryta remiantis Kauno miesto dviračių takų specialiuoju planu): sudėtingas Kauno miesto reljefas, didelis (40 m) aukščių skirtumas; nepalankus, dažnai darganotas ir vėsūs oras; nepakankamai išplėtotas dviračių takų tinklas, trūksta saugojimo vietų ir dviračių laikymo patalpų; dviratis laikomas neprestižine transporto priemone, tinkama daugiau paaugliams; važinėti dviračiais nesaugu dėl esamos kultūros stokos, o taip pat bendros kriminalinės situacijos.

Dviračių turizmą galėtų skatinanti (sudaryta remiantis Kauno miesto dviračių takų specialiuoju planu): automobilių eismo apribojimai miesto centrinėje dalyje ir kitose visuomeninėse zonose; automobilių eismo apribojimai miesto rekreacinėse teritorijose; autotransporto sukeltas neigiamas poveikis aplinkai: oro tarša, triukšmas; nepatogus, gaišinantis susisiektis automobiliais dėl netinkamo gatvių tinklo (grūsčių gatvėse); brangstantis autotransporto priemonės išlaikymas (degalų, priežiūros kainos).

Kitos aktyvaus poilsio pramogos. Į Kauno miestą atvykstantys turistai turi galimybę įdomiai ir aktyviai leisti laisvalaikį. Jiems siūlomas platus aktyvaus poilsio paslaugų asortimentas: nuo jodinėjimo žirgais iki skraidymo oro balionu. Turistai turi galimybę mieste sportuoti ir žaisti aktyvius lauko žaidimus.

Kauno mieste jodinėjimo žirgais paslaugas teikia Kauno (Marvelės) žirgynas. Žirgyne vaikai ir suaugusieji mokomi jodinėti žirgais, teikiamos žirgų nuomos, pasivažinėjimo žirgais kinkyta karieta paslaugos.

Susipažinti su Kauno miesto kraštovaizdžiu, istoriniai ir kultūriniais paminklais siūloma iš paukščio skrydžio – užsisakius skraidymą oro balionu, pramoginį akrobatinį ar apžvalginį skrydį lėktuvu, parasparniu, sklandytuvu ir kt. Skrydžius oro balionu organizuoja Kauno oreivių klubas „Antis“, Nemunaičių oreivių klubas. Skrydį oro balionu taip pat galima įsigyti iš piloto Napolio Vitonio (www.skrydziaiorobalionu.lt), tokie skrydžiai organizuojami ir S. Dariaus ir S. Girėno aerodrome (Veiverių g. 132). Pramoginiai akrobatiniai ar apžvalginiai skrydžiai organizuojami iš S. Dariaus ir S. Girėno aerodromo. Skrydžius organizuoja Asociacija Kauno aeroklubas, Liekio pilotų klubas „Alfa“, Bendrovė „Vilkas Avia“. Pilotuoti radiobangomis valdomus lėktuvų, sklandytuvų, sraigtasparnių, diržablių modelius siūlo „Modeliai RC“ taip pat veikiantys S. Dariaus ir S. Girėno aerodrome.

Kauno miesto svečiams, mėgstantiems aktyviai leisti laisvalaikį atviroje lauko erdvėje, teniso kortus siūlo „Ažuolyno“ sporto klubas, Kauno teniso klubas ir Kauno sporto kompleksas „Žalgiris“. Šių sporto klubų kortuose žaisti tenisą galima vasaros sezono metu. Dar du teniso kortus eksploatuoja „Noto“ teniso kortai ir „eccTenis“ klubas, kurie įsikūrę uždaroje patalpoje, todėl žaisti tenisą juose galima ir žiemą.

Dar vienas vis sparčiau populiarėjantis aktyvaus laisvalaikio praleidimo būdas – dažasvydis. Dažasvydį žaisti kviečia dažasvydžio sporto klubas „Legionas“ (sportinis žaidimas vyksta Kauno tvirtovės V forte), dažasvydžio klubas „X fortas“ (sportinis žaidimas vyksta VI forto teritorijoje), UAB „Oksalis“ ir šaudom.lt (sportinis žaidimas vyksta Kaunakiemio g. 4 ir miesto tipo uždaroje aikštelėje Šilainių mikrorajone).

Mėgstantiems žiemos pramogas siūloma apsilankyti „Akropolyje“, kur įsikūręs Akropolio ledas ir Ledo arenoje (Aušros g. 42C).

Ekstremalaus sporto mėgėjams siūlomas laipiojimas specialiai įrengtomis sienomis uždaroje patalpoje. Tokias paslaugas siūlo „CLIMBING CLUB“ ir VŠĮ „Miegantys drambliai“. UAB „Kraujo broliai“ siūlo žaisti šratasvydžio žaidimą Kauno tvirtovės II forte. „X-PRO“ siūlo ekstremalias vandens sporto paslaugas.

Kauno mieste veikia septynios buriavimo paslaugas siūlančios įstaigos ir buriavimo klubai: buriavimo klubas „Lazeris“, Kauno 1-ojo pulko veteranų buriavimo klubas „Vėtrungė“, Kauno buriavimo veteranų klubas, VŠĮ „Baltijos būrės“, Turizmo burlaivių savininkų asociacija, Buriavimo klubas „Nautikus“ ir VŠĮ Respublikinis buriavimo centras. Ypač populiarius tampa burlenčių buriavimas žiemos metu. Viena mėgstamiausių burlenčių sporto mėgėjų vietų tiek vasaros sezono metu, tiek ir žiemą – Kauno marios. Kauno mariose ir kitose miesto vandens telkiniuose taip pat mėgstama pramoga tampa plaukiojimas vandens dviračiais, motociklais ir baidarėmis.

Kaune taip pat veikia laisvalaikio ir pramogų centrai, siūlantys vandens pramogas, baseinus ir pirtis. Mieste veikia švietimo įstaigų baseinai, kurių dalis turi ir pirtis arba jų kompleksus. Didžiausi ir moderniausi vandens paslaugų kompleksai Kaune – laisvalaikio ir pramogų centras „Oazė“, sveikatingumo centras „Hermis“ ir sveikatingumo centras „Linija“. Mieste taip pat veikia baseinas „Šilainiai“, baseinas „Dainava“, Kauno centro sporto mokyklos baseinas, Baseinas „Vilija“, LKKA baseinas, Kauno kolegijos plaukimo baseinas. Šiuose baseinuose, kaip ir laisvalaikio ir pramogų centruose, lankytojai gali aktyviai leisti laisvalaikį plaukiojant ir užsiimant vandens sportu ar mankštomis.

Kauno mieste gausu sporto klubų, kuriose galima sportuoti ir aktyviai leisti laisvalaikį. Mieste veikia „Ąžuolyno“ sporto ir sveikatingumo centras, kultūrizmo ir fitneso klubas „Geležiniai žmonės“, sveikatingumo centras „Hermis“, sporto ir pramogų parkas „Impuls“, sveikatingumo centras „Linija“, sporto klubas „Kronas Kalniečiai“, aerobikos ir sporto klubas „Fankas“, moterų sporto klubas „Akela“ ir sporto klubas „Savas“ ir kt.

Kauno rajone, Kačerginėje, įrengta vienintelė Lietuvoje speciali automobilių bei motociklų plento žiedinių lenktynių trasa – Nemuno žiedas. Žiedo ilgis – 3350 metrų. Žiede vyksta Lietuvos ir Baltijos šalių plento žiedinių lenktynių čempionatų etapai. Lenktynes organizuoja Lietuvos automobilių sporto federacija ir Nacionalinė motociklų sporto federacija. Nors trasa išsidėsčiusi Kauno rajone, Kačerginėje, tačiau ji nedaug nutolusi nuo Kauno miesto ribų, todėl dalis varžybų / renginių dalyvių, pasibaigus varžyboms / renginiams apsistoja ir laiką leidžia Kauno mieste.

Apibendrinimas. Kaunas – patraukli aktyvaus poilsio praleidimo vieta. Kauno mieste yra vienuolika dviračių trasų. Privatūs ūkio subjektai mieste teikia įvairias aktyvaus poilsio paslaugas: jodinėjimas žirgais, skraidymas oro balionu, pramoginiai akrobatiniai ar pažintiniai skrydžiai lėktuvu, teniso kortai teniso mėgėjams, vandens pramogos ir pirčių kompleksai, aktyvūs lauko žaidimai – dažasvydis ir šratasvydis, buriavimas, plaukiojimas vandens dviračiais, baidarėmis ir vandens motociklais ir kt.. Taip pat į Kauno miestą atvykę turistai turi galimybę sportuoti miesto sporto klubuose.

Aktyvaus poilsio paslaugas teikia privatūs ūkio subjektai, kurie siekdami išlikti konkurencingi rinkoje investuoja į šioms pramogoms teikti reikiamą infrastruktūrą, o taip pat siekia teikiamų paslaugų kompleksškumo. Tačiau siekiant formuoti teigiamą Kauno miesto įvaizdį, būtina investuoti ir į viešąją, miesto estetinį vaizdą lemiančią ir miesto turistinį įvaizdį formuojančią infrastruktūrą. Šią infrastruktūrą sudaro miesto gatvės, dviračių ir pėsčiųjų takai, rekreacinės ir visuomeninės zonos. Geras miesto estetinis vaizdas ir gausus aktyvaus poilsio pramogų pasirinkimas yra vienas esminių veiksmų, galinčių paskatinti turizmo plėtrą Kauno mieste.



1.7. SPORTO TURIZMO INFRASTRUKTŪRA

Kauno miestas nuo seno laikomas sporto miestu. 1919 m. Kaune buvo įsteigta pirmoji Lietuvos sporto organizacija – Lietuvos sporto sąjunga. 1932 m. pradėjo veikti pirmoji valstybinė sporto valdymo institucija – Kūno kultūros ir sporto rūmai. 1938 m. Kauno mieste vyko Lietuvos tautinė olimpiada – viso pasaulio lietuvių sporto žaidynės. 1939 m. surengtas Europos vyrų krepšinio čempionatas. Dar 1944 m. Kauno mieste įkurta pirmoji Lietuvoje ir iki šiol egzistuojanti profesionalaus vyrų krepšinio komanda Kauno „Žalgiris“. 1945 m. įsteigtas Lietuvos valstybinis kūno kultūros institutas. 1991 m. oficialiai atidarytas Lietuvos sporto muziejus. 2011 m. Kauno „Žalgirio“ arenoje įvyko prestižinio Europos krepšinio čempionato rungtynės.

Kauno miestas garsus ne tik savo krepšiniu, bet ir kitų sporto šakų klubais / komandomis. Svarbiausi miesto krepšinio klubai / komandos: Kauno krepšinio klubas „Žalgiriečiai veteranai“, Kauno vyrų krepšinio klubas „Žalgiris“, Kauno vyrų krepšinio klubas „KK Baltai“, Kauno moterų krepšinio klubas „VIČI–Aistės“, Kauno moterų krepšinio klubas „LKKA–Aistės“ ir kt. Svarbiausi kitas sporto šakas kultivuojantys klubai / komandos: VŠĮ baidarių slalomo klubas „Regesa“, Kauno apskrities beisbolo klubas, Kauno karate klubas „Samurajus“, Kauno sportinio šaudymo klubas, Kauno turistų klubas, Kauno rankinio klubas „Granitas“, Kauno sporto klubas „Rifas“, Kauno orientavimosi sporto klubas „Takas“, Kauno jungtinis sveikatos klubas, Kauno bėgimo mėgėjų klubas, Kauno tinklinio klubas „Heksa“, Kauno moterų klubas „Žara“, Kauno vaikų ir jaunimo klubas „Ąžuolas“, Kauno šachmatų klubas „Margiris“, Kauno vyrų rankinio klubas „Granitas–Gaja–Karys“, Kauno moterų tinklinio klubas „Heksa“, Kauno moterų rankinio klubas „LKKA–Žalgiris“, Kauno futbolo komanda „Nautara“, Kauno futbolo komanda FBK Kaunas ir kt.

Miestą garsina organizuojamos nacionalinio, regioninio ir tarptautinio lygio sporto varžybos ir

kiti sporto renginiai: krepšinio ir futbolo varžybos, bokso ir imtynių turnyrai, lengvosios atletikos varžybos, sportinių šokių konkursai, buriavimo regatos ir kt.

1.7.1. lentelė. Svarbiausi miesto sporto renginiai

Svarbiausi sporto renginiai	Renginio organizavimo vieta	Infrastruktūros būklė, talpa
Tarptautinis A. Šociko vardo bokso turnyras	Kauno sporto halė	Būklė gera, 5000 vietų
Tarptautinis sportinių šokių konkursas „Gintarinė pora“	Kauno sporto halė	Būklė gera, 5000 vietų
Tarptautinė buriavimo regata „Rudens vėjas“	Kauno jachtklubas	Būklė gera
Tarptautinė irklavimo regata, skirta L. Kaminskaitei atminti	Lampėdžiai, Gervių g. 5, irklavimo bazė	Būklė gera
Kauno lengvosios atletikos varžybos Z. Šveikausko taurei laimėti	S. Dariaus ir S. Girėno stadionas	Būklė gera, 9000 vietų
Tarptautinis regbio turnyras „Ažuolo“ taurei laimėti	S. Dariaus ir S. Girėno stadionas	Būklė gera, 9000 vietų
Tarptautinė baidarių ir kanojų irklavimo regata „Brača–Sport“	Lampėdžiai, Gervių g. 5, irklavimo bazė	Būklė gera
Tarptautinis graikų–romėnų imtynių turnyras	–	–
Tarptautinis moterų krepšinio turnyras G. Sviderskaitei atminti	–	–
LKL krepšinio pirmenybės	„Žalgirio“ arena	Būklė gera, 15 000 vietų
Rudens ir pavasario krepšinio turnyrai 3x3	–	–
Vyrų rankinio turnyras „Kauno mero taurė“, skirtas Vilimui Čiurinskui	Kauno sporto halė	Būklė gera, 5000 vietų
Tarptautinis bokso turnyras Ričardui Tamuliui atminti	Kauno sporto halė	Būklė gera, 5000 vietų
Tarptautinis dziudo turnyras A. Grigoraičiui atminti	–	–
Tarptautinės kalėdinės lengvosios atletikos daugiakovės varžybos	Lengvosios atletikos maniežas	Būklė gera
Sveikatos ir grūdinimosi šventė „Kauno ruoniai“	–	–
Tarptautinis sportinių šokių turnyras „Rudens taurė“	Kauno sporto halė	Būklė gera, 5000 vietų
Tinklinio turnyras A. Karkauskui atminti	–	–

Šaltinis: Kauno miesto savivaldybės administracijos Kūno kultūros ir sporto skyrius

Kauno mieste yra gerai išvystyta sporto infrastruktūra. Mieste veikia: S. Dariaus ir S. Girėno sporto centras, kurio ansamblį sudaro stadionas ir šalia stovinti Kauno sporto halė; Kauno „Ledo arena“; LKKA lengvosios atletikos maniežas; dengtas futbolo maniežas ir dirbtinės dangos futbolo aikštelės; Kauno „Žalgirio“ jachtklubas; A. Sabonio krepšinio mokykla; S. Dariaus ir S. Girėno aerodromas; Šančių sporto ir sveikatingumo centras; irklavimo sporto bazė Lampėdžių parko teritorijoje. 2011 m. Kauno mieste pastatyta viena didžiausių arenų Baltijos šalyse – Kauno „Žalgirio“ arena. 2012 m. numatoma baigti „Girstučio“ kultūros ir sporto rūmų rekonstrukcijos darbus, buvusiuose kultūros ir sporto rūmuose įkuriant moderniausią Baltijos šalyse plaukimo kompleksą su 50 metrų ilgio 8 takų plaukimo baseinu, 25 metrų ilgio 4 takų apšilimo baseinu, treniruoklių salėmis bei pramogų zona. 2013–2014 m. Kauno mieste numatoma rekonstruoti S. Dariaus ir S. Girėno sporto stadioną, jį pritaikant tarptautinius standartus atitinkančių sporto renginių organizavimui.

Kauno miestui S. Dariaus ir S. Girėno stadiono rekonstrukcija yra ypatingai svarbi. Modernizavus stadioną mieste būtų įrengtas moderniausias futbolo stadionas Lietuvoje. Stadionas atitiktų visus tarptautinius standartus, todėl jame būtų galima organizuoti tarptautines futbolo varžybas. Stadiono rekonstrukcija ir numatomi dideli, tarptautiniai sporto renginiai sudarytų prielaidas pritraukti į Kauno miestą sporto turistus – futbolo mėgėjus. Futbolo sporto mėgėjai pasižymi dideliu aktyvumu keliaujant ir palaikant savo komandas, todėl šis turistų segmentas yra ypatingai svarbus siekiant plėtoti sporto turizmą Kaune.

1.7.2. lentelė. Kauno miesto sporto infrastruktūra

Objektas	Statybos metai	Rekonstrukcijos metai	Atitikimas sporto renginiams organizuoti keliamus reikalavimus	Talpa
S. Dariaus ir S. Girėno sporto centras:	1976	–	–	–
stadionas	1977	2005	Atitinka	9180 ž. vietų
Kauno sporto halė	1937–1938	2000,2005,2008	Atitinka	5000 ž. vietų
Kauno „Žalgirio“ arena:	2011	–	Atitinka	–

Objektas	Statybos metai	Rekonstrukcijos metai	Atitikimas sporto renginiams organizuoti keliamus reikalavimus	Talpa
Krepšinio varžybose	–	–	Atitinka	15442 ž. vietų
Tinklinio varžybose	–	–	Atitinka	13666 ž. vietų
Rankinio varžybose	–	–	Atitinka	13803 ž. vietų
Teniso varžybose	–	–	Atitinka	13762 ž. vietų
Bokso varžybose	–	–	Atitinka	15261 ž. vietų
Mini futbolo varžybose	–	–	Atitinka	14110 ž. vietų
„Girstučio“ kultūros ir sporto rūmai: 50 m. baseinas; 25 m. baseinas.	Rekonstruojami	2010,2011,2012	Neatitinka	–
Kauno „Ledo arena“, čiuožykla	1999	2005	Atitinka	300 ž. vietų
LKKA lengvosios atletikos maniežas: lengvosios atletikos varžybos; mažojo futbolo varžybos; rankinio varžybos.	1990	–	Atitinka	1000 ž. vietų
Dengtas futbolo maniežas ir dirbtinės dangos futbolo aikštelės, Aukštaičių g. 51, Kaunas	2001-05	2006-10	Atitinka	500 ž. vietų
Kauno „Žalgirio“ jachtklubas, M. Gimbutienės g. 35, Kaunas: buriavimo vandens turizmo kompleksas	1977	Pastoviai atnaujinamas	Atitinka	Neribojamas
A. Sabonio krepšinio mokykla, Pašilės g. 39, Kaunas: 4 krepšinio aikštelės	1989	2003-04	Atitinka	3000 ž. vietų per visas sales
S. Dariaus ir S. Girėno aerodromas, Veiverių g. 132, Kaunas	1993	Nuolatos atnaujinamas	Atitinka	Neribojamas
Šančių sporto ir sveikatingumo centras, Sandėlių g. 4 c, Kaunas	1990	–	Atitinka	Apie 100 ž. vietų
Irklavimo sporto bazė, Gervių g. 5, Lampėdžių parko teritorija	1979	Nuolatos atnaujinamas	Atitinka	Neribojamas

Šaltinis: Kauno miesto savivaldybės administracijos Kūno kultūros ir sporto skyrius

Golfo žaidimo istorija Lietuvoje siejama su 2000 m., kai Kauno rajone, Didžiosiose Lapėse, buvo atidarytas pirmasis golfo aikštynas „Elnias“. Šis golfo aikštynas išsidėstęs tik 15 km atstumu nuo Kauno miesto. Golfo aikštynas turi 9 duobučių laukus. 2000–2006 metais „Elnias“ buvo vienintelis golfo aikštynas Lietuvoje.

Golfas – vienas populiariausių žaidimų pasaulyje, o golfo turistai keliauja po pasaulį žaisdami golfą įvairiuose aikštynuose. Labai dažnai golfo kelionės būna kombinuotos su verslo kelionėmis, konferenciniais susitikimais, arba tiesiog aktyvaus poilsio kelionėmis. Golfo laukų plėtros Lietuvoje galimybių analizėje ir studijoje nurodoma, kad golfo turistų poreikiai susiję su galimybe kelionės metu aplankyti mažiausiai du arba tris golfo aikštynus su infrastruktūra. Kaip rodo užsienio šalių rinkų tyrimai, aikštynai turėtų būti išdėstyti aplink turistų nakvynės vietą ne didesniu kaip 30 minučių kelionės automobiliu atstumu.

Jei golfo laukų poreikis Kauno regione augtų, golfo aikštynus būtų tikslinga kurti netoli Kauno miesto ir jau veikiančio golfo aikštyno „Elnias“, natūralioje gamtinėje aplinkoje. Tokiu būdu mažiausiomis investicijomis (panaudojant jau veikiantį golfo aikštyną) golfo turistams būtų sudarytos sąlygos žaisti viename lauke, paskui pervažiuoti į kitą. Kauno mieste tokie turistai galėtų įdomiai ir turiningai praleisti laisvalaikį po žaidimo, kadangi čia gerai išvystyta bendra turizmo infrastruktūra: apgyvendinimo ir maitinimo paslaugos, ekskursijų paslaugos, parduotuvės, kitos laisvalaikio ir sporto paslaugos.

Apibendrinimas. Kauno miestas nuo seno laikomas sporto miestu. Miestą garsina įvairios sporto šakos kultivuojantys sporto klubai / komandos, o taip pat kiekvienais metais mieste organizuojami nacionalinio, regioninio ar tarptautinio lygio sporto renginiai. Kaune yra gerai išvystyta sporto infrastruktūra, todėl miestas turi visas būtinas sąlygas tokių renginių organizavimui. Sporto turizmas yra socialinę–ekonominę naudą generuojanti turizmo rūšis. Ši turizmo rūšis yra mažai veikiamą sezoniškumo, todėl į miestą gali pritraukti turistus iš visų metų.

Siekiant organizuoti įvairaus lygio sporto renginius 2011 m. mieste pastatyta viena didžiausių Baltijos šalyse arenų – „Žalgirio arena“. 2012 m. numatoma baigti „Girstučio“ kultūros ir sporto rūmų rekonstrukcijos darbus, buvusiuose kultūros ir sporto rūmuose įkuriant moderniausią Baltijos šalyse plaukimo kompleksą. 2013–2014 m. numatoma rekonstruoti S. Dariaus ir S. Girėno sporto stadioną, kuriame galės būti organizuojamos tarptautinio lygio futbolo varžybos. Futbolo sporto mėgėjai pasižymi dideliu aktyvumu keliaujant ir palaikant savo komandas, todėl šis turistų segmentas yra ypatingai svarbus siekiant plėtoti sporto turizmą Kaune.

2000 m. Kauno rajone, Didžiosiose Lapėse, pradėjo veikti pirmasis golfo aikštynas Lietuvoje. Nors golfas yra vienas populiariausių žaidimų pasaulyje, o golfo turistai keliauja po pasaulį žaisdami golfą, siekiant sėkmingai plėtoti šią turizmo rūšį, būtina kurti kompleksinę golfo aikštynų infrastruktūrą ir vystyti golfo turistų užimtumo programas laisvalaikio, pasibaigus žaidimui.



1.8. LAISVALAIKIO IR RENGINIŲ TURIZMO INFRASTRUKTŪRA

Galimybė turiningai praleisti laisvalaikį yra ypatingai svarbi šiuolaikinio žmogaus gyvenime. Laisvalaikio skirtas tam, kad žmogus puikiai leistų laiką ir gerai jaustųsi. Turingas laisvalaikis praturtina gyvenimą naujais pojūčiais, padeda užmiršti kasdieninius rūpesčius ir sumažina rutinos pojūtį. Kiekvienas žmogus pats renkasi, kaip tinkamai praleisti laisvalaikį – lankytis dramos, kino teatruose, koncertuose ar įvairiuose renginiuose, arba rinktis pasyvų laisvalaikio praleidimo būdą.

Teatras. Teatras ir kūryba yra vienas iš būdų padedančių žmogui patenkinti smalsumą, o taip pat realizuoti savo kūrybines ambicijas, todėl vaidina svarbų vaidmenį skatinant vietinio ir atvykstamojo turizmo plėtrą. Kauno miesto teatrų repertuarų įvairovė ir jų žanrų specifika sudaro miesto gyventojams ir svečiams galimybes aktyviai dalyvauti kultūriniame gyvenime ir didina miesto patrauklumą bei tarptautinį pripažinimą.

1.8.1. lentelė. Kauno mieste veikiančys teatrai (2012 m. pradžios duomenys)

Eil. Nr.	Pavadinimas	Adresas	Apibūdinimas
Valstybiniai teatrai			
1.	Kauno valstybinis dramos teatras	Laisvės al. 71, Kaunas	Kauno valstybinio dramos teatro istorija siekia 1920 m., kai buvo įkurta Dramos vaidykla, 1925 m. gavusi Valstybės teatro vardą. Šiuo metu Kauno valstybiniame dramos teatre spektaklius stato Lietuvos ir užsienio režisieriai, o taip pat jaunoji režisierių ir kitų sričių teatro menininkų karta.
2.	Kauno valstybinis muzikinis teatras	Laisvės al. 91, Kaunas	Kauno valstybinis muzikinis teatras įsteigtas 1940 m. Šis teatras, tai muzikinio pobūdžio teatras, statantis įvairių muzikinės scenos žanrų spektaklius: operas, operetas, miuziklus, baletus, šokio spektaklius, spektaklius vaikams.

Eil. Nr.	Pavadinimas	Adresas	Apibūdinimas
3.	Kauno valstybinis lėlių teatras	Laisvės al. 87A, Kaunas	Kauno valstybinis lėlių teatras įsteigtas 1958 m. Kiekvieną sezoną teatre suvaidinama iki 300 spektaklių, įvyksta keturios premjeros. Teatre yra 2 žiūrovų salės (226 ir 60 vietų), nuo 1994 m. veikia Valerijos ir Stasio Ratkevičių lėlių muziejus. Per 800 eksponatų turinčiame lėlių muziejuje vyksta teatralizuotos edukacinės programos.
Municipaliniai teatrai			
1.	Kauno kamerinis teatras	Kęstučio g. 74A, Kaunas	1976 metais Kaune buvo įkurta Jaunimo muzikinė studija, vėliau Jaunimo teatras–studija. 1986 metais studija iškovojo profesionalaus teatro statusą ir tapo Kauno jaunimo kameriniu teatru. Kiekvieną sezoną kameriniame teatre paruošiamos 3 premjeros (viena jų būtinai skirta vaikams). Vadinami skirtingi žanrai ir formos.
2.	Kauno mažasis teatras	M. Daukšos g. 34, Kaunas	Įkurtas 1992 m. Repertuarą daugiausiai sudaro šiuolaikinių autorių pjesės, vyrauja įvairių žanrų pastatymai, nuo tragikomiškų dramų iki intriguojančių ir neįprastų spektaklių.
3.	Kauno pantomimos ir plastikos teatras	M. Daukšos g. 34, Kaunas	Kauno pantomimos ir plastikos teatro įkūrimo data laikoma 1967 m. Tai vienintelis Lietuvoje profesionalus repertuarinis pantomimos žanro teatras. Teatre statomi spektakliai vaikams ir suaugusiems, kurie paprastai turi savarankišką siužetą bei dramos ar muzikinio spektaklio elementų.
4.	Kauno šokio teatras „Aura“	M. Daukšos g. 30 A, Kaunas	Kauno šokio teatro „Aura“ įkūrimo data laikoma 1982 m. „Aura“ – tai modernaus šokio teatras, vienintelis profesionalus šio žanro teatras Lietuvoje.
5.	Kauno vaikų ir jaunimo teatro „Vilkolakis“	Kovo 11-osios g. 108, Kaunas	Teatras įsteigtas 1992 m. Teatro repertuaras – tai dramos žanro kūriniai derinami su muzika, šoku, pantomima, dainavimu. Teatras gerai žinomas Lietuvoje ir užsienyje.

Šaltinis: Kauno miesto savivaldybės administracijos Kultūros vadybos poskyris

Kauno mieste veikiantys valstybiniai ir municipaliniai teatrai yra svarbūs skatinant Kauno, kaip kultūrinio miesto patrauklumą. Išskirtiniais žanrais pasižymintys Kauno modernaus šokio teatras „Aura“ ir Kauno miesto pantomimos ir plastikos teatras yra vieninteliai tokio pobūdžio teatrai Lietuvoje. Užsienio turistų tarpe labiausiai lankomi yra Kauno valstybinis muzikinis teatras ir Kauno šokių teatras „Aura“. Kauno valstybiniame muzikiniame teatre nemažą dalį repertuaro sudaro kūriniai atliekami originalo kalba, o tai yra patrauklu užsienio turistams. Kauno šokių teatro „Aura“ repertuarą sudaro šokio kūriniai, todėl spektakliai suprantami skirtingų tautybių žmonėms. Teatrų gausa mieste, jų repertuarų ir žanrų įvairovė yra vienas iš veiksmių, traukiančių į Kauną turiningo ir įdomaus laisvalaikio išsiilgusius turistus.

Kinas. Kinas yra viena kultūros sričių, apimančių kūrybinę, gamybinę, mokslinę, techninę, mokomąją, informacinę, švietėjišką veiklas. Kinas nusako filmų kūrybą kaip meno formą ar kaip pramogų verslo dalį.

1.8.2. lentelė. Kauno mieste veikiantys kino teatrai (2012 m. pradžios duomenys)

Eil. Nr.	Kino teatro pavadinimas	Adresas
1.	„Cinamon“	Islandijos pl. 32, Kaunas
2.	„Forum cinemas Kaunas“	Karaliaus Mindaugo pr. 49, Kaunas
3.	„Romuva“	Laisvės al. 54, Kaunas
4.	M. Žilinsko dailės galerija (galerijos kinas)	Nepriklausomybės a. 12, Kaunas

Šaltinis: Kauno TIC, Kauno miesto savivaldybės administracija

Kauno miestas – patraukli laisvalaikio praleidimo vieta kino mėgėjams. 2012 m. pradžioje Kauno mieste veikė 4 kino teatrai (Vilniaus mieste – 6, Klaipėdos mieste – 4, Panevėžio miestas – 3, Šiaulių miestas – 4), mieste organizuojami Kauno kino festivaliai.

1.8.3. lentelė. Žiūrovų skaičius didžiųjų Lietuvos miestų kino teatruose, tūkst.

Miestas / Metai	2007	2008	2009	2010	Pokytis 2007-2010 m., proc.
Kauno m. sav.	1040,8	1083,1	805,7	765,4	-26,5
Klaipėdos m. sav.	430,1	407,9	286,1	35,1	-91,8
Panevėžio m. sav.	87,4	133,1	148,4	143,7	64,4
Šiaulių m. sav.	143,4	142,6	219,9	275,1	91,8
Vilniaus m. sav.	1477,3	1490,8	1246,6	1226,6	-17,0

Šaltinis: Statistikos departamentas

2007–2010 m. Kauno miesto kino teatrus aplankiusių žmonių skaičius kito netolygiai: 2007–2008 m. žmonių skaičius augo, o 2008–2010 m. mažėjo. 2010 m. duomenis, palyginus su 2007 m. duomenimis, bendras kino teatrų lankomumo sumažėjimas Kauno mieste siekė 26,5 proc. Kino teatrus lankančių žiūrovų skaičius, nagrinėjamu laikotarpiu, taip pat mažėjo Vilniuje (17,0 proc.) ir Klaipėdoje (net 91,8 proc.), augo Panevėžyje (64,4 proc.) ir Šiauliuose (91,8 proc.).

Koncertinės įstaigos. Kaunas garsėja ne tik įvairiais tarptautiniais muzikos festivaliais, bet ir koncertinėmis įstaigomis. Kaune veikia keturios municipalinės (Kauno bigbendas, Kauno miesto simfoninis orkestras, Kauno pučiamųjų instrumentų orkestras „Ažuolynas“ ir Kauno muzikos ansamblis „Ainiai“) ir dvi valstybinės koncertinės įstaigos (Kauno valstybinis choras ir Kauno valstybinė filharmonija).

1.8.4. lentelė. Svarbiausios Kauno miesto koncertinės įstaigos (2012 m. pradžios duomenys)

Koncertinė įstaiga	Apibūdinimas
Valstybinės koncertinės įstaigos	
Kauno valstybinis choras	Kauno valstybinis choras įkurtas 1969 m. Choras sėkmingai koncertuoja Lietuvoje ir užsienyje, bendradarbiauja su žymiais užsienio menininkais ir orkestrais. Choro repertuaras – vokaliniai – instrumentiniai veikalai.
Kauno valstybinė filharmonija	Kauno valstybinė filharmonija – didžiausia koncertinė įstaiga Kaune. Filharmonija, savarankiška koncertine įstaiga tapo 2006 m. LR Kultūros ministerijos sprendimu. Kauno valstybinėje filharmonijoje organizuojami įvairūs meno renginiai: simfoniniai, kameriniai, džiazo muzikos, autoriai koncertai, popietės visai šeimai, edukacinės programos moksleiviams, festivaliai, teminiai koncertų ciklai.
Municipalinės koncertinės įstaigos	
Kauno bigbendas	Kauno bigbendas yra Kauno miesto džiazo orkestras įsteigtas 1991 m. Orkestras yra džiazo festivalių dalyvis. Kauno bigbendas atlieka įvairias kompozicijas – nuo džiazo klasikos iki šiuolaikinio džiazo. Orkestras taip pat vykdo edukacinę veiklą.
Kauno miesto simfoninis orkestras	Kauno miesto simfoninis orkestras įkurtas 2004 m. Orkestras, aktyvus tarptautinių festivalių dalyvis, grojęs Pažaislio, Kaunas Jazz, Jaunųjų atlikėjų, šiuolaikinės muzikos “Iš arti” festivaliuose. Kauno miesto simfoninio orkestro repertuaro pagrindas – klasikinė ir romantinė muzika.
Kauno pučiamųjų instrumentų orkestras „Ažuolynas“	Dabartinis Kauno pučiamųjų instrumentų orkestras „Ažuolynas“ įsteigtas 1991 m. Orkestras dalyvauja valstybinių švenčių renginiuose, garbingų miesto svečių sutikimuose, svarbių miestui objektų atidarymuose, miesto šventėse, sporto šventėse ir varžybose, rengia solinius koncertus įvairiose miesto salėse, bažnyčiose, koncertuoja su merginų choreografinė grupe parkuose, aikštėse, įvairių švenčių proga veda eisenas miesto gatvėmis. Orkestras taip pat dalyvauja įvairiose festivaliuose ir renginiuose Lietuvoje ir užsienyje.
Kauno muzikos ansamblis „Ainiai“	Ansamblis susikūrė 1991 m. Ansamblio repertuaras – pasaulietinio ir bažnytinio žanro kūriniai. Taip pat viena iš ansamblio prioritetinių veiklų – švietėjiškos – edukacinė veiklos vykdymas.

Šaltinis: Kauno miesto savivaldybės administracijos Kultūros vadybos poskyris

Renginiai. Kauno mieste organizuojami ne tik vietiniai ar respublikiniai, bet ir tarptautiniai renginiai, festivaliai bei konkursai. Mieste vyksta muzikos, teatro ir šokio šventės, eitynės, mugės bei kiti įvairūs renginiai ir projektai. Miestą garsina: „Kaunas Jazz“, Viduramžių kultūros festivalis „Hanza Kaunas“, Kauno miesto diena, Kauno miesto dainų ir šokių šventė, Pažaislio muzikos festivalis, Tarptautinis festivalis „Operetė Kauno pilyje“, Tarptautinis šokio festivalis, Tarptautinis fotomeno festivalis „Kaunas photo“, Kalėdiniai renginiai Kauno mieste.

1.8.5. lentelė. Svarbiausi Kauno miesto festivaliai ir renginiai

Festivalis / renginys	Apibūdinimas
Džiazo festivalis „Kaunas Jazz“	Džiazo festivalis „Kaunas Jazz“ organizuojamas kasmet (rudenį ir pavasarį) nuo 1991 m. Festivalyje galima išgirsti džiazo atlikėjų ir viso pasaulio. Festivalis yra tapęs prestižiniu džiazo muzikos renginiu.
Viduramžių kultūros festivalis „Hanza Kaunas“	Kaunas – vienintelis Hanzos sąjungos miestas Lietuvoje. Hanzos festivalis yra kasmetinė viduramžių šventė, kurios metu galima stebėti riterių kovas, susipažinti su senaisiais amatais ir paragauti viduramžio laikų valgių bei gėrimų bei kt.
Kauno miesto diena	Kauno miesto diena – kasmetinė šventė, kuri yra švenčiama minint Kauno vardo paminėjimą rašytiniuose šaltiniuose. Šventės metu mieste vyksta daugybė koncertų, šokio projektų, parodų, konkursų, mieste šurmulioja tautodailininkų mugės.
Kauno miesto dainų ir šokių šventė	Kauno miesto dainų ir šokių šventė – kasmetinė šventė vystanti Dainų slėnyje. Šventės metu pasirodymus rengia chorinio dainavimo, folkloro, tautinių šokių, mėgėjiškos ir profesionalios muzikos kolektyvai.
Pažaislio muzikos festivalis	Kasmetinis festivalis organizuojamas nuo 1996 m. Festivalio tikslas – populiarinti klasikinę muziką, pagyventi Lietuvos kultūrinį gyvenimą vasaros metu, pristatyti Lietuvos ir kitų pasaulio šalių profesionalius muzikinius kolektyvus, solistus, dirigentus bei skatinti tarptautinį dialogą ir kultūrinį bendradarbiavimą.

Festivalis / renginys	Apibūdinimas
„Operetė Kauno pilyje“	Festivalis yra kasmetinis ir organizuojamas nuo 2002 m. Festivalio tikslas – populiarinti operą ir operetę užgimusių Kaune dar prieškario Lietuvoje, supažindinti žiūrovą su įvairiais Europos tautų klasikiniais muzikiniais žanrais ir formuoti įvairiapusį visuomenės muzikinį skonį.
Tarptautinis šokio festivalis	Tarptautinis šokio festivalis organizuojamas nuo 1989 m. Festivalis yra kasmetinis renginys, kurio metu pasirodymus rengia šokių kolektyvai iš Lietuvos ir užsienio.
Tarptautinis fotomeno festivalis „Kaunas photo“	Fotomeno festivalis „Kaunas photo“ pradėtas rengti 2004 m. ir yra didžiausias kasmetinis fotomeno festivalis Baltijos šalyse. Festivalį remia LR Kultūros Ministerija bei Kauno miesto savivaldybė.
Kalėdiniai renginiai Kauno mieste	Kiekvienais metais Kauno mieste organizuojami įvairūs kalėdiniai renginiai. Tai Kalėdų eglės įžiebimas, Kalėdų mugės, Kalėdų miestelio atidarymas ir daugelis kitų renginių.

Šaltinis: Kauno miesto savivaldybės administracijos Miesto įvaizdžio ir turizmo skyrius

Remiantis Kauno miesto savivaldybės administracijos Kultūros vadybos poskyrio duomenimis, užsienio turistų tarpą labiausiai lankomi yra Tarptautinis šokio festivalis, džiazo festivalis „Kaunas Jazz“ ir Tarptautinis festivalis „Operetė Kauno pilyje“. Nemažo užsienio turistų dėmesio taip pat susilaukia Kalėdiniai miesto renginiai. Kiti mieste organizuojami festivaliai ir renginiai yra kiek mažiau patrauklūs užsienio turistų tarpe.

Kiti laisvalaikio praleidimo būdai. Kaunas žymus ne tik teatrais, koncertinėmis įstaigomis ir tarptautiniais festivaliais, tačiau ir centrine miesto gatve – Laisvės alėja, vieninteliu Lietuvoje zoologijos sodu, Kauno botanikos sodu bei Kauno „Žalgirio“ arena.

Laisvės alėja yra pėsčiųjų zona, įkurta Kauno miesto centre. 1,7 km ilgio gatvė susiformavo XIX a ir jungia senąją ir naująją miesto dalis. Laisvės alėjos pradžia ir pabaiga tiksliai parodo rytų ir vakarų kryptis. Ši miesto pėsčiųjų zona yra pamėgta ne tik miesto gyventojų, bet ir atvykusių į miestą turistų. Laisvės alėjoje įsikūrę nemažai restoranų, kavinių ir barų, veikia viešbučiai. Nuo Laisvės alėjos nesunku pasiekti Kauno senamiestį, svarbiausius miesto istorinius ir kultūrinius paminklus. Atsižvelgiant į tai, labai svarbu, kad Laisvės alėja ir ateityje išliktų išskirtinai pėstiesiems pritaikyta zona.

Lietuvos zoologijos sodas buvo įkurtas ir duris lankytojams atvėrė 1938 m. Tai vienintelis zoologijos sodas Lietuvoje. Lietuvos zoologijos sodas šiandien – tai nedidelis 15,9 ha parkas. Čia galima pamatyti beveik 270 rūšių ir tipų gyvūnų iš įvairių pasaulio žemynų. Pagal plotą ir laikomų gyvūnų skaičių jis galėtų būti prilygintas vidutiniam Europos zoologijos sodui.

Kauno botanikos sodas įsteigtas 1923 m. Jis užima 62,5 ha žaliojo ploto. Botaninėse kolekcijose auginami 7300 taksonų augalai. Botanikos sodo ekspozicijos – didžiausios Lietuvoje oranžerijos, unikalaus grožio brandus parkas su tvenkiniais ir romantiškais tilteliais, istorinėje Aukštosios Fredos dvaro aplinkoje.

Vienas naujų turistų traukos objektų Kaune – Kauno „Žalgirio“ arena. Šioje, naujai pastatytoje, vienoje didžiausių arenų Baltijos šalyse gali vykti skirtingo pobūdžio renginiai – nuo krepšinio, rankinio, tinklinio, salės futbolo, kultūrizmo, fitneso, dailiojo čiuožimo varžybų iki koncertų, spektaklių, kino festivalių, parodų ar net privačių renginių. 2011 m. šioje arenoje vyko prestižinio Europos krepšinio čempionato rungtynės. Sporto renginių metu arena gali talpinti nuo 12 300 iki 15 688 žiūrovų, koncertų – nuo 2 574 iki 17 500, cirko – iki 15 400 žiūrovų. Šiuo metu joje organizuojami sporto reginiai, koncertai, pasirodymai ar net tarptautiniai, Kauno miestą garsinantys festivaliai, į miestą pritraukiantys turistus iš Lietuvos ir užsienio.

Ekskursijos. Kauno miestas išsidėstęs patogioje geografinėje padėtyje, beveik pačiame šalies centre. Mieste gausu lankytinų vietų: kultūros paveldo objektai, saugomos teritorijos, istorijos ir kultūros paminklai, rekreacinės zonos. Mieste yra didelis laisvalaikio praleidimo alternatyvų pasirinkimas. Kaunas patenka į daugelį Lietuvos maršrutų, kuriais siūloma keliauti ir pažinti Lietuvą. Lietuvos maršrutai.eu siūlo aplankyti Kauno miesto žymius objektus keliaujant Aukštaitijos–Dzūkijos maršrutu, Suvalkijos–Aukštaitijos maršrutu, Piligrimų maršrutu bei Kauno ir Nemuno kilpų žiedo maršrutu (1.8.6. lentelė).

Kelionių maršrutai po Lietuvą, kurių metu siūloma aplankyti ir Kauną, yra svarbūs skatinant turizmo plėtrą mieste. Populiariais Lietuvos kelionių maršrutais keliauja ne tik Lietuvos, bet ir užsienio turistai, todėl

galima teigti, kad maršrutai prisideda prie Kauno miesto turistinio įvaizdžio stiprinimo. Keliautojai, aplankę Lietuvos maršrutuose pažymėtas lankytinas Kauno miesto vietas ir dar kartą grįžę į Kauną, turi galimybę išsamiau susipažinti su Kauno miesto kultūra ir turtinga istorija dalyvaudami ekskursijose organizuojamose po Kauno miestą. Šias ekskursijas organizuoja Kauno turizmo informacijos centras ir įvairios privačios turizmo agentūros.

Kartu su Kauno turizmo informacijos centro gidais, keliautojai turi galimybę sudalyvauti tokiose pramoginėse ir pažintinėse ekskursijose po Kauną: „Alaus kelias Kaune“, Apžvalginė Kauno miesto ekskursija, „Karinis Kaunas“, „Kaunas – laikinoji sostinė“, „Kaunas – sporto lopšys !“, „Kaunas šypsosi moterims“, „Kaunas vandenį“, „Kauno laiptai“, „Kauno panoramos“, „Kauno požemių dvasia“, „Kauno senamiesčio architektūros paminklai“, „Kauno transporto istorija arba rieda rieda rateliukai“, „Džiaugsmo kelias: penki džiaugsmo sustojimai Kaune“, „Netradicinis Kaunas“, „Pažaislio vienuolynas – Lietuvos tūkstantmečio atspindys !“, „Pažaislio vienuolynas ir Petrašiūnų kapinių panteonas“, „Plaukiame žemyn upe ...“, „Pramogų alėja“, „Prancūzų pėdsakai Kaune“, „S. Dariaus ir S. Girėno pėdsakais“, „Saldusis Kaunas“ ir kt.

Sveikatingumo paslaugos. Sveikatingumo įstaigoms priskiriamos sveikatingumo paslaugas teikiančios įmonės, SPA centrai, reabilitacijos įstaigos, sanatorijos ir senelių namai. Kauno turizmo infrastruktūros plėtros studijoje detalizuojamos tik tos sveikatingumo įstaigos, kurios tiesiogiai susijusios su miesto turistų laisvalaikio, poilsio ir rekreacijos poreikių tenkinimu. Šios įstaigos, tai SPA centrai. Įvairias sveikatingumo paslaugas teikiančios reabilitacijos įstaigos, mieste veikiančios sanatorijos ir senelių namai priskiriamos įstaigoms, neturinčioms tiesioginių sąsajų su Kauno miesto turizmo plėtra ir turistinio patrauklumo didėjimu, todėl nedetalizuojamos.

Kauno mieste veikia ne daug sveikatingumo paslaugas teikiančių įstaigų. Turizmo aspektu svarbiausi yra mieste veikiantys SPA centrai. SPA paslaugas Kauno mieste 2011 m. teikė 10 įmonių (VŠĮ „Registru centras“ duomenys): UAB „SPA poilsis“, UAB „SPA namai“, UAB „SPA sprendimai“, „Ažuolynas dienos SPA“, Femina Bona „SPA namai“, Grožio ir sveikatos centras „High Care Kaunas“, Grožio ir terapijos centras „Ametistėja“, Grožio namai „Lyra“ ir Saulėja SPA (įsikūrę K. Donelaičio g. ir Baltų pr.).

Kauno apskrityje, Birštono savivaldybėje, veikia nemažas skaičius sveikatingumo paslaugas teikiančių sanatorių ir sveikatingumo centrų, siūlančių turistams aukštos kokybės sveikatingumo paslaugas. Prienų rajone įsikūręs „Visuomenės harmonizavimo parkas“, atvykusiems svečiams siūlantis ne tik aukštos kokybės poilsio ir rekreacijos, tačiau ir SPA bei kitas sveikatingumo paslaugas. Šios Kauno apskrityje įsikūrusios įstaigos didina regiono turistinį patrauklumą, o taip pat skatina turizmo plėtrą regione. Turistai atvykę pailsėti ir pastiprinti sveikatą į Kauno regioną taip pat turi galimybę aplankyti geografiškai patogioje padėtyje išsidėčiusį Kauno miestą.

Apsipirkimas. Kauno miestas – patraukli vieta apsipirkimui. Čia veikia ne tik dideli turgūs, prekybos centrai, bet ir suvenyrų parduotuvės, siūlančios turistams tradicinius Lietuviškus dirbinius. Didžiausi ir labiausiai turistų pamėgti turgūs Kauno mieste: Prekybos miestelis „Urmas“, Vilijampolės turgus, Centrinis Kauno turgus, Bagažinių turgus (veikia prekybos miestelyje „Urmas“), Knygų turgus (veikia prekybos miestelyje „Urmas“) ir kt. Didžiausi ir labiausiai turistų pamėgti prekybos centrai: prekybos ir laisvalaikio centras „Mega“, Kauno prekybos ir pramogų sostinė „Akropolis“, prekybos ir paslaugų centras „Molas“, prekybos centras „Savas“, prekybos centras „Hyper Maxima“, prekybos centrai „Rimi“, prekybos centrai „Iki“, prekybos centras „Banginis“ ir kt. Suvenyrines prekes mieste galima įsigyti suvenyrų parduotuvėse: „Dailė“, „Lino namai“, „Gintarinis suvenyras“, „Rūta“, „Slenkstis“, „Baltijos kvapai“, „Jaukūs namai“ ir kt.

1.8.6. lentelė. Lietuvos turizmo maršrutai, kuriais siūloma aplankyti ir Kauno miestą



Šaltinis: Lietuvos maršrutai.eu

Apibendrinimas. Kauno mieste yra didelis laisvalaikio praleidimo alternatyvų pasirinkimas tiek suaugusiems, tiek ir vaikams. Mieste veikia įvairių repertuarą siūlantys ir specifinio žanro teatrai, tiek Lietuvoje, tiek ir užsienyje žinomos koncertinės įstaigos. Mieste taip pat organizuojami kasmetiniai, tarptautinį pripažinimą įgiję festivaliai ir renginiai. Kaunas įtrauktas į Lietuvos turizmo maršrutus. Kauno miestas garsus savo Laisvės alėja, kuri yra vienas didžiausių traukos objektų užsienio turistams, Kauno botanikos sodu, o taip pat naujai pastatyta Kauno „Žalgirio“ arena, kurioje vyksta prestižiniai tarptautinio ir vietinio lygmens renginiai. Kaunas, vienintelis Lietuvos miestas turintis zoologijos sodą, su beveik 270 rūšių ir tipų gyvūnais iš įvairių pasaulio žemynų. Kauno mieste taip pat veikia sveikatingumo paslaugas teikiančios įstaigos ir centrai. Didelis sveikatingumo paslaugų potencialas yra sukoncentruotas netoli Kauno – Birštono mieste ir Prienų rajone.

Visgi ne visi Kauno miestą garsinantys ir turistų dėmesio susilaukiantys objektai yra pilnai sutvarkyti, renovuoti ar paruošti lankymui. Vienas ryškiausių pavyzdžių yra nesutvarkyta Laisvės alėjos aplinka: prasta dalies pastatų fasadų būklė, susidėvėjusios grindinio trinkelės, neišspręsta automobilių parkavimo vietų trūkumo problema. Prastomis sąlygomis gyvūnams pasižymi Lietuvos zoologijos sodas, kuris būdamas vieninteliu Lietuvoje, nesusilaukia deramo valstybės dėmesio.

Siekiant skatinti turizmą Kauno mieste, būtina ne tik užtikrinti visapusišką, įvairius poreikius atitinkantį, laisvalaikio alternatyvų pasirinkimą, bet ir gerinti miesto įvaizdį modernizuojant bei plečiant turizmo traukos objektų infrastruktūrą. Miesto centrinės gatvės, pėsčiųjų ir rekreacinės zonos turi būti ne tik saugios, bet ir patrauklios estetiniu požiūriu. Miesto lankytini objektai, masinių renginių ir festivalių vietos turi reprezentuoti miestą, pabrėžiant jo išskirtinumą ir išryškinant patrauklumą turistinei–pažintinei kelionei ar laisvalaikio praleidimui.



Šiuo metu medicinos turizmo srautai į Lietuvą ir Kauno miestą yra labai maži. Nei valstybinėse, nei privačiose medicinos įstaigose turistai nėra tiksliai apskaitomi, nes nėra tiksliai apibrėžta, koks pacientas yra laikytinas medicinos turistu. Kadangi Lietuvoje iki šiol nėra priimto medicinos turisto apibrėžimo ir nėra vedama šių asmenų apskaita, tikslų statistinių duomenų, apie iš užsienio į Lietuvą ir Kauną atvykusius pacientus, nėra.

Apibendrinimas. Kauno mieste veikia aukštos kokybės medicinos paslaugas teikiančios ligoninės, sveikatos priežiūros įstaigos, kuriose dirba kvalifikuoti įvairių sričių specialistai. Svarbiausia Kauno mieste veikianti ligoninė – Lietuvos sveikatos mokslų universiteto ligoninė viešoji įstaiga Kauno klinikos. Visgi, medicinos turizmo srautai į Kauno miestą yra labai maži, turistai nėra tiksliai apskaitomi nei valstybinėse, nei privačiose įstaigose.

Kauno miestas gali būti patrauklus medicinos turizmo srityje dėl kokybiškų medicinos paslaugų ir mažesnių nei Vakarų Europos šalyse kainų, o taip pat mažesnių eilių. Tačiau būtina išskirti miesto konkurencinius pranašumus medicinos srityje, kadangi šioje srityje egzistuoja didelė konkurencija. Dokumente „Lietuvos medicinos turizmo plėtros ir medicinos paslaugų eksporto skatinimo galimybių analizė ir rekomendacijos“ taip pat nurodoma, kad efektyvus medicinos turizmo skatinimo būdas – klasterio ar kitokios vienijančios ir medicinos turizmą koordinuojančios organizacijos įsteigimas, medicinos įstaigų akreditacija ir sertifikavimas pagal tarptautiniu mastu pripažintus standartus.

1.9. MEDICINOS TURIZMAS

Medicinos turizmas yra tikslingas keliavimas, siekiant gauti medicinos paslaugas (gydymo, plastinės chirurgijos ar odontologijos) (LR Ūkio ministerijos pranešimas „Medicinos turizmas – priemonė sezoniskumui mažinti“).

Dokumente „Lietuvos medicinos turizmo plėtros ir medicinos paslaugų eksporto skatinimo galimybių analizė ir rekomendacijos“ nurodoma, kad viena svarbiausių, medicinos turizmo aspektu ligoninių Lietuvoje yra Lietuvos sveikatos mokslų universiteto ligoninė viešoji įstaiga Kauno klinikos. Turistų tarpe ligoninė yra patraukli dėl aukštos siūlomų paslaugų kokybės bei ten dirbančių specialistų kvalifikacijos. Tarp privačių Kauno miesto sveikatos priežiūros įstaigų, minėtame dokumente, kaip reikšmingesnės išskirtos UAB „Lirema“, UAB „Plastinės chirurgijos centras“ ir UAB „Denticija“. Tačiau praktiškai kiekviena didesnė šiuolaikiška Kauno miesto sveikatos priežiūros įstaiga turi potencialo plėtoti medicinos turizmą.

Be paminėtų medicinos įstaigų mieste veikia: UAB „Ave Vita“, VšĮ „Auki sveikas“, Veido burnos ir chirurgijos centras, UAB „Signata“, Akių lazerinės chirurgijos centras, UAB „Diaverum klinika“ padalinys, UAB „Druskų gydyla“, UAB „Estetinės chirurgijos centras“, UAB „Grožio chirurgija“, UAB „Marių klinika“, UAB „Cirpus Sanum“, UAB Šilainių šeimos sveikatos centras, UAB „Sveikatos ratas“, UAB „VAKK“, UAB „Viva Medica“, IĮ „Ortopedija visiems“, A. Merkelienės echoskopijos paslaugų įmonė, IĮ Igorio Kupriaškino psichoterapinis kabinetas, UAB „Panerio klinika“, IĮ „Rytų klinika“, C. Boimo „Šeimos sveikata“, VšĮ „Psichoterapijos konsultacijų centras“, UAB „Bigartas ir partneriai“, UAB „Vivat Vita“, UAB „Bendrosios medicinos praktika“ ir kt.



Prieplaukos pavadinimas	Adresas	Apibūdinimas
Prieplauka prie Vytauto bažnyčios	Kaunas	Prieplauka išsidėsčiusi prie Vytauto Didžiojo bažnyčios ir yra centrinė vieta prie Nemuno. Prieplauka – patraukli vandens turizmo vieta senamiestį lankantiems turistams. Mobilioje prieplaukoje gali švartuotis maži laiveliai. Prie prieplaukos įrengta krantinė.
Kauno žiemos uostas	Raudondvario pl. 113, Kaunas	Uosto pagrindinė paskirtis – Vidaus vandens kelių direkcijos (toliau –VVKD) gamybiniam poreikiams užtikrinti. Uostas gali būti naudojamas kitų (nepriklausančių VVKD) keleivinių, krovininių laivų bei mažųjų, pramoginių, sportinių laivų aptarnavimui

Šaltinis: Sudaryta autoriaus remiantis Kauno miesto bendrojo plano (2013–2023 metams) duomenimis

Vidaus vandens kelių direkcijos duomenimis, Kauno miesto vidaus vandens keliais (Nemuno upe ir Kauno mariomis) per metus pervežama iki 20000 keleivių. Didžioji dalis keleivių vežimų vykdomi iš Kauno marių keleivinės bei Kauno keleivinės prieplaukų, dalis keleivių vežimų vykdomi nuo krantinės, prie Vytauto Didžiojo bažnyčios. Didžiąją keleivių vežimų dalį sudaro keleivių vežimas pramoginiais –pažintiniais tikslais.

2011 m. Kauno miesto gyventojams ir turistams buvo siūlomi keturi pramoginio–pažintinio plaukiojimo reguliarūs maršrutai: maršrutas Nemunu Kaunas–Kulautuva–Kaunas ir pramoginė–apžvalginė kelionė UAB „Bernelių užieigos“ laivu „Aitra“, maršrutai Kauno mariomis Kaunas–Kruonis–Kaunas ir Kaunas–Rumšiškės–Kaunas. Be šių reguliarių maršrutų Kauno mieste galima užsisakyti pramoginius plaukiojimus (pagrindinė pramoginio plaukiojimo laivais pasiūla sutelkta Kauno marių prieplaukose) įvairių rūšių vandens transportu (jachtos, kateriai, laivai). Taip pat mieste galima užsisakyti pramoginį plaukimą baidarėmis, išsinuomoti vandens motociklus, užsiimti buriavimo sportu. Populiariausi baidarių maršrutai Kaune: plaukimas Nemunu, kelionę pradedant nuo Kauno hidroelektrinės ir baigiant ties Vytauto bažnyčia; plaukimas Jiesia, kelionę pradedant nuo Garliavos geležinkelio stotelės ir baigiant ties Rokais (Jiesios ir Nemuno santakoje) arba prie Čiurlionio tilto. Visi pramoginio plaukiojimo maršrutai Kauno mieste organizuojami vasaros sezono metu.

Kadangi Kauno marios patenka į Kauno marių regioninio parko ribas, čia egzistuoja tam tikri laivybos apribojimai. Draudžiama plaukioti savaeigėmis plaukiojimo priemonėmis nuo Kauno marių prieplaukos iki įlankos Samylų k. arčiau kaip 200 m nuo kranto, išskyrus plaukimą vidaus vandenų keliu. Šiame ruože savaeigių plaukiojimo priemonių iškėlimas ir nuleidimas leistinas tik tam skirtose prieplaukose, prie aikštelės Grabučiskėse ir krantinės Samyluose. Draudžiama tvenkinio dalyje nuo Samylų k. įlankos iki Arlaviškių pusiasalio (ties Kruonio HAE) savaeigėmis plaukiojimo priemonėmis priplaukti prie kranto ne prieplaukose, poilsiavietėse ar stovyklavietėse.

1.10.2. lentelė. Pramoginės laivybos maršrutai Kauno mieste 2011 m.

Vandens maršrutas	Prieplauka / Laivas	Apibūdinimas
Pramoginės–apžvalginės kelionės laivu „Aitra“	Prieplauka prie Vytauto bažnyčios / laivas restoranas „Aitra“	Kelionė laivu organizuojama vasaros sezono metu. Plaukiama Nemuno upe stebint gražų Kauno miesto kraštovaizdį ir istorinius paminklus. Yra galimybė paragauti lietuvių virtuvės patiekalų ir kitų užkandžių. Laivas „Aitra“ atitinka visus techninius reikalavimus keliamus tokių laivų eksploatacijai.
Kaunas–Kulautuva–Kaunas	Prieplauka prie Vytauto bažnyčios / laivas „Tolstojaus“	Kelionė laivu organizuojama vasaros sezono metu. Plaukiant laivu galima grožėtis Nemuno pakrančių kraštovaizdžiu, laivui sustojus yra galimybė aplankyti Kulautuvos miestelį. Laivas „Tolstojaus“ yra 1950 m. statybos. Laivas atitinka visus techninius reikalavimus keliamus tokių laivų eksploatacijai.
Kaunas–Kruonis–Kaunas	Kauno marių keleivinė prieplauka / laivas „Nemunas“	Kelionė laivu organizuojama vasaros sezono metu. Plaukiant laivu galima grožėtis Kauno marių pakrančių kraštovaizdžiu. Kelionės metu sustojimai nėra numatyti. Laivas „Nemunas“ yra 1959 m. statybos. Laivas atitinka visus techninius reikalavimus keliamus tokių laivų eksploatacijai.
Kaunas–Rumšiškės–Kaunas	Kauno marių keleivinė prieplauka / laivas „Algirdas“	Kelionė laivu organizuojama vasaros sezono metu. Plaukiant laivu galima grožėtis Kauno marių pakrančių kraštovaizdžiu, laivui sustojus yra galimybė aplankyti Lietuvos liaudies buities muziejų ir Rumšiškių gyvenvietę. Laivas „Algirdas“ yra 1954 m. statybos. Laivas atitinka visus techninius reikalavimus keliamus tokių laivų eksploatacijai.
Pramoginiai plaukiojimai	Kauno „Žalgirio“ jachtklubo prieplauka / įvairūs privatūs laivai ir jachtos	Pramoginiai plaukiojimai Kauno mariose organizuojami vasaros sezono metu. Jų metu galima poilsiauti, pramogauti ar švęsti įvairias šventes grožintis Kauno marių pakrančių kraštovaizdžiu. Sustojimai planuojami pagal užsakovų pageidavimus.

1.10.VANDENS TURIZMO INFRASTRUKTŪRA

Kauno mieste gausu upių ir upelių, kitų natūralių ir dirbtinių vandens telkinių. Nemunas ir Kauno marios, Neries žemupyje suteikia galimybę Kauno mieste plėtoti pramoginę laivybą ir vandens turizmą bei su juo susijusias paslaugas. Pramoginis–poilsinis plaukiojimas laisvais, jachtomis, kateriais, baidarėmis yra puiki pramoga tiek Lietuvos, tiek ir užsienio turistams, norintiems ne tik pailsėti, bet ir pažinti Kauno miesto kraštovaizdį, istorinius ir kultūrinius paminklus.

2012 m. pradžioje Kauno mieste veikė 5 keleivinės prieplaukos: 2 prieplaukos veikė Kauno mariose ir 3 Nemuno upėje.

1.10.1. lentelė. Kauno mieste veikiančios keleivinės prieplaukos (2012 m. pradžios duomenys)

Prieplaukos pavadinimas	Adresas	Apibūdinimas
Kauno marių keleivinė prieplauka	T.Masiulio g. 21, Kaunas	Prieplauka yra keleivinė, jos pagrindinė paskirtis – keleiviniams laivams aptarnauti. Taip pat prieplauka gali būti naudojama mažųjų, pramoginių, sportinių laivų aptarnavimui. Krovininiams laivams ji gali būti naudojama tik išskirtiniais atvejais.
Kauno „Žalgirio“ jachtklubo prieplauka	M.Gimbutienės g. 35, Kaunas	Prieplauka yra keleivinė, naudojama mažųjų, pramoginių, sportinių laivų aptarnavimui. Prieplaukoje organizuojami pramoginiai plaukiojimai Kauno mariomis, švartuojami ir laikomi laivai ir kateriai.
Kauno keleivinė prieplauka	Raudondvario pl.107 c, Kaunas	Pastatyta 2008 m. ant Nemuno kranto, ties restoranu–klubu „Combo“. Pagal ES iš dalies finansuotą projektą įrengta 104 metrų ilgio ir 60 metrų pločio prieplauka su stovėjimo aikštele 37 automobiliams, 2 autobusams, 4 neįgaliųjų automobiliams. Į prieplauką atvesti elektros, vandentiekio ir nuotėkų tinklai. Čia sustojusiems laivams teikiamos visos reikalingos paslaugos. Dėka įrengto specialaus slipo laivų savininkai gali be vargo prieplaukoje į vandenį nuleisti ar pakelti savo laivus. Vienu metu prie krantinės gali prisišvartuoti apie dešimt vidutinio dydžio keleivinių laivų.

Vandens maršrutas	Priplauka / Laivas	Apibūdinimas
Kruizas Nemunu ir Kuršių mariomis (nuo 2012 m. gegužės mėn.)	Priplauka prie Vytauto bažnyčios / laivas „Perlas“	Kruizinis plaukiojimas Nemuno upe ir Kuršių mariomis, aplankant istorines ir kultūrinės vietas. Plaukiojimas organizuojamas 2012 m. rekonstruotu laivu su 13 miegamų vietų.

Šaltinis: Sudaryta autoriaus remiantis Kauno TIC informacija

2011 m. nustota keleivius plukdyti maršrutu Kaunas–Nida ir Nida–Kaunas. 2010 m. šiuo maršrutu laivai plaukdavo iš Kauno keleivinės priplaukos, tačiau 2011 m. jo nuspręsta atsisakyti dėl nepakankamo keliautojų susidomėjimo maršrutu ir reiso nuostolingumo.

Apibendrinimas. Lietuvos ūkio plėtros iki 2015 metų ilgalaikėje strategijoje nurodoma, kad turizmo plėtros kliūtys Lietuvoje yra ne tik trumpas turistinis sezonas, lėta neturistinio sezono produktų plėtra, nepakankamas Lietuvos, kaip turistinės valstybės įvaizdžio kūrimas, tačiau ir žemos kokybės vidaus vandens transporto paslaugos.

Vidaus vandens transportas bei mažųjų uostų ir priplaukų infrastruktūra galėtų būti vienas iš Kauno miesto turizmo traukos objektų, tačiau pramoginės laivybos maršrutų mieste nedaugėja. Populiariausi ir didžiausio turistų susidomėjimo sulaukiantys maršrutai yra vykdomi Nemuno upe ir Kauno mariomis. Pramoginės laivybos patrauklumą mieste mažina vidaus vandens telkinių užterštumas, pramoginiam–pažintiniam plaukiojimui pritaikytų maršrutų, su visa reikalinga turizmo infrastruktūra, trūkumas.



1.11. DALYKINIO IR KONFERENCINIO TURIZMO INFRASTRUKTŪRA

Dalykinis ir konferencinis turizmas apima konferencijų, seminarų, mokymų, parodų ir dalykinių susitikimų organizavimą. Tai specifinė turizmo paslauga, suteikianti minėtiems renginiams skirtą įrangą, patalpas, o taip pat dažnai ir apgyvendinimo, maitinimo ir laisvalaikio organizavimo paslaugas renginių dalyviams. Dėl šios priežasties dažniausiai dalykinio ir konferencinio turizmo paslaugas organizuoja apgyvendinimo paslaugas teikiančios įmonės ir konferencijų centrai.

Dalykinis ir konferencinis turizmas yra viena mažiausiai sezoniškumo įtakojamų turizmo paslaugų. Konferencinis turizmas yra keturis kartus pajamingesnis, lyginant su kitomis turizmo sritimis. Ši turizmo veikla, kitaip nei itin nuo sezono priklausantis kultūrinis ar poilsinis turizmas, į Kauną visus metus galėtų pritraukti gana daug pajamų. Kauno mieste veikia tinkamo dydžio ir kokybės apgyvendinimo, maitinimo bei konferencinių renginių organizavimo įstaigos. Kauno rajone veiklą vykdo antras pagal dydį šalyje tarptautinis oro uostas. Kauno miestas turi gerai išvystytą sausumos kelių ir geležinkelio susisiekimo tinklą. Mieste konferencijų organizavimo paslaugas teikia apgyvendinimo įstaigos, konferencijų centrai, švietimo institucijos, muziejai.

1.11.1. lentelė. Konferencijų organizavimo infrastruktūra Kauno mieste (2012 m. pradžios duomenys)

Jstaiga	Adresas	Konferencijų salių skaičius	Bendras konferencijų salių sėdimų vietų skaičius	Didžiausios konferencijų salės sėdimų vietų skaičius
Apgyvendinimo įstaigos				
„Amberton Cozy“ ****	V. Kuzmos g. 8, Kaunas	1	20	20
„Best Western Santaka“ ****	J. Gruodžio g. 21, Kaunas	5	470	200
„Daniela“ ****	A. Mickevičiaus g. 28, Kaunas	3	145	100
„Daugirdas“ ****	T. Daugirdo g. 4, Kaunas	3	180	120
„Europa Royale Kaunas“ ****	Miškos g. 11, Kaunas	8	882	250
„Hermis“ ****	Savanorių pr. 404, Kaunas	2	65	45
„Kaunas“ ****	Laisvės al. 79, Kaunas	3	330	150
„Park Inn Kaunas“ ****	K. Donelaičio g. 27, Kaunas	8	1200	550
„Perkūno namai“ ****	Perkūno al. 61, Kaunas	2	75	50
„Sfinksas“ ****	Aukštaičių g. 55 / V. Kudirkos g. 19 a, Kaunas	2	85	60
„Babilonas“ ***	Raseinių g. 25, Kaunas	2	50	40
„Centre Hotel Nuova“ ***	Savanorių pr. 66 / Žemaičių g. 31, Kaunas	2	100	60
„Ibis Kaunas Centre“ *** (pradės veikti nuo 2012 m. 04 mėn.)	Vytauto pr. 28, Kaunas	2	60	30
„Magnus Hotel“ ***	Vytauto pr. 25, Kaunas	2	95	80
„Apple Economy Hotel“ **	M. Valančiaus g. 19, Kaunas	1	55	55
„Metropolis“ **	S. Daukanto g. 21, Kaunas	2	90	60
Švietimo įstaigos				
ISM Vadybos ir ekonomikos universitetas	E. Ožėskienės g. 18, Kaunas	4	495	180
Kauno kolegija	Pramonės pr. 4, Kaunas	4	250	110
Kauno technikos kolegija	Tvirtovės al. 35, Kaunas	2	670	450
Lietuvos sveikatos mokslų universitetas	Eivenių g. 4, Kaunas	4	690	360
KTU E. mokymosi technologijų centras	Studentų g. 48 A, Kaunas	1	70	70
KTU regioninis mokslo parkas	K. Petrausko g. 26, Kaunas	2	120	100
Aleksandro Stulginskio universitetas	Studentų g. 11, Akademija, Kauno r.	1	500	500
Vilniaus universiteto Kauno humanitarinis fakultetas	Muitinės g. 6, 12, Kaunas	2	195	150
Vytauto Didžiojo universitetas (VDU)	S. Daukanto g. 28, Kaunas	2	850	750
VDU Kauno botanikos sodas	Ž. E. Žilibero g. 6, Kaunas	1	90	90
Muziejai				
Ryšių istorijos muziejus	Rotušės a. 17, 20, Kaunas	2	250	200
Kauno IX forto muziejus	Žemaičių pl. 73, Kaunas	2	150	120
Lietuvos švietimo istorijos muziejus	Vytauto pr. 52, Kaunas	1	80	80
Kitos įstaigos				
Kauno „Žalgirio“ arena	Karaliaus Mindaugo pr. 50, Kaunas	1	320	320
„Verslo lyderių centras“ (BLC)	K. Donelaičio g. 62, Kaunas	9	700	350
Verslo centras „1000“	Taikos pr. 88 a, Kaunas	2	170	150
Verslo centras „32“	Vytauto pr. 32, Kaunas	1	100	100
„Kauno Akropolis“	Karaliaus Mindaugo pr. 48, Kaunas	1	20	20
Namų inžinerijos ir interjero centras „NIC“	Pramonės pr. 8E, Kaunas	1	50	50

Šaltinis: Kauno miesto savivaldybės administracijos Miesto įvairzdžio ir turizmo skyrius

2012 m. pradžioje Kauno mieste konferencijų organizavimo paslaugas teikė 15 apgyvendinimo įstaigų, 10 švietimo įstaigų, 3 muziejai ir 6 kito pobūdžio įstaigos. Nuo 2012 m. balandžio mėnesio, konferencijų organizavimo paslaugas mieste pradės teikti dar vienas viešbutis – „Ibis Kaunas Centre“. Didžiausias

konferencijų sales turinčios apgyvendinimo įstaigos: viešbutis „Park Inn Kaunas“ (8 konferencijų salės, 1200 vietų, didžiausia salė – 550 vietų), viešbutis „Europa Royale Kaunas“ (8 konferencijų salės, 882 vietos, didžiausia salė – 250 vietų), viešbutis „Best Western Santaka“ (5 konferencijų salės, 470 vietų, didžiausia salė – 200 vietų). Didžiausias konferencijų sales turinčios švietimo įstaigos: Vytauto Didžiojo universitetas (2 konferencijų salės, 850 vietų, didžiausia salė – 750 vietų), Aleksandro Stulginskio universitetas (1 konferencijų salė, 500 vietų), Lietuvos sveikatos mokslų universitetas (4 konferencijų salės, 690 vietų, didžiausia salė – 360 vietų), Kauno technikos kolegija (2 konferencijų salės, 670 vietų, didžiausia salė – 450 vietų). Didžiausias konferencijų sales turintys muziejai: Ryšių istorijos muziejus (2 konferencijų salės, 250 vietų, didžiausia salė – 200 vietų), Kauno IX forto muziejus (2 konferencijų salės, 150 vietų, didžiausia salė – 120 vietų). Kitos didesnės konferencijų organizavimo įstaigos: UAB „Verslo lyderių centras“ (BLC) (9 konferencijų salės, 700 vietų, didžiausia salė – 350 vietų), Kauno „Žalgirio“ arena (1 konferencijų salė, 320 vietų). Kauno „Žalgirio“ arenoje yra viena specialiai konferencijoms pritaikyta amfiteatro tipo konferencijų salė, tačiau atsižvelgiant į konferencijos dydį ir organizatorių sumanymus, konferencijas galima organizuoti ir kitose patalpose, jas pritaikant pagal konkrečius poreikius. Tokiu būdu „Žalgirio“ arenoje gali būti organizuojamos net ir tarptautinės, didelio masto konferencijos.

Dauguma šių įstaigų, be konferencijų salių nuomos, teikia ir konferencinės įrangos aprūpinimo paslaugas. Taip pat konferencijų dalyviams yra organizuojamos kavos pertraukėlės ir teikiamos maitinimo paslaugos. Apgyvendinimo įstaigos, organizuojančios konferencijas, konferencijų dalyviams siūlo apgyvendinimo ir laisvalaikio užimtumo paslaugas.

Vienas efektyviausių dalykinio ir konferencinio turizmo skatinimo būdų yra konferencijų biuro įsteigimas. Toks biuras atstovauja miesto ar tam tikro geografinio vieneto (šalies ar regiono) interesus tarptautiniame lygmenyje, teikia turizmo ir konferencijų konsultacines ir informacijos paslaugas vietiniams ir užsienio kongresų organizatoriams, susitikimų (konferencijų) iniciatoriams bei kitoms organizacijoms bei kuria patrauklaus konferenciniam turizmui šalies (miesto) įvaizdį. Iki šiol toks biuras veikė tik Vilniaus mieste.

2012 m. vasario 23 d. Kauno miesto savivaldybės taryba, siekdama skatinti dalykinį ir konferencinį turizmą mieste, nutarė prisidėti prie naujos įstaigos Lietuvos konferencijų biuro steigimo ir tapti šios įstaigos dalininke (sprendimas Nr. T-34). Naujai steigiamas biuras, atstovaudamas nacionalinius ir Kauno miesto interesus, galėtų padėti į Lietuvą ir Kauną pritraukti didelius tarptautinius renginius. Konferencijų biuras galėtų dalyvauti įvairiuose tarptautiniuose konkursuose, kuriuos skelbia kitos valstybės, tarptautinės organizacijos ar verslo bendrovės renginiams, konferencijoms, seminarams organizuoti ir tokiu būdu skatinti dalykinio ir konferencinio turizmo plėtrą Kauno mieste.

Apibendrinimas. Dalykinis ir konferencinis turizmas yra didelį potencialą turinti turizmo paslauga Kauno mieste. Ši paslauga yra mažai įtakojama sezoniškumo ir gali pritraukti į Kauno miestą gana daug pajamų. Kaunas, dėl mažesnio mokesčio už konferencijų salių nuomą, gali konkuruoti konferencijų organizavimo srityje su Vilniumi. Miestas yra patrauklus dalykinio ir konferencinio turizmo plėtrai. Kauno rajone veikia antras pagal dydį šalyje tarptautinis oro uostas, mieste visapusiškas dalykinio ir konferencinio turizmo paslaugas teikia viešbučiai, konferencijų centrai, švietimo ir kultūros įstaigos. Viena dalykinio ir konferencinio turizmo plėtros galimybių Kauno mieste – 2013 metų Lietuvos pirmininkavimas Europos Sąjungos Taryboje.

2012 m. vasario mėnesį Kauno miestas priėmė sprendimą tapti Lietuvos konferencijų biuro dalinininku. Numatomo steigti biuro veikla gali tapti vienu pagrindinių dalykinio ir konferencinio turizmo plėtros veiksmu Kauno mieste. Dalykinio ir konferencijų turizmo plėtra taip pat sudaro prielaidas ir kitų su turizmu susijusių paslaugų plėtrai.



1.12. APGYVENDINIMO PASLAUGOS

Viena iš turizmo sudėtinių dalių yra apgyvendinimo paslaugos. Apgyvendinimo paslaugos – tai juridinių ir fizinių asmenų sudarytos būtinos apgyvendinimui sąlygos ir veiklos, kuriomis tenkinami turisto nakvynės bei higienos poreikiai.

Apgyvendinimo alternatyvų pasirinkimo galimybė, teikiamų paslaugų kokybė ir kompleksškumas yra svarbūs veiksniai siekiant skatinti turizmo paslaugų plėtrą. Apgyvendinimo paslaugos yra vienas iš svarbiausių turizmo paslaugų komplekso elementų vartotojui, kadangi apgyvendinimo paslaugų pasiūla ir kokybė gali nulemti turisto kelionės trukmę, kitų, susijusių paslaugų ir pramogų pasirinkimą, kelionės maršrutą ir apsisprendimą dar kartą sugrįžti į tą pačią vietovę.

Kauno mieste apgyvendinimo paslaugas teikia įvairaus pobūdžio apgyvendinimo įstaigos: viešbučiai, svečių namai, bendrabučiai / jaunimo nakvynės namai, B&B ir privatūs apartamentai, moteliai. Mieste taip pat veikia kempingai. Vienos ar kitos apgyvendinimo formos pasirinkimas (viešbutis ar kempingas ir pan.) priklauso nuo kelionės pobūdžio, turisto poreikių, esamos pasiūlos, tradicijų, ekonominės padėties bei daugelio kitų veiksnių.

1.12.1. lentelė. Apgyvendinimo įstaigų tinklas Kauno mieste (2012 m. pradžios duomenys)

Eil. Nr.	Pavadinimas	Vietų skaičius	Adresas
Viešbučiai			
1.	„Amberton Cozy“ ****	50	V. Kuzmos g. 8, Kaunas
2.	„Best Western Santaka“ ****	200	J. Gruodžio g. 21, Kaunas
3.	„Daniela“ ****	142	A. Mickevičiaus g. 28, Kaunas
4.	„Daugirdas“ ****	83	T. Daugirdo g. 4, Kaunas
5.	„Europe Royale Kaunas“ ****	132	Miško g. 10, Kaunas
6.	„Hermis“ ****	25	Savanorių pr. 404, Kaunas
7.	„Kaunas“ ****	151	Laisvės al. 79, Kaunas
8.	„Park Inn Kaunas“ ****	409	K. Donelaičio g. 27, Kaunas
9.	„Perkūno namai“ ****	48	Perkūno al. 61, Kaunas
10.	„Sfinksas“ ****	24	Aukštaičių g. 55 / Kudirkos g. 19 a, Kaunas
11.	„Alanta“ ***	14	Alantos g. 33, Kaunas
12.	„Babilonas“ ***	25	Raseinių g. 25, Kaunas
13.	„Ibis Kaunas Centre“ ***	250	Vytauto pr. 28, Kaunas
14.	„Centre Hotel Nuova“ ***	60	Savanorių pr. 66 / Žemaičių g. 31, Kaunas
15.	„Magnus Hotel“ ***	164	Vytauto pr. 25, Kaunas
16.	„Nakties magija“ ***	12	Skroblų g. 3, Kaunas
17.	„Pažaislio parkas“ ***	19	T.Masiulio g. 18 E , Kaunas
18.	„Regina“ ***	18	Strazdo g. 62, Kaunas
19.	„Apple Economy Hotel“ **	32	M. Valančiaus g. 19, Kaunas
20.	„Kaunas City Hotel“ **	95	Laisvės al. 90, Kaunas
21.	„Metropolis“ **	156	S. Daukanto g. 21, Kaunas
Iš viso		2109	–
Svečių namai			
1.	Arkivyskupijos	30	M. Daukšos g. 21, Kaunas
2.		50	Rotušės a. 21, Kaunas
3.	„Gralis“	12	Trumpoji g. 10, Kaunas
4.	„Kunigaikščių menė“	15	M. Daukšos g. 28, Kaunas
5.	„Mūsų dvaras“	12	Jonavos g. 43 B, Kaunas
6.	„Pas Birutę“	10	Mateikos g. 28, Kaunas
7.	„Žemyn upe“	4	M. Valančiaus g. 24, Kaunas
8.	Svečių namai / Guest houses LT	7	Savanorių pr. 122 A, Kaunas
Iš viso		140	–
Moteliai			
1.	„Tėvynė“ ***	14	Briedžių takas 1, Kaunas
2.	„Baltosios burės“ **	69	M. Gimbutienės g. 35, Kaunas
3.	„Sandija“ **	30	Jonavos g. 45, Kaunas
Iš viso		113	–
Bendrabučiai / Jaunimo nakvynės namai			
1.	„2 LIVE“	18	S. Daukanto g. 8 / Kęstučio g. 52, Kaunas
2.	„City Hostel“	27	Kęstučio g. 91, Kaunas
3.	„Hostel 10“	116	Neries Krantinė 16, Kaunas
4.	„R Hostel“	28	Vytauto pr. 83, Kaunas
5.	„Sportas“	80	Aušros g. 42A, Kaunas
6.	„The Monk's Bunk“	18	Laisvės al. 48, Kaunas
Iš viso		287	–
B&B, privatūs apartamentai			
1.	„Kaunas Apartments“	24	Laisvės al. 50-4, Kaunas
2.	„Keturi metų laikai“	4	A. Mickevičiaus g. 38A-3, Kaunas
3.	„Litinterp“	16	Gedimino g. 28-7, Kaunas
4.	„Namų viešbutis“	7	Gaižiūnų g. 80, Kaunas
5.	„Solo B&B“	4	Dysnos g. 10, Kaunas
6.	Marija Karpenko	40	J. Gruodžio g. 17, Kaunas
7.	Privatus viešbutėlis	12	Aušros g. 79, Kaunas
Iš viso		107	–

Eil. Nr.	Pavadinimas	Vietų skaičius	Adresas
Kempingai			
1.	Kauno kempingas	–	Jonavos g. 51 A, Kaunas
2.	Kauno „Žalgirio“ jachtklubas	–	M. Gimbutienės g. 35, Kaunas
3.	Lampėdžių kempingas (pradės veikti nuo 2012 m. vidurio)	–	Lampėdžių karjero šiaurės–rytų pakrantė

Šaltinis: Kauno miesto savivaldybės administracija

2012 m. pradžioje Kauno mieste veikė 20 viešbučių. Daugiausiai mieste veikė keturių žvaigždučių viešbučių (10 viešbučių), mažiausiai dviejų žvaigždučių viešbučių (2 viešbučiai). Miesto viešbučiuose galėjo būti apgyvendinti 1859 svečiai. Nuo 2012 m. balandžio mėnesio mieste pradės veikti dar vienas trijų žvaigždučių viešbutis – „Ibis Kaunas Centre“, galėsiantis apgyvendinti 250 miesto svečių. Be viešbučių Kauno mieste taip pat veikė 8 svečių namai (140 vietų), 3 moteliai (113 vietų), 6 bendrabučiai / jaunimo nakvynės namai (287 vietos), savo paslaugas siūlė 7 B&B tipo ir privatūs apartamentai (107 vietos). Mieste taip pat veikė 2 kempingai. 2012 m. viduryje planuojama pradėti eksploatuoti trečiąjį miesto kempingą – Lampėdžių kempingą, kuris buvo įrengtas kartu su paplūdimiu ir numatoma, bus pradėtas eksploatuoti, konkurso būdu parinkus operatorių.

Viešbučiai, svečių namai, jaunimo nakvynės namai, privatūs apgyvendinimo apartamentai daugiausia išsidėstę centrinėje miesto dalyje – senamiestyje bei naujamiestyje. Moteliai išsidėstę arčiau Islandijos plento bei „Via Baltica“ kelio. Kempingai taip pat yra atokesnėse nuo centro teritorijose. Nepaisant didėjančios apgyvendinimo pasiūlos, Kauno mieste vis dar nėra penkių žvaigždučių viešbučių.

Nagrinėjant 2011 m. didžiųjų šalies miestų apgyvendinimo rodiklius galima pastebėti, kad daugiausia apgyvendinimo įstaigų veikė Vilniaus mieste (124 įstaigos, iš kurių 62,1 proc. sudarė viešbučiai) ir Klaipėdos mieste (50 įstaigų, iš kurių 50,0 proc. sudarė viešbučiai), mažiausiai apgyvendinimo įstaigų veikė Panevėžio mieste (7 įstaigos, iš kurių 57,1 proc. sudarė viešbučiai) ir Šiaulių mieste (19 įstaigų, iš kurių 78,9 proc. sudarė viešbučiai).

1.12.2. lentelė. Apgyvendintų svečių ir suteiktų nakvynių skaičius Lietuvos didžiųjų miestų apgyvendinimo įstaigose, 2007–2011 m.

Rodiklis / Metai	2007	2008	2009	2010	2011 (I–III ketv.)
Kauno m. sav.					
Apgyvendinta svečių	138762	141763	120342	151759	131892
Suteikta nakvynių	288636	290060	236468	290217	267592
Klaipėdos m. sav.					
Apgyvendinta svečių	149369	142735	113297	113420	108713
Suteikta nakvynių	302507	316939	224481	200590	206951
Panevėžio m. sav.					
Apgyvendinta svečių	16351	12087	11909	11642	10246
Suteikta nakvynių	27568	25036	17438	15114	15219
Šiaulių m. sav.					
Apgyvendinta svečių	50387	48140	33154	30480	26107
Suteikta nakvynių	107088	99756	75402	83684	67078
Vilniaus m. sav.					
Apgyvendinta svečių	636637	663404	521050	555559	527678
Suteikta nakvynių	1261332	1280280	1077818	1166955	1053939

Šaltinis: Statistikos departamentas

Nagrinėjant Lietuvos didžiųjų miestų apgyvendinimo įstaigų veiklos rodiklius galima išskirti du laikotarpius: 2008–2009 m., kai apgyvendinimo įstaigų veiklos rodikliai sparčiai blogėjo ir 2009–2010 m., kai, atsižvelgiant ekonomikai, ėmė gerėti įstaigų veiklos rezultatai.

2008–2009 m. buvo blogiausi Panevėžio miesto ir Klaipėdos miesto apgyvendinimo įstaigoms. Šių miestų apgyvendinimo įstaigose suteiktų nakvynių skaičius sumažėjo 30,3 proc. ir atitinkamai 29,2 proc.,

apgyvendintų svečių skaičius sumažėjo 1,5 proc. ir atitinkamai 20,6 proc. Kiek geresniais veiklos rezultatais pasižymėjo Vilniaus miesto ir Kauno miesto apgyvendinimo įstaigos. Jose, nagrinėjamu laikotarpiu, suteiktų nakvynių skaičius sumažėjo 15,8 proc. ir atitinkamai 18,5 proc., apgyvendintų svečių skaičius – 21,5 proc. ir atitinkamai 15,1 proc.

2009–2010 m. geriausiais apgyvendinimo įstaigų veiklos rodikliais pasižymėjo Kauno miestas, kuriame apgyvendinimo įstaigose suteiktų nakvynių skaičius išaugo 22,7 proc., apgyvendintų svečių skaičius – 26,1 proc. Tuo pačiu laikotarpiu Vilniaus miesto apgyvendinimo įstaigose suteiktų nakvynių skaičius išaugo tik 8,3 proc., apgyvendintų svečių skaičius – tik 6,6 proc.

Lietuvos ir užsienio turistų gyvenimo Kauno miesto apgyvendinimo įstaigose kitimo dinamika pateikta 1.12.1. paveiksle.

Nagrinėjamu 2010–2011 m. laikotarpiu Kauno miesto apgyvendinimo įstaigose iš viso buvo apgyvendinta 283651 svečių, iš jų 206727 (arba 72,9 proc.) užsieniečiai ir 76924 (arba 27,1 proc.) Lietuvos gyventojai. Atsižvelgiant į tai, kad didžiąją dalį Kauno miesto apgyvendinimo įstaigų svečių sudaro užsienio turistai, galima teigti, kad šis segmentas yra vienas svarbiausių siekiant skatinti turizmo plėtrą mieste. Visgi, užsienio turistų skaičius, kaip rodo lentelės duomenys, labai priklauso nuo metų laiko Lietuvoje. Didžiausi užsienio turistų srautai Kauno miesto apgyvendinimo įstaigose fiksuojami vasaros laikotarpiu (birželio–rugpjūčio mėn.), mažiausi – žiemos laikotarpiu (sausio–vasario mėn.). Vasaros laikotarpiu miesto apgyvendinimo įstaigose gyvena nuo 13,0 iki beveik 14,5 tūkst. užsieniečių, tuo tarpu žiemos laikotarpiu jų skaičius sumažėja iki 3,0–5,5 tūkst.

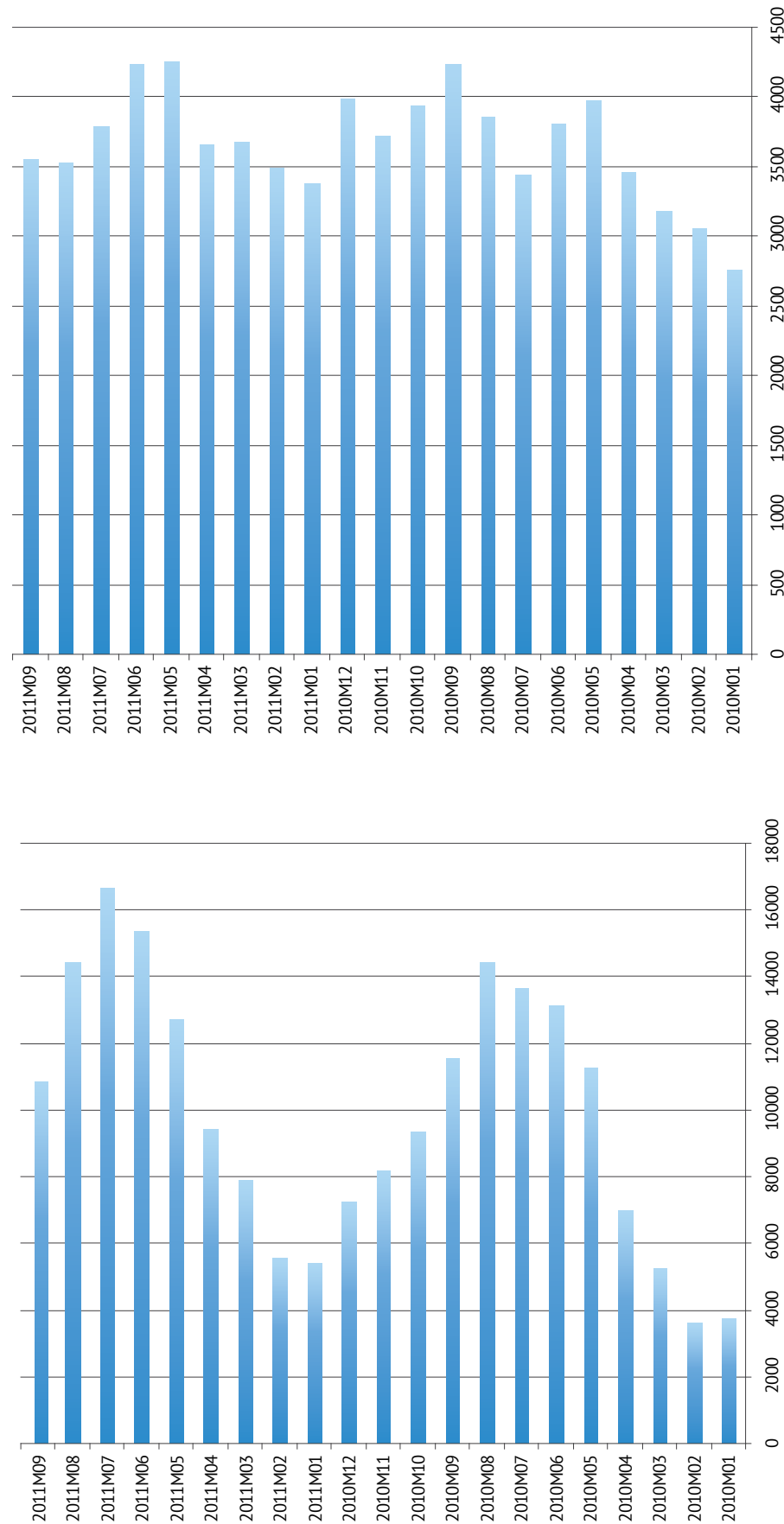
Lietuvos gyventojų, gyvenusių Kauno miesto apgyvendinimo įstaigose, dalis yra gerokai mažesnė nei užsieniečių, tačiau šių turistų grupę mažai veikia sezoniškumas. Atsižvelgiant į tai, galima teigti, kad Lietuvos turistai yra ypatingai svarbūs miesto apgyvendinimo įstaigoms rudens ir žiemos sezono metu, kai Kaune ypatingai sumažėja užsienio turistų skaičius.

Apibendrinimas. Kauno mieste apgyvendinimo paslaugas teikia įvairaus pobūdžio apgyvendinimo įstaigos: viešbučiai, svečių namai, moteliai, jaunimo nakvynės namai ir kt. Beveik pusę visų apgyvendinimo įstaigų sudaro viešbučiai, kurių didžioji dalis – keturių, trijų žvaigždučių viešbučiai. Mieste vis dar nėra penkių žvaigždučių viešbučių.

Nuo 2010 m. Kauno miesto apgyvendinimo įstaigose ėmė daugėti apgyvendintų svečių ir suteiktų nakvynių skaičius. Daugelis miesto apgyvendinimo įstaigų teikia papildomas paslaugas svečiams, tokias kaip maitinimas, konferencijų organizavimas, laisvalaikio užimtumo paslaugos ir pan. Didžioji dalis apgyvendinimo įstaigų paslaugų gavėjų – užsienio turistai. Tokias tendencijas lemia Kauno rajone veikiantis Kauno tarptautinis oro uostas, organizuojantis pigius skrydžius į daugelį Europos miestų, o taip pat Kauno miesto savivaldybės administracijos įgyvendinami infrastruktūros plėtros projektai, kurie tampa svarbiais turizmo traukos objektais mieste (pvz. Kauno „Žalgirio“ arena).

Visgi, nepaisant didėjančio Kauno miesto patrauklumo užsienio turistams ir gerėjančių miesto apgyvendinimo įstaigų veiklos rodiklių, Kauno miesto apgyvendinimo sektorius yra stipriai veikiamas sezoniškumo. Užsienio turistų skaičius stipriai išauga vasaros sezono metu ir sumažėja žiemos sezono metu. Tai rodo nepakankamą miesto turistinį konkurencingumą ir pramogų bei laisvalaikio alternatyvų pasirinkimą žiemos sezono metu, kai oras Lietuvoje būna ypatingai nepalankus kultūriniam ir poilsiniam turizmui. Nagrinėjant Lietuvos gyventojų apgyvendinimo rodiklius, sezoniškumas yra beveik nepastebimas arba labai nežymus. Siekiant spręsti apgyvendinimo įstaigų sezoniškumo problemas ir skatinti apgyvendinimo paslaugų verslą, Kauno mieste būtina plėtoti mažai sezoniškumo veikiamas turizmo paslaugas (pvz. konferencinis turizmas), o taip pat plėsti žiemos sporto ir pramogų alternatyvų pasirinkimo galimybes (pvz.: žiemos burlenčių sporto aktyvinimas; slidinėjimo trasų, čiuožyklų viešuose vietose įrengimas).

1.12.1. pav. Kauno miesto apgyvendinimo įstaigose apgyvendintų svečių skaičiaus dinamika 2010 m. I ketv.–2011 m. III ketv.



Apgyvendinta Lietuvos gyventojų

Šaltinis: Statistikos departamentas

Apgyvendinta užsieniečių



1.13. MAITINIMO PASLAUGOS

Maitinimo paslaugos, kaip ir apgyvendinimas yra svarbi turizmo paslaugų sudėtinė dalis. Išplėtotas maitinimo įstaigų tinklas, europietiškus standartus atitinkanti paslaugų kokybė ir geras maistas, sudaro teigiamą vietovės turistinį įvaizdį ir skatina pajamų iš turizmo augimą. Turizmo požiūriu svarbią rolę vaidina tradicinių patiekalų ir gėrimų gamyba bei pardavimas maitinimo įstaigose. Šie patiekalai yra šalies kultūros dalis.

Kauno miesto viešojo maitinimo infrastruktūrą sudaro restoranai, kavinės, barai, valgyklos ir užkandinės. Miesto maitinimo įstaigas galima suskirstyti į tradicinės „virtuvės“ ir greitojo maisto paruošimo maitinimo įstaigas.

1.13.1. lentelė. Maitinimo įstaigų tinklas didžiuosiuose Lietuvos miestuose 2007–2010 m.

Rodiklis / Metai	2007	2008	2009	2010	Pokytis 2007-2010 m. proc.
Kauno m. sav.					
Maitinimo vienetų skaičius, metų pabaigoje	408	441	415	432	5,9
Maitinimo vienetų vietų skaičius, metų pabaigoje, tūkst.	20,1	25,9	23,6	24,8	23,4
Maitinimo vienetų vietų skaičius 1000 gyventojų, metų pabaigoje	56	73	67	72	28,6
Klaipėdos m. sav.					
Maitinimo vienetų skaičius, metų pabaigoje	225	247	225	231	2,7
Maitinimo vienetų vietų skaičius, metų pabaigoje, tūkst..	12,4	13,7	12,4	13,7	10,5

Maitinimo vienetų vietų skaičius 1000 gyventojų, metų pabaigoje	67	74	68	76	13,4
Panevėžio m. sav.					
Maitinimo vienetų skaičius, metų pabaigoje	139	154	145	148	6,5
Maitinimo vienetų vietų skaičius, metų pabaigoje, tūkst..	6,5	7,2	6,9	7	7,7
Maitinimo vienetų vietų skaičius 1000 gyventojų, metų pabaigoje	57	63	61	63	10,5
Šiaulių m. sav.					
Maitinimo vienetų skaičius, metų pabaigoje	122	132	124	130	6,6
Maitinimo vienetų vietų skaičius, metų pabaigoje, tūkst..	4,7	5,3	5	5,4	14,9
Maitinimo vienetų vietų skaičius 1000 gyventojų, metų pabaigoje	37	42	40	44	18,9
Vilniaus m. sav.					
Maitinimo vienetų skaičius, metų pabaigoje	931	1024	964	994	6,8
Maitinimo vienetų vietų skaičius, metų pabaigoje, tūkst..	66,7	68,6	68,4	78,3	17,4
Maitinimo vienetų vietų skaičius 1000 gyventojų, metų pabaigoje	120	123	122	140	16,7

Šaltinis: Statistikos departamentas

2007–2010 m. Kauno mieste maitinimo įstaigų ir vietų jose skaičius kito netolygiai: 2007–2008 m. maitinimo įstaigų ir vietų jose skaičius augo (maitinimo įstaigų skaičius išaugo 8,1 proc., vietų skaičius jose – 28,9 proc.), 2008–2009 m. prasidėjus ekonominiam nuosmukiui ėmė mažėti (maitinimo įstaigų skaičius sumažėjo 5,9 proc., vietų skaičius jose – 8,9 proc.), o 2009–2010 m. ekonomikai pamažu ėmus kilti vėl ėmė augti (maitinimo įstaigų skaičius išaugo 4,1 proc., vietų skaičius jose – 5,1 proc.). Panašios tendencijos vyravo ir kituose Lietuvos didžiuosiuose miestuose.

2010 m. duomenis, palyginus su 2007 m. duomenimis, sparčiausiai maitinimo įstaigų vietų skaičius ir atitinkamai maitinimo įstaigų vietų skaičius tenkantis 1000 gyventojų augo Kauno mieste (atitinkamai 23,4 proc. ir 28,6 proc.) ir Vilniaus mieste (atitinkamai 17,4 proc. ir 16,7 proc.), lėčiausiai Panevėžio mieste (atitinkamai 7,7 proc. ir 10,5 proc.) ir Klaipėdos mieste (atitinkamai 10,5 proc. ir 13,4 proc.).

Kauno miesto turistai maitinimo paslaugas gali gauti mieste veikiančiuose restoranuose, kavinėse ir baruose. Maitinimo paslaugos taip pat organizuojamos viešbučiuose ir kitose apgyvendinimo įstaigose. Atsižvelgiant į renginio pobūdį ir dalyvių skaičių, miesto maitinimo įstaigos gali pasiūlyti įvairius maitinimo organizavimo būdus: „Gala dinner“, dideli įprastiniai priėmimai, įmonių priėmimai, privatūs priėmimai, kokteilių priėmimai ir kt. Didelių renginių dalyviams (pvz. konferencijų, dalykinių susitikimų ir kt.) maitinimas gali būti organizuojamas viešbučiuose (pvz.: „Park Inn Kaunas“) ir kitose didelėse erdvėse (pvz.: Kauno „Žalgirio“ arena), performuojant patalpas ir jas pritaikant pagal renginio pobūdį. Tokiu būdu maitinimas vienoje vietoje gali būti suorganizuotas renginiams, kurių dalyvių skaičius siekia iki 500 asmenų.

Apibendrinimas. Pastaraisiais metais gerėjantys maitinimo paslaugas teikiančių įstaigų rodikliai Kauno mieste, rodo augantį Kauno miesto turistinį patrauklumą. Kauno miestas turi išvystytą maitinimo įstaigų tinklą, galintį Lietuvos ir užsienio turistams pasiūlyti tradicinių lietuviškų ir visame pasaulyje populiarių patiekalų. Maitinimo įmonės aktyviausiai plečiasi gausiausiai turistų lankomose miesto dalyse (senamiestyje ir naujamiestyje) ir šalia turizmo traukos objektų. Aptarnavimas restoranuose, ypač tuose, kurie įsikuria aukštos klasės viešbučiuose yra aukštos kokybės ir atitinkantis visus Europos standartus.

Lietuvos tradicinė virtuvė yra savita ir unikali, atspindinti šalies kultūrą ir papročius. Tinkama rinkodarinė veikla, skatinanti susipažinti su Lietuvos tradiciniais patiekalais ir gėrimais yra ypatingai svarbi siekiant pritraukti didesnius užsienio turistų srautus. Šiuo metu Kauno mieste tradicinių lietuviškų patiekalų galima paragauti „Bajorkiemyje“, „Bernelių smuklėje“, „Bernelių užkeigoje“, „Čili Kaime“, „Katpėdėlės pirkioje“, restorane „Lietuviški patiekalai“, „Medžiotojų užkeigoje“ ir kitose miesto maitinimo įstaigose.

Viena pagrindinių problemų maitinimo paslaugų sektoriuje yra nepakankama rinkodarinė veikla, skatinanti užsienio turistų domėjimąsi tradicine Lietuviška virtuve. Nors Lietuvos virėjai yra pasiekę analogišką lygį, kaip ir Vakarų Europos šalių kulinarai, o tradicinė virtuvė savo savitumu nenusileidžia daugelio pasaulio šalių virtuvių, lietuviški patiekalai vis dar nėra gerai žinomi už šalies ribų. Dar viena Kauno miesto maitinimo įstaigų problema yra ta, kad ne visose maitinimo įstaigose galima susikalbėti užsienio kalbomis, o mažesnių ir mažiau žinomų maitinimo įstaigų paslaugų kokybė yra nepakankamo lygio.



1.14. TURIZMO INFORMACIJOS CENTRŲ VEIKLA IR INFORMACIJOS SKLAIDA

Vieni pagrindinių turizmo informacijos teikėjų Kauno mieste yra turizmo informacijos centrai. Turizmo informacijos centrų veikla yra reglamentuota LR Turizmo įstatyme. Turizmo informacijos gavėjai yra užsienio turistai ir vietiniai gyventojai. Turizmo informacijos centrų pagrindinė funkcija – plėsti atvykstantįjį turizmą į šalį ar regionus ir pateikti lankytojams išsamią informaciją.

LR Turizmo įstatyme nurodoma, kad Turizmo informacijos centras, naudojantis turizmo informacijos ženkla, privalo: būti sudaręs su Valstybiniu turizmo departamentu sutartį dėl teisės naudoti turizmo informacijos ženkla; rinkti, kaupti ir nemokamai teikti informaciją apie vietovės turizmo išteklius ir turizmo paslaugas; rengti, leisti ir platinti informacinius ir kartografinius leidinius apie vietovės turizmo išteklius ir turizmo paslaugas; teikti turizmo informaciją internete ir turizmo išteklių ir turizmo paslaugų duomenis Lietuvos turizmo informacijos sistemai.

2012 m. pradžioje Kauno miesto savivaldybėje veikė trys turizmo informacijos centrai: VšĮ Kauno turizmo informacijos centras, įregistruotas adresu Laisvės al. 36, Kaunas; VšĮ „Kauno vartai“, įregistruoti adresu Rotušės a. 29, Kaunas ir UAB „Mūsų odisėja“, įregistruota adresu M. Valančiaus g. 19, Kaunas. VšĮ „Kauno vartai“ ir UAB „Mūsų odisėja“ yra privatūs turizmo informacijos centrai, veiklą vykdančios registracijos adresais. VšĮ Kauno turizmo informacijos centras yra Kauno miesto savivaldybės įstaiga, veiklą vykdanči registracijos adresu ir keturiose klientų aptarnavimo punktuose: Kauno oro uoste, adresu Karmėlava, Kauno rajonas; Kauno autobusų stotyje, adresu Vytauto pr. 24, Kaunas; „Park Inn“ viešbutyje, adresu K. Donelaičio g.

27, Kaunas ir Kauno geležinkelio stotyje, adresu M. K. Čiurlionio g. 16, Kaunas. Turizmo informacija turistams teikiama tiesiogiai, atvykus į vietą, telefonu, elektroniniu paštu, įstaigų interneto svetainėse. VšĮ Kauno turizmo informacijos centras kiekvienais metais leidžia leidinį „Kauno regiono gidą“, o taip pat Kauno miesto turistinį žemėlapi.

VšĮ Kauno turizmo informacijos centras yra svarbiausias turizmo informacijos skleidėjas Kauno mieste, 2007–2011 m. aptarnavęs 60–90 proc. visų turizmo informacijos centrų lankytojų. VšĮ Kauno turizmo informacijos centras, vadovaudamasis įstatuose keliamais tikslais, populiarina Kauno miestą bei jame esančius turistinius išteklius Lietuvoje ir užsienyje, bei kurdamas Kauno, kaip svetingo ir patrauklaus, miesto įvaizdį prisideda prie teigiamo Lietuvos turizmo įvaizdžio formavimo. Centras buvo įsteigtas 1999 metų liepos 1d. Birštono miesto tarybos, Kauno apskrities viršininko administracijos, Kauno miesto tarybos ir Kauno rajono tarybos sprendimu. 2010 m. pabaigoje centras perėjo Kauno miesto savivaldybės nuosavybėn, kuri liko vieninteliu centro savininku.

1.14.1. lentelė. Lietuvos didžiųjų miestų turizmo informacijos centruose apsilankusių lankytojų skaičius, 2007–2011 m.

Miestas / Metai	2007	2008	2009	2010	2011	Pokytis 2007–2011 m., proc.
Kauno m. sav.	105400	117561	101676	110223	137350	30,3
Klaipėdos m. sav.	58778	60158	65069	66182	61036	3,8
Panevėžio m. sav.	17990	10588	14931	13108	15340	-14,7
Šiaulių m. sav.	14792	18556	15226	14094	12944	-12,5
Vilniaus m. sav.	45695	50380	74444	86868	114036	149,6

Šaltinis: Statistikos departamentas

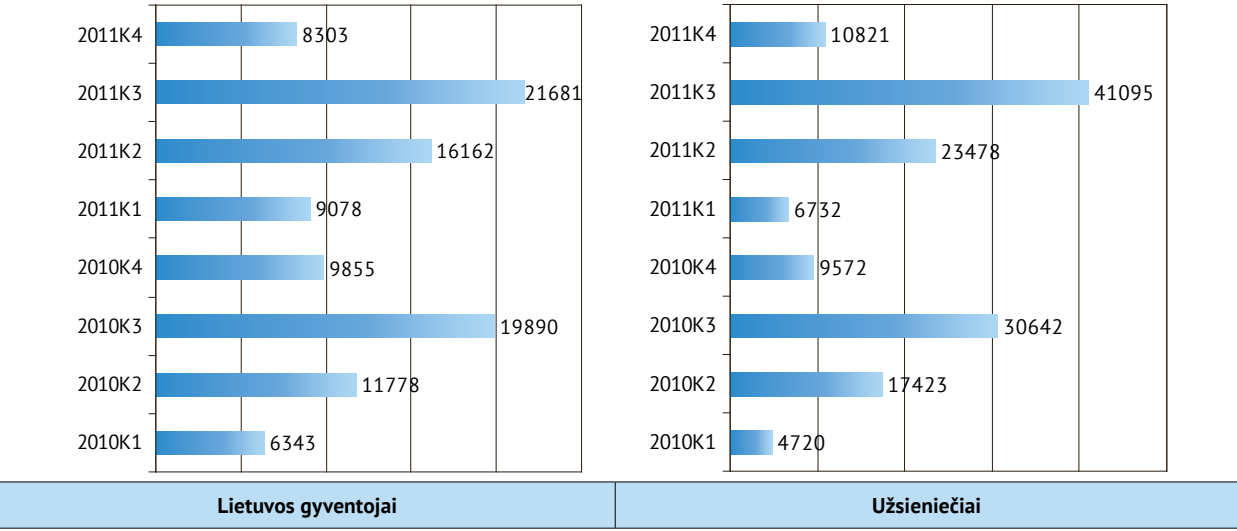
2007–2011 m. Lietuvos didžiųjų miestų turizmo informacijos centruose apsilankusių lankytojų skaičius kito netolygiai. Kauno miesto turizmo informacijos centruose lankytojų skaičius augo 2007–2008 m. (12161 lankytoju arba 11,5 proc.), ėmė mažėti 2008–2009 m. (15885 lankytojais arba 13,5 proc.) ir vėl išaugo 2009–2011 m. (35674 lankytojais arba 35,1 proc.).

2011 m. duomenis, palyginus su 2007 m. duomenimis, turizmo informacijos centruose apsilankusių lankytojų skaičius, iš visų didžiųjų Lietuvos miestų, išaugo Kauno mieste (30,3 proc.), Klaipėdos mieste (3,8 proc.) ir Vilniaus mieste (149,6 proc.), o sumažėjo – Panevėžio mieste (14,7 proc.) ir Šiaulių mieste (12,5 proc.). Kauno miesto turizmo informacijos centruose visu nagrinėjamu laikotarpiu buvo aptarnaujama daugiau lankytojų nei kituose didžiųjų Lietuvos miestų turizmo informacijos centruose.

Lietuvos didžiųjų miestų turizmo informacijos centruose apsilankusių lankytojų skaičius ir jo kitimo dinamika rodo miestų turistinį patrauklumą ir turizmo plėtros galimybes. Iš lentelės duomenų galima matyti, kad didžiausiu turistiniu potencialu pasižymi Vilniaus miestas, Kauno miestas ir Klaipėdos miestas. Mažėjantis turizmo informacijos centrų lankytojų skaičius rodo nepakankamą Panevėžio miesto ir Šiaulių miesto turistinį patrauklumą.

Kauno miesto turizmo informacijos centrų lankytojų skaičiaus priklausomumas nuo metų laiko (t.y. sezoniškumas) pateiktas 1.14.1. paveiksle.

1.14.1. pav. Kauno miesto turizmo informacijos centruose apsilankiusių lankytojų skaičiaus dinamika 2010–2011 m.



Šaltinis: Statistikos departamentas

Kauno miesto turizmo paslaugų ir produktų paklausa yra stipriai įtakojama sezoniškumo. Šią tendenciją atspindi 1.12.1. paveiksle esantys duomenys, kuriuose matyti, kaip kinta Kauno miesto turizmo informacijos centruose apsilankiusių Lietuvos ir užsienio turistų skaičius, priklausomai nuo sezono laiko. Lankytojų skaičius (tiek Lietuvos gyventojų, tiek ir užsieniečių) miesto turizmo informacijos centruose ima augti nuo II ketvirčio (t.y. balandžio–birželio mėnesiais), augimo viršūnę pasiekia III ketvirtį (t.y. liepos–rugsėjo mėnesiais) ir vėl ima mažėti IV ketvirtį (spalio–gruodžio mėnesiais). Patraukliausiu turizmui laikotarpiu, 2011 m. IV ketvirtį, Kauno miesto turizmo informacijos centruose apsilankė 19890 Lietuvos gyventojų ir 30642 užsienio gyventojai. Mažiausiai turizmui patraukliu laikotarpiu, 2011 m. I ketvirtį, Kauno miesto turizmo informacijos centruose apsilankė 8303 Lietuvos gyventojai ir 10821 užsienio gyventojas.

Pateikti duomenys rodo, kad Kauno miestas yra patrauklus turizmui pavasario ir vasaros sezono metu, kai ypatingai palankios sąlygos plėtoti kultūrinį, pramoginį ir poilsinį turizmą. Tačiau miestas susilaukia mažiau turistų dėmesio rudens ir žiemos sezono metu. Tai rodo, kad mieste yra nepakankamai išvystytas žiemos turizmo paslaugų ir produktų pasirinkimas, o tai stabdo turizmo plėtrą mieste ir didina turizmo, kaip ekonominės veiklos sezoniškumą.

Nagrinėjant 2011 m. į Kauno miestą atvykusių ir turizmo informacijos centruose apsilankiusių turistų skaičių verta paminėti, kad didžiausios miesto atvykstamojo turizmo rinkos yra Lenkija, Rusija, Suomija, Vokietija ir Jungtinė Karalystė. Iš kiekvienos šių valstybių į Kauno miestą atvyko ir turizmo informacijos centruose apsilankė virš 5000 lankytojų. Mažiausios miesto atvykstamojo turizmo rinkos yra visos Afrikos valstybės, Australija ir Okeanija, Austrija, Bulgarija, Danija, Graikija, Islandija, Izraelis, JAV, Kanada, Kinija, Liuksemburgas, Nyderlandai, Portugalija, Rumunija, Slovakija, Šveicarija, Turkija ir Vengrija. Iš kiekvienos šių valstybių į Kauno miestą atvyko ir turizmo informacijos centruose apsilankė iki 1000 turistų.

1.14.2. lentelė. Kauno miesto atvykstamojo turizmo rinkos 2011 m.

Atvykusių turistų skaičius	Šalis, iš kurios atvyko turistai
iki 1000	Afrikos valstybės, Australija ir Okeanija, Austrija, Bulgarija, Danija, Graikija, Islandija, Izraelis, JAV, Kanada, Kinija, Liuksemburgas, Nyderlandai, Portugalija, Rumunija, Slovakija, Šveicarija, Turkija, Vengrija.
nuo 1001 iki 3000	Čekija, Estija, Baltarusija, Belgija, Japonija, Norvegija, Švedija, kitos Amerikos valstybės.
nuo 3001 iki 5000	Airija, Ispanija, Italija, kitos Azijos valstybės, Jungtinė Karalystė, Latvija, Prancūzija.
5001 ir daugiau	Lenkija, Rusija, Suomija, Vokietija.

Pastaba. Sudaryta remiantis lankytojų skaičiumi Kauno miesto turizmo informacijos centruose
Šaltinis: Statistikos departamentas

Apibendrinimas. Kauno miesto turizmo informacijos centrai yra miesto įvaizdžio formavimo ir rinkodaros atstovybės, veikiantys kaip pagrindiniai turizmo informacijos rinkimo, apdorojimo ir sklaidos vienetai. Didžiausias Kauno miesto turizmo informacijos centras, kuriam tenka svarbiausias vaidmuo renkant ir skleidžiant turizmo informaciją, o taip pat formuojant miesto įvaizdį, yra savivaldybės nuosavybės teise valdomas VšĮ Kauno turizmo informacijos centras.

Nors Kauno miesto turizmo informacijos centruose pastaraisiais metais daugėja apsilankiusių Lietuvos ir užsienio turistų skaičius, tačiau miesto turistinis patrauklumas yra stipriai priklausomas nuo sezoniškumo. Turistų skaičius mieste ir turizmo informacijos centrų lankomumas ima augti pavasarį ir didžiausią mastą pasiekia vasaros sezono metu, tuo tarpu mažėti ima rudenį ir žemiausią lygį pasiekia žiemos sezono metu. Tai rodo, kad Kauno mieste vis dar nėra pakankamai išplėtos žiemos turizmo paslaugos ir produktai, galintys į miestą pritraukti turistus žiemos sezono metu ir sumažinti sezoniškumo įtaką turistų srautams. Siekiant mažinti turizmo sezoniškumą, būtina intensyviau plėtoti konferencinį turizmą, taip pat gamtinius Kauno miesto išteklius (pvz.: Kauno marios, viešosios erdvės) pritaikyti žiemos sportui ir pramogoms plėtoti (pvz.: žiemos burlenčių sporto aktyvinimas; slidinėjimo trasų, čiuožyklų viešuose vietose įrengimas).

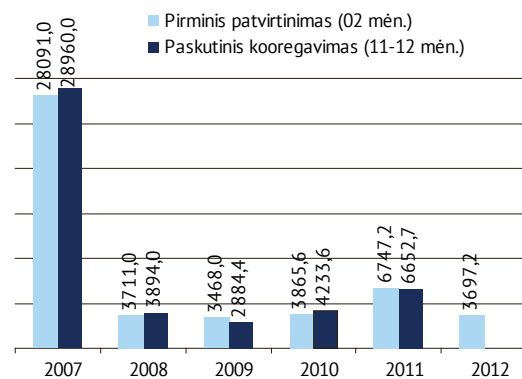
Kauno miesto atvykstamojo turizmo srautus ir turizmo rinkas lemia keli faktoriai: sausumos transporto infrastruktūra ir jos išvystymo lygis; oro transporto infrastruktūra ir jos išvystymo lygis; atstumas nuo turistų gyvenamosios vietos iki tikslinės turistinės vietos. Būtent atstumas įtakoja planuojamos kelionės trukmę ir kainą, todėl dažnai įtakoja ir pasiekiamumo patrauklumą. Atsižvelgiant į tai, galima teigti, kad Kauno miestui prioritetinės sritys yra: kaimyninių šalių atvykstamojo turizmo rinkos, pvz.: Latvija, Lenkija, Rusija, šias tendencijas lemia netolimas atstumas ir galimybė šalį pasiekti autotransporto priemonėmis ar geležinkeliais; šalių rinkos, iš kurių Kauno miestą galima lengvai pasiekti oro transportu ir kurios tarp Lietuvos gyventojų yra patrauklios, kaip emigracijos kryptys, pvz.: Jungtinė Karalystė, Airija, Ispanija, Vokietija.



1.15. TURIZMO SEKTORIAUS FINANSAVIMAS IR INVESTICIJOS

Vienas svarbiausių Kauno miesto konkurencingumo didinimo uždavinių yra patrauklaus miesto įvaizdžio sukūrimas, nuolatinis jo populiarinimas ir atvykstamojo turizmo skatinimas. Kauno miesto savivaldybė siekdama šio ir kitų, su turizmu susijusių tikslų įgyvendinimo, kiekvienais metais biudžete numato lėšas Kauno miesto įvaizdžio formavimo ir turizmo plėtros priemonėms, kurios yra panaudojamos įgyvendinant Miesto įvaizdžio kūrimo ir turizmo programą (iki 2007 m. buvo įgyvendinamos dvi programos Miesto įvaizdžio kūrimo programa ir Turizmo programa, kurios 2008 m. buvo apjungtos į vieną programą).

1.15.1. pav. Miesto įvaizdžio kūrimo ir turizmo programos finansavimas 2007–2012 m., tūkst. Lt



Pastaba: 2007 m. stulpeliuose pateikiamos Miesto įvaizdžio kūrimo ir Turizmo programų lėšos
Šaltinis: Kauno miesto savivaldybės administracija

2007–2012 m. miesto įvaizdžio formavimo ir turizmo plėtros priemonių finansavimas Kauno mieste kito netolygiai. Didžiausias finansavimas miesto įvaizdžiui ir turizmui buvo skiriamas 2007 m. (pirminis finansavimas 28091,0 tūkst. Lt, po paskutinio koregavimo – 28960,0 tūkst. Lt arba 3,1 proc. daugiau), kai miesto biudžete buvo tvirtinamos dvi programos, Miesto įvaizdžio kūrimo programa ir Turizmo programa. Mažiausias finansavimas Kauno miesto įvaizdžiui ir turizmui buvo skiriamas 2009 m. (pirminis finansavimas 3468,0 tūkst. Lt, po paskutinio koregavimo – 2884,4 tūkst. Lt arba 16,8 proc. mažiau), kai šalies ekonomiką apėmė nuosmukis, kuris tiesiogiai paveikė ir visų šalies savivaldybių biudžetus. 2012 m. vasario mėn. 23 d. Kauno miesto savivaldybės tarybos sprendimu Nr. T-40 Miesto įvaizdžio kūrimo ir turizmo programai numatytas 3697,2 tūkst. Lt finansavimas arba 45,2 proc. mažesnis nei pirminis patvirtintas programos finansavimas 2011 m.

Miesto įvaizdžio kūrimo ir turizmo programa apima informacijos apie Kauno miestą sklaidos, turizmo informacijos paslaugų plėtros ir atvykstamojo turizmo skatinimo, savivaldybės dalyvavimo įvairių šalies ir tarptautinių organizacijų ir asociacijų veikloje, inovacijų kūrimo ir diegimo versle skatinimo, paramos nevyriausybinėms organizacijoms priemonės. Programos finansavimas tiesiogiai priklauso nuo ekonominės situacijos šalyje ir Kauno miesto biudžeto einamaisiais metais, numatomų įgyvendinti priemonių finansavimo poreikio ir priemonių prioritetiškumo, kitų priemonių ir programų atžvilgiu, numatomų įgyvendinti Europos Sąjungos ir kitų fondų bendrai finansuojamų projektų apimties finansine išraiška ir savivaldybės biudžeto koofinansavimo projektų įgyvendinimui.

Kauno miestas siekia skatinti atvykstamąjį ir vietos turizmą. Tam tikslui, būtina tinkamai panaudoti gamtos išteklius, kultūros paveldą ir kurti palankias aktyvaus poilsio sąlygas. Miesto estetiškas vaizdas, viešosios turizmo infrastruktūros išvystymo lygis ir būklė arba infrastruktūros trūkumas tiesiogiai veikia Kauno miesto turistinį patrauklumą ir gebėjimą konkuruoti turizmo rinkoje su kitais didžiais Lietuvos ar net Europos miestais. Atsižvelgiant į tai, kiekvienais metais, panaudojant Europos Sąjungos ir kitų fondų lėšas, o taip pat vidinius resursus mieste įgyvendinami stambūs turizmo infrastruktūros modernizavimo ir plėtros, o taip pat turizmo rinkodaros ir paslaugų plėtros projektai. Projektus įgyvendina Kauno miesto savivaldybės administracija, savivaldybės administracijos įstaigos, o taip pat ir kiti miesto infrastruktūros plėtra suinteresuoti ūkio subjektai.

1.15.1. lentelė. Turizmo plėtrą skatinantys investiciniai projektai Kauno mieste

Projektai	Igyvendinimo laikotarpis	Investicijų vertė, Lt
Įgyvendinti projektai		
„Kauno miesto įvaizdžio strategija“	2009–2011 m.	89 900
„Kauno regiono kempingo su paplūdimiu įrengimas prie Lampėdžių karjero“	2009–2011 m.	2 010 000
„Kauno pramogų ir sporto rūmai Nemuno saloje, Karaliaus Mindaugo pr. 50“	2008–2011 m.	50 000 000
„Tarptautinio aviaturizmo inauguracija“	2010–2011 m.	15 180
„Perkūno namo pritaikymas bendruomenės poreikiams“	2009–2010 m.	182 584
„Kauno pilies atkūrimas ir pritaikymas visuomenės poreikiams I ir II etapais“	2008–2011 m.	I etapas 2 026 691 II etapas 25 322
Įgyvendinami projektai		
„Kauno Bernardinų vienuolyno ir Šv. Jurgio Kankinio bažnyčios pastatų komplekso sutvarkymas ir pritaikymas viešojo turizmo poreikiams“	2009–2012 m.	7 000 000
„Gatvių elektros apšvietimo tinklų įrengimas. II etapas - Kauno pilies aplinka - Kauno pilies takai - Pilies g.“	2010–2012 m.	880 000
„Turizmo informacinių rinkodaros paslaugų plėtra Kauno regione“	2010–2012 m.	164 406
„„Girstučio“ kultūros ir sporto rūmų rekonstrukcija, Kovo 11-osios g.26, Kaunas“	2007–2012 m.	5 000 000
„Pažaislio kamaldulių vienuolyno svečių namo restauravimas ir pritaikymas turizmui“	2009–2012	8 881 895,88
„Jėzuitų komplekso Kaune pritaikymas turizmui“	2011–2012 m.	703 869
„SMOOTH“	2010–2012 m.	1 051 447
Numatomi įgyvendinti projektai		
„Viešosios turizmo infrastruktūros įrengimas Kauno kempinge Jonavos g.“	2012–2013 m.	780 878
„S. Dariaus ir S. Girėno sporto centro stadiono Perkūno al. 5, Kaune, rekonstrukcija“	2013–2014 m.	12 000 000
„Kauno miesto dviračių takų įrengimo, remonto ir priežiūros darbų 2012–2013 metų programa“	2012–2013 m.	5 138 770

Šaltinis: Kauno miesto savivaldybės administracija

2009–2011 m. Kauno miesto savivaldybės administracijos užsakymu buvo parengta Kauno miesto įvaizdžio strategija. Strategijos rengimas iš dalies finansuotas ES lėšomis. Strategija buvo siekiama atskleisti Kauno miesto identitetą ir nustatyti miesto konkurencingumo didinimo uždavinius ir priemones, kurias įgyvendinus gerėtų miesto įvaizdis ir būtų sudarytos prielaidos turizmo ir su turizmu susijusių paslaugų plėtrai.

Siekdamas padidinti turizmo informacinių paslaugų prieinamumą ir sustiprinti turizmo rinkodarinę veiklą Kauno regione, VŠĮ Kauno turizmo informacijos centras 2010 m. pradėjo ir 2012 m. numato pabaigti įgyvendinti projektą „Turizmo informacinių rinkodaros paslaugų plėtra Kauno regione“. Projektu numatoma sukurti interaktyvius turistinius maršrutus, elektronines turizmo paslaugas, pristatančias Kauno regioną internete. Projektas iš dalies finansuojamas ES lėšomis.

Kultūrinio turizmo plėtrai svarbūs Kauno miesto savivaldybės administracijos 2008–2011 m. įgyvendintas „Kauno pilies atkūrimas ir pritaikymas visuomenės poreikiams I ir II etapai“ ir 2010–2012 m. įgyvendinamas „Gatvių elektros apšvietimo tinklų įrengimas. II etapas - Kauno pilies aplinka - Kauno pilies takai - Pilies g.“ projektai. Projektai iš dalies finansuojami ES, EEE ir Norvegijos finansinių mechanizmų lėšomis. Pirmuoju projektu buvo atkurti Kauno pilies fragmentai, pilį pritaikant visuomenės poreikiams, o antruoju – numatoma įrengti Kauno pilies teritorijos apšvietimą. Kauno pilis yra vertingas Kauno miesto kultūros paveldo ir stiprus turizmo traukos objektas.

Miesto kultūrinį patrauklumą taip pat didina VŠĮ „DOMUS PACIS“ 2009–2012 m. įgyvendinamas projektas „Kauno Bernardinų vienuolyno ir Šv. Jurgio Kankinio bažnyčios pastatų komplekso sutvarkymas ir pritaikymas viešojo turizmo poreikiams“. Projekto metu bus atlikti Kauno Bernardinų vienuolyno ir Šv. Jurgio Kankinio bažnyčios pastatų komplekso tvarkybos ir rekonstrukcijos darbai. VŠĮ Kauno jėzuitų gimnazija 2009–2010 m. įgyvendino projektą „Perkūno namo pritaikymo bendruomenės poreikiams“, kurio metu buvo parengta kultūros paveldo objekto – Perkūno namo, rinkodaros strategija, o 2011–2012 m. UAB „Mūsų odisėja“ įgyvendinamo projekto „Jėzuitų komplekso Kaune pritaikymas turizmui“ metu bus atlikti vienuolyno ir Perkūno namo tvarkybos ir pritaikymo turizmui darbai. VŠĮ Pažaislio kultūros ir turizmo centras 2009–2012 m. įgyvendina projektą „Pažaislio kamaldulių vienuolyno svečių namo restauravimas ir pritaikymas turizmui“, kurio metu bus rekonstruotas ir apgyvendinimo paslaugoms pritaikytas vienuolyno svečių namas. Kultūros paveldo objektų tvarkybos ir pritaikymo turizmui projektai iš dalies finansuojami ES, EEE ir Norvegijos finansinių mechanizmų lėšomis.

Sporto ir renginių turizmui reikšmingi Kauno miesto savivaldybės administracijos įgyvendinti ir numatomi įgyvendinti projektai: „Kauno pramogų ir sporto rūmai Nemuno saloje, Karaliaus Mindaugo pr. 50, „Girstučio“ kultūros ir sporto rūmų rekonstrukcija, Kovo 11-osios g. 26, Kaunas“, „S. Dariaus ir S. Girėno sporto centro stadiono Perkūno al. 5, Kaune, rekonstrukcija“. Pirmieji du projektai iš dalies finansuojami ES lėšomis, o trečiasis bus finansuojamas Valstybės investicijų programos lėšomis. Kauno „Žalgirio“ arena Kauno mieste pastatyta 2009–2011 m. Tai viena didžiausių arenų Baltijos šalyse, galinčių organizuoti ne tik sporto renginius, bet ir kitus pramoginius bei kultūrinius renginius, o taip pat įvairaus dydžio konferencijas. 2007 m. Kauno mieste buvo pradėti „Girstučio“ kultūros ir sporto rūmų rekonstrukcijos darbai, kuriais numatoma buvusiuose kultūros ir sporto rūmuose įkurti daugiafunkcinį vandens sporto, pramogų ir sveikatingumo kompleksą. Projektą numatoma baigti įgyvendinti 2012 m. 2013–2014 m. Kauno mieste numatoma rekonstruoti S. Dariaus ir S. Girėno sporto stadioną, jį pritaikant tarptautinius standartus atitinkančių sporto renginių organizavimui.

Siekdama paskatinti autoturizmą, Kauno miesto savivaldybės administracija 2009–2011 m. įgyvendino projektą „Kauno regiono kempingo su paplūdimiu įrengimas prie Lampėdžių karjero“, kurio metu Lampėdžių karjero šiaurės–rytų pakrantėje buvo įrengtas trečios klasės kempingas su paplūdimiu. Projektas iš dalies finansuotas ES lėšomis. 2012–2013 m. savivaldybės administracija numatė įgyvendinti projektą „Viešosios turizmo infrastruktūros įrengimas Kauno kempinge Jonavos g.“, kurio metu bus atnaujinta turizmo infrastruktūra Kauno kempinge (Jonavos g.). Projektas bus iš dalies finansuojamas ES lėšomis.

Aviacinis turizmas Kauno mieste buvo skatinamas Asociacijai Kauno aeroklubas kartu su partneriais iš

Lenkijos („Aeroklub Krainy jezior“) ir Lietuvos (Asociacija Marijampolės aeroklubas) 2010–2011 m. įgyvendinus projektą „Tarptautinio aviaturizmo inauguracijos“, kuris buvo iš dalies finansuojamas ES lėšomis. Projekto metu Kauno S. Dariaus ir S. Girėno aerodrome buvo atnaujinta skrydžių aptarnavimui reikalinga įranga.

Aktyvius poilsio turizmui Kauno mieste svarbi dviračių takų būklė. 2011 m. Kauno miesto savivaldybės administracija tęsė projekto „SMOOTH“ įgyvendinimą, kurio metu buvo įrengti 118 vnt. dviračių stovų. 2012–2013 m. dviračių takų infrastruktūros remonto ir plėtros darbai bus vykdomi pagal 2012 m. vasario 23 d. Kauno miesto savivaldybės tarybos sprendimu Nr. T-47 patvirtintą programą „Kauno miesto dviračių takų įrengimo, remonto ir priežiūros darbų 2012–2013 metų programa“. Programa bus įgyvendinama iš Europos Sąjungos lėšų, paskolos lėšų, Aplinkos apsaugos rėmimo specialiosios programos lėšų, Kelių priežiūros ir plėtros programos lėšų ir kt. Vykdamas programą 2012 m. bus įrengtas dviračių takas po Vileišio tiltu (nuo Jonavos g. iki Kauno pilies po Vileišio tiltu), dviračių ir pėsčiųjų takas K. Baršausko g.–Girstupio g., dviračių takas Neries krantinė–Jotvingių g., suremontuotas Kalniečių parko dviračių takas, Šančių dviračių takas prie Nemuno, Jonavos g. dviračių takas, Dainavos parko dviračių takas, dviračių takas prie Klebonišio g., Panemunės šilo dviračių takas, Klebonišio miško dviračių takas, Panemunės dviračių takas, dviračių takas Senamiestis–M. K. Čiurlionio tiltas, parengtas dviračio tako Eiguliai–Kalniečiai–Žaliakalnis techninis projektas. 2013 m. bus įrengtas dviračių takas Studentų g.–Breslaujos g., dviračių takas Šilainiuose ir trys dviračių jungtys – Jonavos g.–Klebonišio g., Jotvingių g.–Domeikava, P. Lukšio g.–Klebonišio miško parkas, suremontuotas Biržiškių g. dviračių takas, Pažaislio dviračių takas. Programos metu taip pat bus atliekami dviračių takų priežiūros, ženklinimo ir želdinių priežiūros darbai.

Apibendrinimas. Turizmas – ekonominė veikla, daranti teigiamą poveikį ekonomikos augimui, užimtumui bei eksportui skatinti. Į regioną ar miestą atvykę turistai naudojami vietinių turizmo rinkos subjektų kuriama pasiūla, natūraliais gamtiniais ištekliais. Turistų išlaidos didina prekybos apimtį, finansines įplaukas, kuria darbo vietas, padeda surinkti daugiau mokesčių. Tačiau siekiant pasinaudoti šiais turizmo, kaip ekonominės veiklos teikiama privalumais, būtina investuoti į regiono ar miesto turizmo viešąją infrastruktūrą, kartu kuriant patrauklų vietovės ar miesto estetinį vaizdą.

2007–2012 m. Miesto įvaizdžio kūrimo ir turizmo programos priemonių finansavimas Kauno mieste kito netolygiai. Programos priemonės apėmė informacijos apie Kauno miestą sklaidą, turizmo informacijos paslaugų plėtrą ir atvykstamojo turizmo skatinimą, savivaldybės dalyvavimą įvairių šalies ir tarptautinių organizacijų ir asociacijų veikloje, inovacijų kūrimo ir diegimo versle skatinimą, paramos nevyriausybinėms organizacijoms projektams teikimą. Programos priemonių finansavimo dydį daugiausiai lėmė šalies ekonominė padėtis bei miesto biudžeto dydis, priemonių įgyvendinimo prioritetiškumas, o taip pat numatomų įgyvendinti investicinių projektų apimtys ir lėšų koofinansavimui poreikis.

Siekdama gerinti Kauno miesto estetinį vaizdą bei stiprinti Kauno, kaip patrauklaus investicijoms ir turizmui miesto įvaizdį, Kauno miesto savivaldybės administracija įgyvendina miesto infrastruktūros plėtros projektus. Vieni svarbiausių turizmo plėtros prasme yra savivaldybės įgyvendinti ir įgyvendinami projektai: Kauno „Žalgirio“ arenos statyba, Kauno regiono kempingo su paplūdimiu įrengimas, „Girstučio“ kultūros ir sporto rūmų rekonstrukcija, Kauno pilies ir jos aplinkos tvarkyba. Kauno miesto turistinį patrauklumą taip pat didina ir kitų ūkio subjektų įgyvendinami ir į turizmo infrastruktūrą bei miesto plėtrą nukreipti projektai, tokie kaip Kauno Bernardinų vienuolyno ir Šv. Jurgio Kankinio bažnyčios pastatų komplekso tvarkybos darbai, Jėzuitų komplekso tvarkybos darbai, Pažaislio kamaldulių vienuolyno svečių namo restauravimas ir kt.



Galimybės
• Kauno tarptautinio oro uosto skrydžių kryptių plėtra. • Europinės vėžės geležinkelio „Rail Baltica“ trasos įrengimas. • Pramoginės laivybos ir vandens turizmo plėtra. • Lietuvos konferencijų biuro įsteigimas ir dalykinio, konferencinio turizmo plėtra. • Žiemos sezono turizmo paslaugų ir produktų plėtra. • ES ir kitų fondų lėšomis finansuojamų turizmo infrastruktūros plėtros projektų įgyvendinimas. • Turizmo rinkodarinės veiklos stiprinimas.
Grėsmės
• Stipri konkurencija su kitais Lietuvos ir Europoje miestais. • Sezoniškumo įtaka turizmo sektoriui. • Nepakankamai sparti turizmo infrastruktūros plėtra. • Lėšų trūkumas turizmo traukos objektų atnaujinimui ir modernizacijai. • Nepakankamas miesto turistinis konkurencingumas žiemos sezono metu. • Lėta naujų interaktyvių turizmo paslaugų ir rinkodaros metodų plėtra. • Nepakankamas valstybės dėmesys unikaliems (pvz.: Lietuvos zoologijos sodas) miesto objektams. • Politinių sprendimų tęstinumo nebuvimas.

1.16. SSGG ANALIZĖ

Stiprybės
• Kauno miesto geografinis išsidėstymas. • Poilsui ir rekreacijai tinkamų gamtinių išteklių gausa. • Gerai išvystytas sausumos ir oro susisiekimo infrastruktūros tinklas. • Išplėtotą viešojo transporto susisiekimo infrastruktūra. • Kultūros, laisvalaikio ir aktyvaus poilsio paslaugų pasirinkimo įvairovė. • Gausus kultūros paveldo objektų ir lankytinų vietų pasirinkimas. • Išplėtotą konferencinio turizmo infrastruktūra ir konkurencingos kainos. • Didėjanti apgyvendinimo ir maitinimo paslaugų pasiūla mieste. • Augantis į miestą atvykstančių ir turizmo informacijos centruose apsilankiusių turistų skaičius. • Įgyvendinami turizmo infrastruktūros ir paslaugų plėtros projektai.
Silpnybės
• Nepakankamai išnaudojami kraštovaizdžio, architektūros ir kultūros paveldo objektai turizmo paslaugų plėtrai. • Didelis vidaus vandenų užterštumas. • Tinkamos turizmo infrastruktūros nebuvimas gamtinėse teritorijose. • Prasta Kauno miesto gatvių, šaligatvių dangos būklė. • Nepakankamai išplėtotas, vietomis prastos būklės dviračių takų tinklas. • Nepatenkinama miesto lankytinų vietų ir turizmo traukos objektų būklė. • Pramoginiam – pažintiniam plaukiojimui pritaikytų maršrutų, su visa reikalinga turizmo infrastruktūra, trūkumas. • Žiemos turizmo paslaugų ir produktų trūkumas. • Nepakankama rinkodarinė veikla skatinant turizmo plėtrą mieste. • Vieno išskirtinio traukos objekto nebuvimas.

2. TURIZMO PASLAUGŲ IR TURIZMO POREIKIO ĮVERTINIMAS IR ANALIZĖ



Šioje dalyje išanalizavus teikiamas turizmo paslaugas ir rinkoje esančius produktus, vadovaujantis apklausos rezultatais, pateikiamas jų poreikio vertinimas. 2.1. skyriuje apibūdinamos tyrimo tikslinės grupės ir tyrimo imtis. 2.2. skyriuje pateikiamos bendros tyrimo charakteristikos (naudoti metodai, duomenų apdorojimo būdas), sociodemografinės respondentų charakteristikos visoje tyrimo imtyje ir pagal skirtingas tikslines grupes. 2.3.-2.5. skyriuose pateikiama apibendrinta tyrimų rezultatų analizė pagal skirtingas tikslines grupes, pateikiant bendrus atsakymų pasiskirstymus, atsižvelgiant į tyrimo tikslą – išskiriami svarbiausi aspektai. 2.6. skyriuje pateikiama trumpa kitų Lietuvos miestų ir užsienio šalių geroji patirtis ir sprendiniai, kurie galėtų būti panaudojami vystant Kauno miesto turizmą. 2.7. skyriuje pateikiamos bendros atlikto tyrimo įžvalgos ir pasiūlymai remiantis gerąją kitų Lietuvos miestų ir užsienio šalių patirtimi.

2.1. TYRIMO TIKSLINĖS GRUPĖS

Siekiant objektyviai įvertinti turizmo paslaugų ir produktų poreikį buvo atliekamas nustatytų tikslinių grupių kiekybinis ir kokybinis tyrimas. Tyrimo tikslas – įvertinti turizmo produktų ir paslaugų poreikį Kauno mieste bei nustatyti galimus prioritetinius turizmo produktus, paslaugas ir vystymo kryptis.

Kiekybiniam ir kokybiniam tyrimui atlikti naudotas anketinės apklausos metodas. Parengti trys skirtingi klausimynai, kurie skirti buvo 3 skirtingoms tikslinėms grupėms:

- **Kauno miesto gyventojai.** Šios tikslinės grupės tyrimo duomenys atspindi gyventojų laisvalaikio leidimo įpročius, domėjimąsi miesto kultūra, lankytiniais objektais, vykstančiais renginiais, padeda išskirti miesto

turizmo vystymui svarbiausius lankytinus objektus, renginius, įvertinti teikiamų turizmo paslaugų ir turizmo infrastruktūros būklę.

- **Kitų Lietuvos miestų ir užsienio šalių gyventojai (turistai).** Šios tikslinės grupės tyrimo duomenys atspindi turistų lūkesčius ir apsisprendimą keliauti, lankyti tam tikrus objektus ar renginius įtakojantys veiksniai, padeda išskirti miesto turizmo vystymui svarbiausius lankytinus objektus, renginius, įvertinti teikiamų turizmo paslaugų ir turizmo infrastruktūros būklę.
- **Kauno miesto verslo, susijusio su turizmu, atstovai (verslininkai).** Šios tikslinės grupės tyrimo duomenys leidžia nustatyti esamą turizmo verslo situaciją, teikiamų paslaugų ir produktų pasiūlą, užsienio ir vietos turistų bei kitų klientų įpročius, miesto patrauklumą verslo plėtrai ir turizmo vystymui.

Imties dydžio nustatymas¹. Tikslinių grupių imties dydžio nustatymas buvo atliekamas trim etapais. Pirmame etape nustatytas imties dydis, atsižvelgiant į atsakymų atskiriems klausimams sklaidą (dispersiją (s^2)), norimą tikslumą (su kokia tikimybe imties rezultatai nesutampa su visos populiacijos rezultatais (α)) bei leistiną paklaidą (leistinas nukrypimas nuo tikrosios reikšmės (d)). Antrame etape imties dydis pakoreguotas atsižvelgiant į populiacijos dydį (N). Trečiajame etape nustatytas galutinis imties dydis (n) atsižvelgiant į tyrimo būdą, o tiksliau į atsiskaitymo lygį.

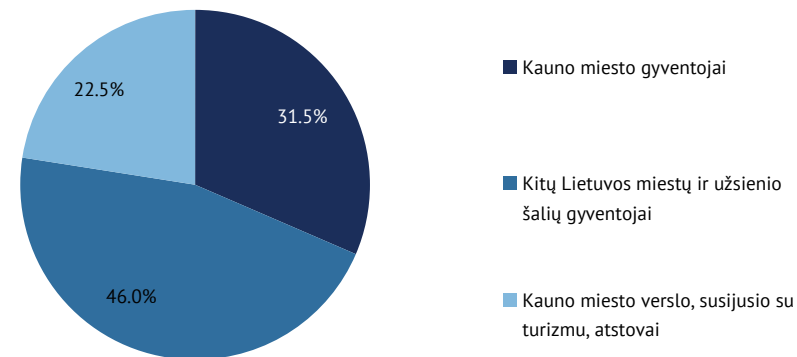
Apskaičiavus visų tikslinių grupių imties dydį, gauti tokie rezultatai: Kauno miesto gyventojai – $n=96$, kitų Lietuvos miestų ir užsienio šalių gyventojai – $n=198$, Kauno miesto verslo, susijusio su turizmu, atstovai – $n=88$.

Tyrimo imtis. Šiame tyrime buvo apklaustos trys respondentų imtys: Kauno miesto gyventojai ($N=164$), kitų Lietuvos miestų ir užsienio šalių gyventojai ($N=241$), Kauno miesto verslo, susijusio su turizmu, atstovai

¹ Išsami atliktų tyrimų ataskaita pateikiama 6 priede, todėl 2.1.-2.5. dalyse pateikiamos tik bendrosios tyrimo charakteristikos ir bendras atsakymų pasiskirstymas.

(N=118). Iš viso apklausta 524 respondentai, kurių pasiskirstymas pagal imtis pavaizduotas 2.1.1. paveiksle.

2.1.1. pav. Respondentų pasiskirstymas pagal tikslines grupes, proc.



Apibendrinimas. Siekiant objektyviau įvertinti turizmo paslaugas ir produktus, jų poreikį ir galimas prioritetines turizmo sritis, buvo atliktas kokybinis ir kiekybinis tyrimas. Iš viso tyrime dalyvavo 524 respondentai:

Kauno miesto gyventojai (N=164), kitų Lietuvos miestų ir užsienio šalių gyventojai (N=241), Kauno miesto verslo, susijusio su turizmu, atstovai (N=118).



2.2. BENDROSIOS TYRIMO CHARAKTERISTIKOS IR TYRIMO IMTIES APIBŪDINIMAS PAGAL ATSKIRAS RESPONDENTŲ GRUPES

Tyrimo būdai. Atsižvelgiant į kiekvienos tikslinės respondentų grupės specifiką, buvo pasirinkti skirtingi jų apklausimo būdai:

- Kauno miesto gyventojų tyrimui – anoniminė internetinė apklausa CAWI (angl. computer assisted web interview) ir anoniminė telefoninė apklausa CATI (angl. computer assisted telephone interview);
- Kitų Lietuvos miestų ir užsienio šalių gyventojų tyrimui – anoniminė internetinė apklausa CAWI (angl. computer assisted web interview), tiesioginis interviu būdas lankytinose vietose, dalis anketų buvo paliktos užpildyti turistams turizmo informacijos centruose, apgyvendinimo įstaigose.
- Kauno miesto verslo, susijusio su turizmu, atstovų tyrimui – anoniminė internetinė apklausa CAWI ir anoniminė telefoninė apklausa CATI.

Anoniminės internetinės apklausos CAWI buvo atliekamos pagal iš anksto parengtus ir suprogramuotus klausimynus, patalpintus www.apklausa.lt internetiniame puslapyje. Nuorodos į apklausas buvo patalpintos Kauno miesto savivaldybės svetainėje www.kaunas.lt bei platinamos elektroniniais laiškais. Informacija, kuriais el. paštais buvo siunčiamas kvietimas dalyvauti apklausoje, yra saugojama, tačiau dėl anketos anonimiškumo sunku vertinti, kurie iš respondentų atsakė į apklausą internetu.

Anoniminė telefoninė apklausa CATI buvo atlikta pagal iš anksto parengtą ir suprogramuotą klausimyną, kuriame apklausos atlikėjai fiksuoja respondentų atsakymus. Apklauses pateikdavo standartizuotus klausimus ir žymėdavo vieną iš galimų atsakymų variantų (pusiau atviri klausimai). Respondentų atranka buvo

atsitiktinė. Apklauso atlikėjai privalėjo fiksuoti kompiuteriniame apklauso protokole telefonų numerius tų respondentų, kuriems buvo skambinta. Šalia telefono buvo nurodoma, ar su respondentu nepavyko susisiekti, respondentas atsisakė dalyvauti tyrime ar respondentas dalyvavo tyrime. Visi pokalbiai buvo įrašomi.

Tiek tiesioginis interviu būdas, tiek apklausa turizmo informacijos centruose ir apgyvendinimo įstaigose buvo pasirinkti tikintys apklausti turistus, kurie kaip tik tuo metu lankosi Kauno miesto lankytinose vietose ar turizmo informacijos centruose. Tiek tiesioginio interviu, tiek turizmo informacijos centruose buvo prašoma respondentų nurodyti telefono numerį arba el. paštą tyrimo kontrolės tikslams.

Duomenų suvedimas ir apdorojimas. Analizuojant duomenis, buvo naudojamos Microsoft EXCEL ir statistinė SPSS programos. Vertinant rezultatus, atsižvelgiama į statistinę paklaidą, kuri atsiranda dėl to, kad yra daroma respondentų atranka, o ne vykdoma ištisinė apklausa. 2.2.1. lentelėje pateikiamos paklaidos proporcijai, esant įvairiam respondentų skaičiui bei atsakymų pasiskirstymui.

2.2.1. lentelė. Paklaidos proporcijai, esant įvairiam respondentų skaičiui ir atsakymų pasiskirstymui

Atrankos dydis \ Atsakymų pasiskirstymas										
	50	45/55	40/60	35/65	30/70	25/75	20/80	15/85	10/90	5/95
10	31,0	30,8	30,4	29,6	28,4	26,8	24,8	22,1	18,6	13,5
30	17,9	17,8	17,5	17,1	16,4	15,5	14,3	12,8	10,7	7,8
50	13,9	13,8	13,6	13,2	12,7	12,0	11,1	9,9	8,3	6,0
75	11,3	11,3	11,1	10,8	10,4	9,8	9,1	8,1	6,8	4,9
100	9,8	9,8	9,6	9,3	9,0	8,5	7,8	7,0	5,9	4,3
150	8,0	8,0	7,8	7,6	7,3	6,9	6,4	5,7	4,8	3,5
200	6,9	6,9	6,8	6,6	6,4	6,0	5,5	4,9	4,2	3,0
250	6,2	6,2	6,1	5,9	5,7	5,4	4,9	4,4	3,7	2,7
300	5,7	5,6	5,5	5,4	5,2	4,9	4,5	4,0	3,4	2,5
350	5,2	5,2	5,1	5,0	4,8	4,5	4,2	3,7	3,1	2,3
400	4,9	4,9	4,8	4,7	4,5	4,2	3,9	3,5	2,9	2,1
450	4,6	4,6	4,5	4,4	4,2	4,0	3,7	3,3	2,8	2,0
500	4,4	4,4	4,3	4,2	4,0	3,8	3,5	3,1	2,6	1,9
550	4,2	4,1	4,1	4,0	3,8	3,6	3,3	3,0	2,5	1,8
600	4,0	4,0	3,9	3,8	3,7	3,5	3,2	2,9	2,4	1,7
650	3,8	3,8	3,7	3,6	3,5	3,3	3,1	2,7	2,3	1,7

Pavyzdžiui, jei respondentų skaičius – 400, teigiamo atsakymo į klausimą vidurkis – 35 procentai. Tai reiškia, kad su 95% tikimybe galime teigti, jog tikroji atsakymo į klausimą reikšmė yra intervale 35% ± 4, 7%. Jei dominantis parametras yra vidurkis, tai jo statistinę paklaidą galima apskaičiuoti pagal formulę:

$$\Delta = z \sqrt{\frac{s^2}{n}}$$

kur:

z – konstanta, apibrėžiama pagal pasirinktą patikimumo lygmens reikšmę (žr. 2.2.2. lentelę);

s – standartinis nuokrypis;

n – imties dydis – apklaustųjų skaičius.

2.2.2. lentelė. Patikimumo lygmenų konstantos z +

Patikimumo lygmuo	60%	70%	80%	85%	90%	95%	97%	99%	99,70%
Konstanta z	+0,84	+1,03	+1,29	+1,44	+1,64	+1,96	+2,18	+2,58	+2,58

Gauti rezultatai pateikiami grafikuose su skaitine gautų rezultatų išraiška. Po grafikais pateikiami

gautų rezultatų apibendrinimai bei išvados.

Būtina pažymėti, kad tyrime surinkta informacija atspindi tik projekto metu pateiktą respondentų nuomonę. Keičiantis ekonominei, socialinei, demografiniai situacijai, veikiant kitiems išorės veiksniams, respondentų vertinimai gali kisti.

Sociodemografinės respondentų charakteristikos visoje tyrimo imtyje. Didžioji dalis respondentų (žr. 2.2.3. lentelę) yra moteriškos lyties (64,7 proc.). Respondentų pasiskirstymas pagal amžių varijuoja, tačiau didžiausią grupę sudaro 26-35 metų respondentai (28,2 proc.). Pačią didžiausią respondentų grupę pagal išsilavinimą sudaro respondentai turintys aukštąjį universitetinį išsilavinimą (64,6 proc.).

2.2.3. lentelė. Respondentų pasiskirstymas pagal sociodemografines charakteristikas visoje tyrimo imtyje

Charakteristika	Lytis		Amžius							Išsilavinimas				
	Moteris	Vyras	iki 18 m.	19-25 m.	26-35 m.	36-45 m.	46-55 m.	56-65 m.	66 ir daugiau m.	Nebaigtas vidurinis	Vidurinis	Spec. vidurinis	Aukštasis neuniversitetinis	Aukštasis universitetinis
N	333	182	6	100	147	94	105	46	23	8	41	41	94	336
proc.	64,7	35,3	1,2	19,2	28,2	18,0	20,2	8,8	4,4	1,5	7,9	7,9	18,1	64,6

Sociodemografinės respondentų charakteristikos Kauno miesto gyventojų imtyje. Daugiausia šios tikslinės grupės respondentų (žr. 2.2.4. lentelę) yra moteriškosios lyties (81,1 proc.). Respondentai pagal amžių pasiskirstę įvairiai, didžiausią dalį sudaro 26-35 m. respondentai (35,6 proc.), be to nemažai respondentų priklauso 36-45 m. ir 46-55 m. amžiaus grupėms (atitinkamai 22,1 proc. ir 18,4 proc.). Didžioji dalis respondentų turi aukštąjį universitetinį išsilavinimą (69,3 proc.), nemaža dalis – aukštąjį neuniversitetinį išsilavinimą (16,6 proc.).

Analizuojant respondentų pasiskirstymą pagal pajamas, didžiausią grupę sudaro respondentai, kurių pajamos per mėnesį sudaro 1501-2500 Lt (32,7 proc.), taip pat 701-1500 Lt ir 2501-3500 Lt pajamų per mėnesį gaunančios respondentų grupės (atitinkamai 23,9 ir 18,9 proc.). Didžioji dalis respondentų yra dirbantys asmenys – 46,6 proc. tarnautojai, 16,8 proc. darbuotojai ir 11,8 proc. verslininkai.

2.2.4. lentelė. Respondentų pasiskirstymas pagal sociodemografines charakteristikas Kauno miesto gyventojų imtyje

Respondentų charakteristikos	N	%
Lytis	159	
Moteris	129	81,1
Vyras	30	18,9
Amžius	163	
iki 18 m.	1	0,6
19-25 m.	10	6,1
26-35 m.	58	35,6
36-45 m.	36	22,1
46-55 m.	30	18,4
56-65 m.	17	10,4
66 ir daugiau m.	11	6,7
Išsilavinimas	163	
Nebaigtas vidurinis	4	2,5
Vidurinis	7	4,3
Spec. vidurinis	12	7,4
Aukštasis neuniversitetinis	27	16,6
Aukštasis universitetinis	113	69,3
Gaunamos pajamos per mėnesį	159	
iki 700 Lt	18	11,3
701-1500 Lt	38	23,9

Respondentų charakteristikos	N	%
1501-2500 Lt	52	32,7
2501-3500 Lt	30	18,9
daugiau nei 3501 Lt	21	13,2
Užimtumas	161	
Moksleivis/studentas	9	5,6
Verslininkas	19	11,8
Tarnautojas	75	46,6
Darbuotojas	27	16,8
Nedirbantis (bedarbis, namų šeimininkė)	15	9,3
Pensininkas	16	9,9

Respondentų demografinės charakteristikos rodo, kad Kauno miesto gyventojų imtis yra reali ir gali atitinkamai atstovauti tiriamą tikslinę grupę.

Sociodemografinės respondentų charakteristikos kitų Lietuvos miestų ir užsienio šalių gyventojų imtyje. Daugiausia šios tikslinės grupės respondentų (žr. 2.2.5. lentelę) yra moteriškosios lyties (58,4 proc.). Respondentai pagal amžių pasiskirstę įvairiai, didžiausią dalį sudaro 19-25 m. ir 26-35 m. respondentai (atitinkamai 34,6 ir 23,8 proc.), be to nemažai respondentų priklauso 36-45 m. ir 46-55 m. amžiaus grupėms (atitinkamai 11,3 proc. ir 16,3 proc.). Daugiau nei pusė respondentų yra įgiję aukštąjį universitetinį išsilavinimą (57,9 proc.), nemaža dalis – aukštąjį neuniversitetinį išsilavinimą (21,7 proc.).

Daugiau nei trečdalis respondentų (34,5 proc.) gaunamos pajamos sudaro 701-1500 Lt, 21,7 proc. respondentų – 1501-2500 Lt. Taip pat galima pažymėti, jog nemažos dalies respondentų (13,6 proc.) pajamos yra santykinai didelės, t.y. didesnės nei 3501 Lt. Respondentų pasiskirstymas pagal užimtumą varijuoja, tačiau galima pastebėti, kad didžioji dalis respondentų yra dirbantys asmenys (7,9 proc. – verslininkai, 25,5 proc. – tarnautojai, 35,1 proc. – darbuotojai). Taip pat nemaža dalis respondentų – moksleiviai ir studentai (23,0 proc.). Didžiąją dalį (63,3 proc.) respondentų sudarė svečiai iš kitų Lietuvos miestų (daugiausia iš Vilniaus, Klaipėdos, Alytaus, Šiaulių), o respondentų iš užsienio šalių dalis siekia 36,7 proc. (daugiausia iš Suomijos, Švedijos, Rusijos, Latvijos, Anglijos, Vokietijos).

2.2.5. lentelė. Respondentų pasiskirstymas pagal sociodemografines charakteristikas kitų Lietuvos miestų ir užsienio šalių gyventojų imtyje

Respondentų charakteristikos	N	%
Lytis	238	100,0
Moteris	139	58,4
Vyras	99	41,6
Amžius	240	100,0
iki 18 m.	5	2,1
19-25 m.	83	34,6
26-35 m.	57	23,8
36-45 m.	27	11,3
46-55 m.	39	16,3
56-65 m.	19	7,9
66 ir daugiau m.	10	4,2
Išsilavinimas	240	100,0
Nebaigtas vidurinis	4	1,7
Vidurinis	27	11,3
Spec. vidurinis	18	7,5
Aukštasis neuniversitetinis	52	21,7
Aukštasis universitetinis	139	57,9
Gaunamos pajamos per mėnesį	235	100,0
iki 700 Lt	38	16,2
701-1500 Lt	81	34,5
1501-2500 Lt	56	23,8
2501-3500 Lt	28	11,9

Respondentų charakteristikos	N	%
daugiau nei 3501 Lt	32	13,6
Užimtumas	239	100,0
Moksleivis/studentas	55	23,0
Verslininkas	19	7,9
Tarnautojas	61	25,5
Darbuotojas	84	35,1
Nedirbantis (bedarbis, namų šeimininkė)	8	3,3
Pensininkas	12	5,0
Šalis	229	100,0
Lietuvos miestas	145	63,3
Užsienio miestas	84	36,7

Kitų Lietuvos miestų gyventojų ir užsienio šalių respondentų demografinės charakteristikos rodo, kad ši imtis yra reali ir atitinka tyrimui iškeltus tikslus.

Sociodemografinės respondentų charakteristikos Kauno miesto verslo, susijusio su turizmu, atstovų imtyje. Daugiausia šios tikslinės grupės respondentų (žr. 2.2.6. lentelę) yra moteriškosios lyties (55,1 proc.). Respondentai pagal amžių pasiskirstę įvairiai, tačiau didžiausios yra 26-35 m., 36-45 m. ir 46-55 m. amžiaus grupės (atitinkamai 27,1 proc., 26,3 proc. ir 30,5 proc.). Didžioji dalis respondentų turi aukštąjį universitetinį išsilavinimą (71,8 proc.).

Didžiosios dalies respondentų atstovaujamos organizacijos atstovauja privatų sektorių (85,1 proc.). Net 44,9 proc. respondentų nurodė, kad jų organizacija teikia maitinimo paslaugas, kiek mažiau – užsiima pramogų (20,3 proc.), renginių (18,6 proc.), kelionių (16,1 proc.) organizavimo veikla, teikia apgyvendinimo (15,3 proc.), konferencijų organizavimo (14,4 proc.) paslaugas.

Dauguma respondentų nurodė, kad jų atstovaujamos organizacijos veikia 6 ir daugiau metų: 6-10 metų (23,3 proc.), 11-15 metų (19,0 proc.), 16 ir daugiau metų (25,0 proc.). Analizuojant respondentų atstovaujamų organizacijų pasiskirstymą pagal darbuotojų skaičių, matome, kad vyrauja mažos įmonės, kuriose dirba iki 4 darbuotojų (35,0 proc.) ir 5-10 darbuotojų (33,3 proc.).

2.2.6. lentelė. Respondentų pasiskirstymas pagal sociodemografines charakteristikas Kauno miesto verslo, susijusio su turizmu, atstovų imtyje

Respondentų charakteristikos	N	%
Lytis	118	
Moteris	65	55,1
Vyras	53	44,9
Amžius	118	
19-25 m.	7	5,9
26-35 m.	32	27,1
36-45 m.	31	26,3
46-55 m.	36	30,5
56-65 m.	10	8,5
66 ir daugiau m.	2	1,7
Išsilavinimas	117	
Vidurinis	7	6,0
Spec. Vidurinis	11	9,4
Aukštasis neuniversitetinis	15	12,8
Aukštasis universitetinis	84	71,8
Atstovaujamas sektorius	114	
Viešasis	17	14,9
Privatus	97	85,1
Veikla	118	
Ekskursijų organizavimas	12	10,2
Kelionių agentūrų veikla	19	16,1

Respondentų charakteristikos	N	%
Turistų informavimo paslaugos	4	3,4
Apgyvendinimo paslaugos	18	15,3
Maitinimo paslaugos	53	44,9
Pramogų organizavimo veikla	24	20,3
Konferencijų organizavimo paslaugos	17	14,4
Renginių organizavimo paslaugos	22	18,6
Prekyba suvenyrais ir meno dirbiniais	9	7,6
Sveikatinimo paslaugos	3	2,5
Keleivių vežimo paslaugos	12	10,2
Transporto priemonių nuoma	12	10,2
Vandens turizmo paslaugos	3	2,5
Kita	8	6,8
Veiklos trukmė	116	
1-2 metai	17	14,7
3-5 metai	21	18,1
6-10 metų	27	23,3
11-15 metų	22	19,0
16 ir daugiau metų	29	25,0
Darbuotojų skaičius	117	
Iki 4	41	35,0
5-10	39	33,3
11-20	15	12,8
21-50	12	10,3
51 ir daugiau	10	8,5

Tyrime dalyvavusių Kauno miesto su turizmu susijusio verslo atstovų demografinės charakteristikos rodo, kad ši imtis yra reali ir gali atitinkamai atstovauti tiriamą tikslinę grupę nagrinėjamais klausimais.

Apibendrinimas. Atsižvelgiant į kiekvienos tikslinės respondentų grupės specifiką, buvo pasirinkti skirtingi jų apklausimo būdai. Atliekant tyrimą naudota anoniminė internetinė apklausa CAWI, anoniminė telefoninė apklausa CATI, tiesioginis interviu būdas lankytinose vietose, dalis anketų buvo paliktos užpildyti turistams turizmo informacijos centruose, apgyvendinimo įstaigose.

Respondentų pasiskirstymas pagal sociodemografinės charakteristikas yra įvairus. Visose imtyse išsiskiria moterų, 19-55 metų amžiaus, turinčių aukštąjį universitetinį bei gaunančių 700-1500 Lt mėnesines pajamas respondentų grupės. Respondentų iš kitų Lietuvos miestų buvo daugiau nei iš užsienio šalių. Daugiausia užsienio turistų buvo iš Suomijos, Švedijos, Rusijos, Latvijos, Anglijos, Vokietijos. Verslininkų imtyje didžiausios buvo ilgiau nei 6 metus veikiančių respondentų, turinčių iki 10 darbuotojų grupės. Tyrime daugiausia dalyvavo respondentų, kurie nurodė teikiantys maitinimo, apgyvendinimo, konferencijų organizavimo paslaugas, užsiimančius pramogų, renginių, kelionių organizavimo veikla.

Respondentų sociodemografinės charakteristikos rodo, kad visos respondentų imtys yra realios gali atitinkamai atstovauti tiriamas tikslines grupes.



2.3. KAUNO MIESTO TURISTŲ POREIKIŲ IR NUOMONĖS TYRIMAS

Kauno miesto turistų poreikių ir nuomonės tyrime dalyvavo 241 respondentas. Tyrimo metu buvo apklausta 58,4 proc. moterų ir 41,6 proc. vyrų. Didžioji dalis respondentų (86,0 proc.), tai jauni ir vidutinio amžiaus žmonės nuo 19 iki 55 metų. Daugiau nei pusė respondentų turi aukštąjį universitetinį išsilavinimą (57,9 proc.). Daugiau nei trečdalis respondentų (34,5 proc.) gaunamos pajamos sudaro 701–1500 Lt, 23,8 proc. respondentų – 1501–2500 Lt. Didžioji dalis respondentų – dirbantys asmenys (7,9 proc. – verslininkai, 25,5 proc. – tarnautojai, 35,1 proc. – darbuotojai). Didžiąją dalį (63,3 proc.) respondentų sudarė svečiai iš kitų Lietuvos miestų (daugiausia iš Vilniaus, Klaipėdos, Alytaus, Šiaulių), o respondentų iš užsienio šalių dalis siekė 36,7 proc. (daugiausia iš Suomijos, Švedijos, Rusijos, Latvijos, Anglijos, Vokietijos).

Dauguma apklaustų respondentų keliauja iki 5 kartų per metus (87,7 proc.) ir atostogauja vasaros sezono metu. Didžioji dalis Kauno miesto turistų, tai nuolatiniai miesto svečiai (33,2 proc.) arba asmenys anksčiau lankęsi mieste 2–5 kartus (33,2 proc.). 23,7 proc. apklaustų respondentų nurodė, kad Kauno mieste lankosi pirmą kartą.

Turistų sprendimą aplankyti Kauno miestą dažniausiai lemia draugų ar pažįstamų rekomendacijos (atsakymą pasirinko 52,2 proc. atsakiusiųjų), noras geriau pažinti Kauną, Lietuvą (atsakymą pasirinko 33,6 proc. atsakiusiųjų), noras turiningai praleisti laisvalaikį (atsakymą pasirinko 32,9 proc. atsakiusiųjų). Didžioji dalis turistų mieste apsistoja 1–3 parom (79,2 proc.). Į miestą turistai dažniausia atvyksta automobiliu (atsakymą pasirinko 44,6 proc. atsakiusiųjų), autobusu (atsakymą pasirinko 28,8 proc. atsakiusiųjų) ir lėktuvu (atsakymą pasirinko 24,2 proc. atsakiusiųjų). Informaciją apie Kauno miestą turistai gauna naudodamiesi internetu (atsakymą pasirinko 54,0 proc. atsakiusiųjų), iš draugų ir giminių (atsakymą pasirinko 41,8 proc. atsakiusiųjų),

dalis turistų Kaune lankosi ne pirmą kartą, todėl turi pakankamai informacijos iš ankstesnių vizitų (atsakymą pasirinko 28,9 proc. atsakiusių), dalis kreipiasi į turizmo informacijos centrus (atsakymą pasirinko 20,5 proc. atsakiusių).

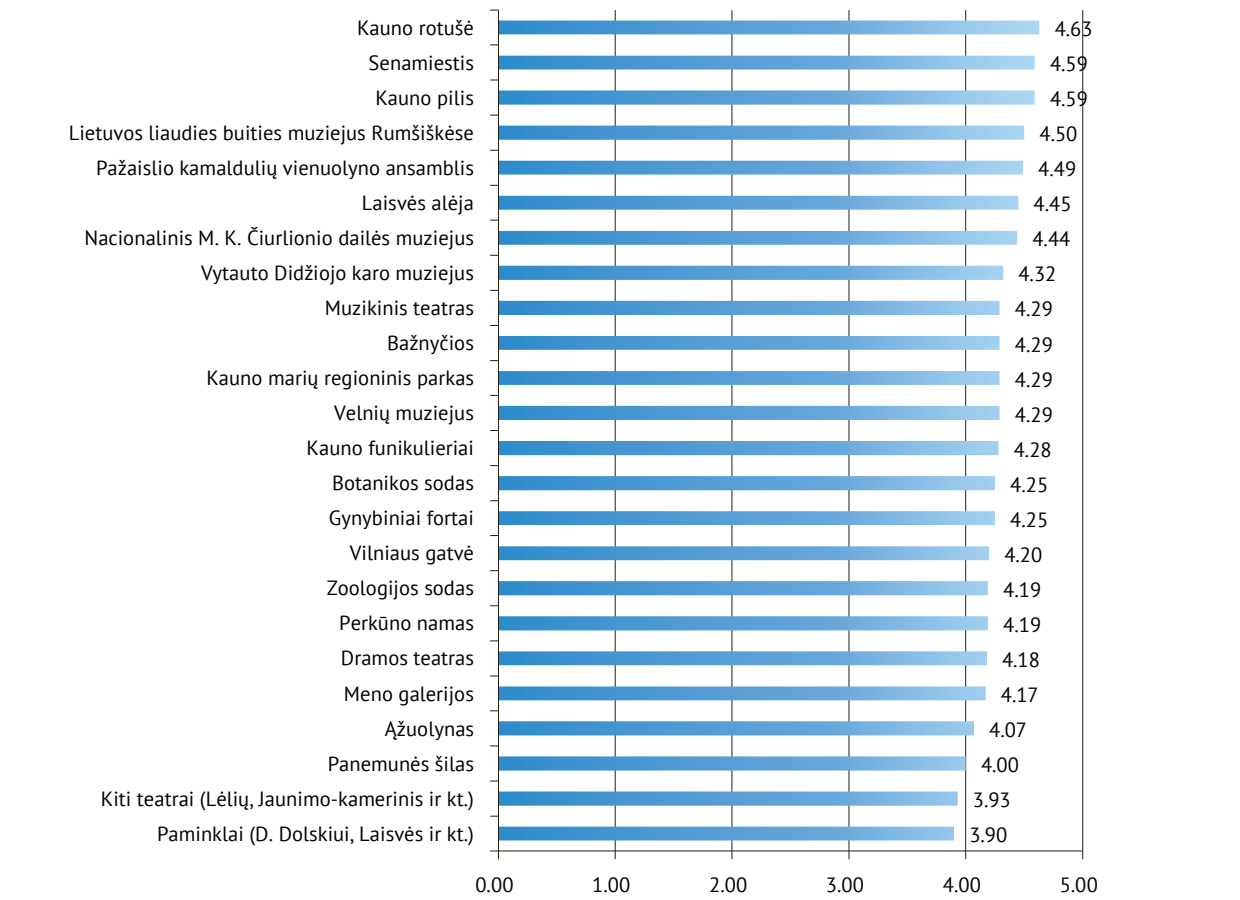
Kauno miesto turistams svarbiausios kultūrinio–pažintinio (atsakymą pasirinko 64,0 proc. atsakiusių) ir gamtinio–pažintinio turizmo galimybės (atsakymą pasirinko 40,2 proc. atsakiusių). Didžioji dalis apklaustų turistų viešėdami mieste laisvalaikį leidžia dalyvaudami kultūriniuose renginiuose (atsakymą pasirinko 57,1 proc. atsakiusių), organizuojamose pažintinėse ekskursijose (atsakymą pasirinko 55,4 proc. atsakiusių), sporto renginiuose (atsakymą pasirinko 20,1 proc. atsakiusių) ir ilsėdamiesi gamtoje (atsakymą pasirinko 28,6 proc. atsakiusių).

43,4 proc. tyrimo respondentų Kaunas turistiniu aspektu yra patrauklus, 39,8 proc. – vidutiniškai patrauklus miestas. 10,0 proc. respondentų miesto turistinį patrauklumą įvertino labai gerai. Šiek tiek daugiau kaip 80,0 proc. tyrimo respondentų per artimiausius 5 metus norėtų dar kartą aplankyti Kauno miestą.

Kauno miesto turizmo vystymui svarbiausi lankytini objektai (turistų nuomonė):

- Bendras vartotojų pasitenkinimo indeksas ne mažesnis 4,5 (visiškas respondentų pritarimas teiginiui): Kauno pilis, Kauno rotušė, Senamiestis ir Lietuvos liaudies buities muziejus.
- Bendras vartotojų pasitenkinimo indeksas 3,5–4,49 (dalinis respondentų pritarimas teiginiui): Laisvės alėja, Vilniaus gatvė, Nacionalinis M. K. Čiurlionio dailės muziejus, Velnių muziejus, Vytauto didžiojo karo muziejus, Kauno funikulieriai, Kauno gynybiniai fortai, Kauno paminklai, Perkūno namas, Kauno bažnyčios, Pažaislio kamaldulių vienuolyno ansamblis, Kauno marių regioninis parkas, Ažuolynas, Kauno botanikos sodas, Panemunės šilas, Lietuvos zoologijos sodas, Kauno valstybinis muzikinis teatras, Kauno valstybinis dramos teatras ir kiti miesto teatrai, Kauno miesto meno galerijos.

2.3.1 pav. Lankomų objektų svarbos turizmui vertinimas

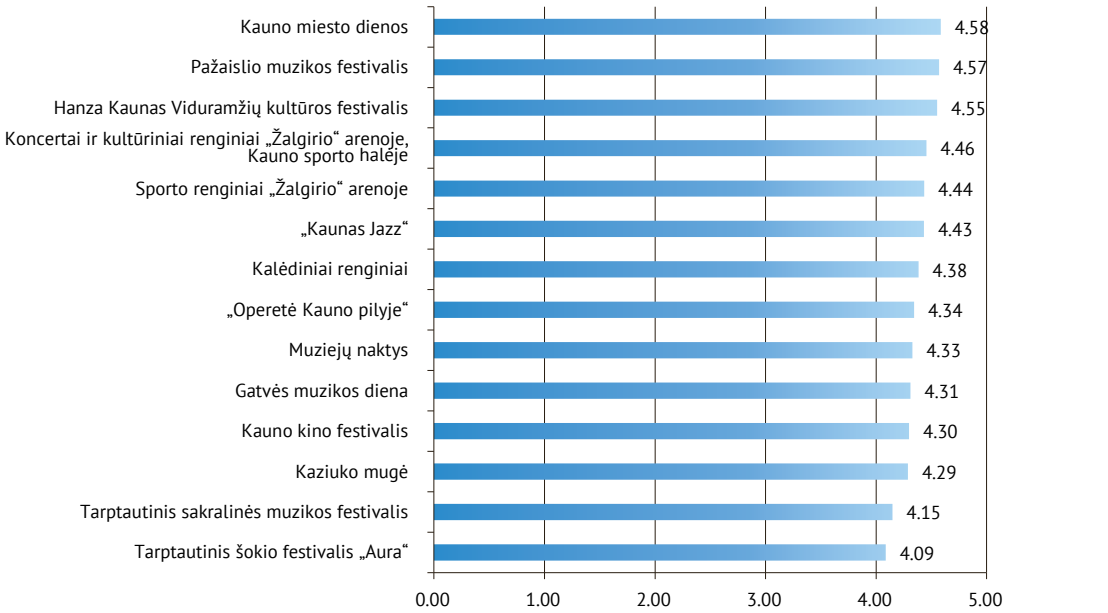


Apsisprendimą aplankyti vieną ar kitą lankytiną Kauno miesto objektą, turistų tarpe, didžiąja dalimi lemia galimybės turiningai praleisti laisvalaikį (atsakymą pasirinko 43,7 proc. atsakiusių), noras geriau pažinti miesto istoriją ir kultūrą (atsakymą pasirinko 37,6 proc. atsakiusių) bei pažįstamų ir draugų rekomendacijos (atsakymą pasirinko 37,6 proc. atsakiusių).

Kauno miesto turizmo vystymui svarbiausi miesto renginiai (turistų nuomonė):

- Bendras vartotojų pasitenkinimo indeksas ne mažesnis 4,5 (visiškas respondentų pritarimas teiginiui): Kauno miesto dienos, Hanza Kaunas Viduramžių kultūros festivalis ir Pažaislio muzikos festivalis.
- Bendras vartotojų pasitenkinimo indeksas 3,5–4,49 (dalinis respondentų pritarimas teiginiui): Kaziuko mugė, „Muziejų naktys“, Kauno kino festivalis, „Operetė Kauno pilyje“, „Kaunas Jazz“, Tarptautinis sakralinės muzikos festivalis, Gatvės muzikos diena, koncertai, kultūriniai ir sporto renginiai „Žalgirio“ arenoje, Kauno sporto halėje, Tarptautinis šokio festivalis ir kalėdiniai miesto renginiai.

2.3.2 pav. Renginių svarbos turizmui vertinimas



Tyrimo metu taip pat buvo nagrinėta, kaip turistai vertina turizmo infrastruktūrą ir turizmo paslaugų pasiūlą, kokybę ir prieinamumą Kauno mieste. Tam tikslui respondentams buvo nurodomi teiginiai, su kuriais jie galėjo visiškai arba iš dalies sutikti / nesutikti.

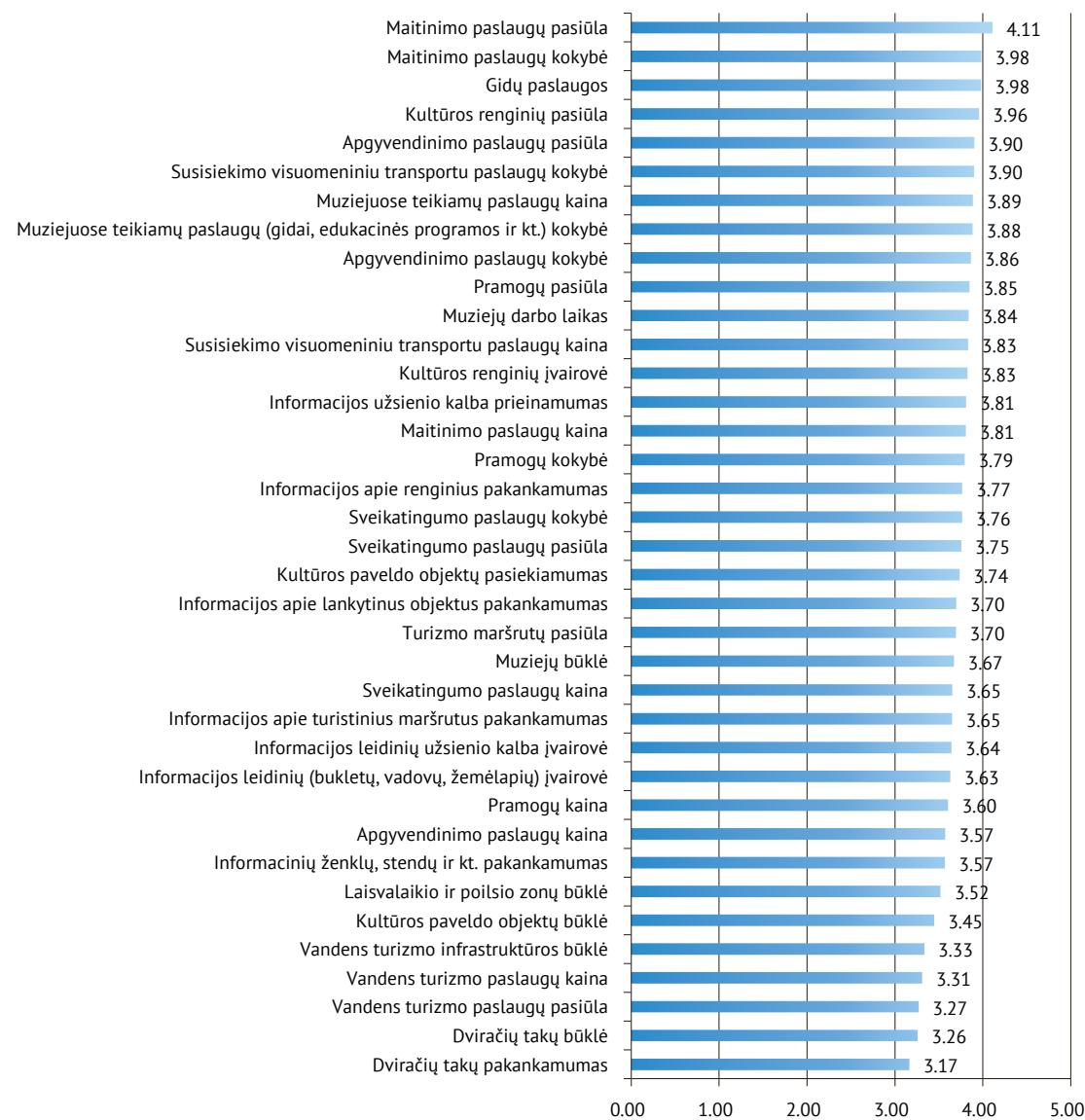
Iš dalies didžiąją dalį tyrime dalyvavusių respondentų tenkina Kauno mieste teikiamų apgyvendinimo paslaugų pasiūla, kaina ir kokybė, maitinimo paslaugų pasiūla, kaina ir kokybė, kultūros renginių pasiūla ir įvairovė, pramogų pasiūla, kaina ir kokybė, sveikatingumo paslaugų pasiūla, kaina ir kokybė, susisiekimo visuomeniniu transportu paslaugų kokybė ir kaina, gidų paslaugos, turizmo informacinės paslaugos (informacijos užsienio kalba prieinamumas, informacinių ženklų, stendų ir kt. pakankamumas, informacinių leidinių užsienio kalbomis įvairovė, informacijos apie lankytinus objektus, renginius, turistinius maršrutus pakankamumas), turizmo maršrutų pasiūla, kultūros paveldo objektų pasiekiamumas, laisvalaikio ir poilsio zonų būklė, muziejų būklė, teikiamų paslaugų kokybė, kaina ir muziejų darbo laikas (bendras vartotojų pasitenkinimo indeksas 3,5–4,49).

Aišrios nuomonės didžioji dalis respondentų neturėjo dėl Kauno miesto kultūros paveldo objektų būklės, dviračių takų būklės ir pakankamumo, vandens turizmo infrastruktūros būklės, paslaugų pasiūlos ir kainos (bendras vartotojų pasitenkinimo indeksas 2,5–3,49).

Pažymėtina, kad nei vienas iš teiginių tyrimo metu nesulaukė visiško respondentų pritarimo / nepritarimo, o taip pat dalinio respondentų nepritarimo. Respondentų vertinimai svyravo nuo dalinio pritarimo

iki aiškos pozicijos nurodytais aspektais neturėjimo. Tyrimo metu dalis respondentų nurodė, kad Kauno mieste jie pasigenda vandens turizmo pramogų, tinkamos kokybės dviračių infrastruktūros ir paslaugų, ekskursijų ir renginių šeimoms, vaikams.

2.3.3 pav. Išvardintų aspektų svarbos turizmui vertinimas



Apibendrinimas. Atlikto Kauno miesto turistų poreikių ir nuomonės tyrimo metu paaiškėjo, kad, turistų nuomone, Kauno miesto turizmo vystymui svarbiausi lankytini objektai yra: Kauno pilis, Kauno rotušė, Senamiestis ir Lietuvos liaudies buities muziejus. Svarbiausi Kauno miestą garsinantys renginiai: Kauno miesto dienos, Hanza Kaunas Viduramžių kultūros festivalis ir Pažaislio muzikos festivalis. Visi kiti tyrimo anketoje įvardinti Kauno miestą garsinantys lankytini objektai ir renginiai sulaukė tik dalinio respondentų pritarimo, dėl jų svarbos miesto turizmo plėtrai.

Tyrimo metu, vertinant Kauno miesto turizmo infrastruktūrą ir turizmo paslaugų pasiūlą, kokybę ir prieinamumą, respondentų vertinimai pateiktiems teiginiams svyravo nuo dalinio pritarimo iki aiškos pozicijos nurodytais aspektais neturėjimo. Vykdam tyrimą dalis respondentų nurodė, kad Kauno mieste pasigenda vandens turizmo pramogų, tinkamos kokybės dviračių infrastruktūros ir paslaugų, ekskursijų ir renginių šeimoms, vaikams.



2.4. KAUNO Miesto verslininkų, susijusių su turizmu, poreikių ir nuomonės tyrimas

Tyrime dalyvavo 188 Kauno miesto verslininkų, užsiimančių veikla, susijusia su turizmu. Daugiausia šios tikslinės grupės respondentų yra moteriškosios lyties (55,1 proc.). Respondentai pagal amžių pasiskirstę įvairiai, tačiau didžiausios yra 26-35 m., 36-45 m. ir 46-55 m. amžiaus grupės (atitinkamai 27,1 proc., 26,3 proc. ir 30,5 proc.). Didžioji dalis respondentų turi aukštąjį universitetinį išsilavinimą (71,8 proc.).

Net 85,1 proc. respondentų nurodė, kad atstovauja privatų sektorių. Dauguma respondentų (44,9 proc.) nurodė, kad jų organizacija teikia maitinimo paslaugas, kiek mažiau – užsiima pramogų (20,3 proc.), renginių (18,6 proc.), kelionių (16,1 proc.) organizavimo veikla, teikia apgyvendinimo (15,3 proc.), konferencijų organizavimo (14,4 proc.) paslaugas. Išanalizavus respondentų pasiskirstymą pagal teikiamas paslaugas, matyti, kad toks pasiskirstymas atitinka bendras Kauno miesto verslo turizmo tendencijas.

Dauguma respondentų nurodė, kad jų atstovaujamos organizacijos veikia 6 ir daugiau metų: 6-10 metų (23,3 proc.), 11-15 metų (19,0 proc.), 16 ir daugiau metų (25,0 proc.). Respondentai pagal organizacijos veiklos trukmę pasiskirstę įvairiai, tačiau didžiausias dalis sudaro organizacijos, kuriose dirba iki 4 darbuotojų (35,0 proc.) ir 5-10 darbuotojų (33,3 proc.). Iš to galima daryti prielaidas, kad turizmo sektoriuje vyrauja mažos ir labai mažos įmonės.

Į klausimą, skirtą išsiaiškinti sezoniškumo įtaką turizmo verslui, tik 56,9 proc. respondentų nurodė, jos sezoniškumas jų veiklai įtakos neturi, net 34,5 proc. nurodė, jog jų veikla aktyviausia yra šiltuoju metų laiku ir tik 8,6 proc. – šaltuoju metų laiku. Galima paminėti, kad net 62,5 proc. konferencijų organizavimo paslaugas

teikiančių įmonių ir 75 proc. transporto priemonių nuomos paslaugas teikiančių įmonių vadovai nurodė, jog jų veikla aktyviausia šiltuoju metų periodu, o likusiai daliai šių sektorių atstovų – sezoniškumas įtakos neturi.

Tyrimo metu taip pat siekta išsiaiškinti turizmo sektoriaus organizacijų klientų pasiskirstymą pagal atvykimo šalį/miestus, jų įpročius, išlaidas, apsistojimo trukmę ir kt.

Remiantis respondentų atsakymais, matyti, kad skirtumas tarp vietinių, kitų Lietuvos miestų ir klientų iš užsienio – yra sąlyginai nedidelis. 83,9 proc. respondentų nurodė, kad tenka aptarnauti Kauno miesto gyventojus, 74,6 proc. – klientus iš kitų Lietuvos miestų ir 61,9 proc. – užsienio šalių klientus. Be to, užsienio turistai sudaro pakankamai mažą dalį respondentų aptarnaujamų klientų – net 69,1 proc. nurodė, kad užsienio turistai sudaro iki 20 proc. nuo bendro klientų skaičiaus, tik 5,3 proc. organizacijų užsienio turistai sudaro 61-80 proc., o 81-100 proc. – tik 6,4 proc. organizacijų.

48,3 proc. respondentų nurodė, kad tenka aptarnauti ar suteikti paslaugas turistams iš Rusijos, 33,9 proc. – Vokietijos, 33,1 proc. – Lenkijos, 28,8 proc. – Baltarusijos, 26,3 proc. – Didžiosios Britanijos, 24,6 proc. – Latvijos. Kitų šalių turistus respondentams tenka aptarnauti rečiau.

Net 71,2 proc. respondentų nurodė, kad dažniausiai atvykstantys yra pavieniai turistai, 28,8 proc. – organizuotos grupės, o šeimos ir moksleivių grupės atitinkamai 16,9 ir 7,6 proc.

Nors didžiąją dalį respondentų sudaro organizacijos, kuriose dirba iki 11 darbuotojų, tačiau net 26,3 proc. respondentų nurodė, kad vienu metu gali aptarnauti daugiau nei 91 klientą. Nepaisant to, didžioji dalis respondentų vienu metu paslaugas teikti gali iki 50 klientų: 16,9 proc. – iki 10 klientų, 16,1 proc. – 11-30 klientų, 13,6 proc. – 31-50 klientų.

Tyrimo metu taip pat nustatyta, kad Kauno miesto su turizmu susijusioms paslaugoms išleidžia sąlyginai nedideles sumas. Net 41,5 proc. respondentų nurodė, kad jų klientai vieno apsilankymo metu išleidžia iki 50 Lt ir 14,4 proc. – 51-100 Lt. Nors galima pastebėti, kad 18,6 proc. respondentų atsakė, kad jų klientai vieno apsilankymo metu išleidžia daugiau nei 300 Lt.

Net 44,1 proc. respondentų nurodė, kad jų klientai į Kauną atvyksta darbo (verslo reikalų, komandiruočių ir pan.), 38,1 proc. – poilsio, atostogų, 37,3 proc. – turistinių objektų lankymo, 29,7 proc. – sporto renginių lankymo ir 28,0 proc. – mokymosi (seminarų, konferencijų, studijų ir pan.) tikslais.

Remiantis apgyvendinimo paslaugas teikiančių respondentų atsakymais, didžioji dalis turistų apsistoja pakankamai trumpam laikotarpiui – vienai parai (33,3 proc.) arba 2-3 parom (38,9 proc.) ir tik 8,3 proc. – ilgiau nei savaitei.

Siekiant išsiaiškinti, kokias informacijos sklaidos ir reklamos priemones taiko respondentai, nustatyta, kad dažniausiai savo teikiamas paslaugas reklamuoja internete (75,0 proc.), naudojant lauko reklamas (58,5 proc.). Taip pat galima paminėti, kad tik 5,9 proc. respondentų visai nereklamuoja savo veiklos, o turizmo informacijos centrų Lietuvoje ar užsienyje paslaugomis reklamuojant savo verslą, naudojasi tik atitinkamai 13,6 proc. ir 5,1 proc. respondentų.

Į klausimą „Kokias problemas, susijusias su Kauno miesto turizmo objektų ir paslaugų informacijos platinimu, įžvelgiate?“, dauguma respondentų nurodė informacijos trūkumą: 44,9 proc. respondentų trūksta informacinių ženklų, standų, 43,8 proc. – informacijos apie lankytinus objektus, 38,1 proc. – apie turizmo maršrutus, 27,1 proc. – apie renginius. Tačiau galima pastebėti, kad net 20,3 proc. respondentų nurodė, jog informacijos apie Kauno miesto turizmo objektus ir paslaugas netrūksta.

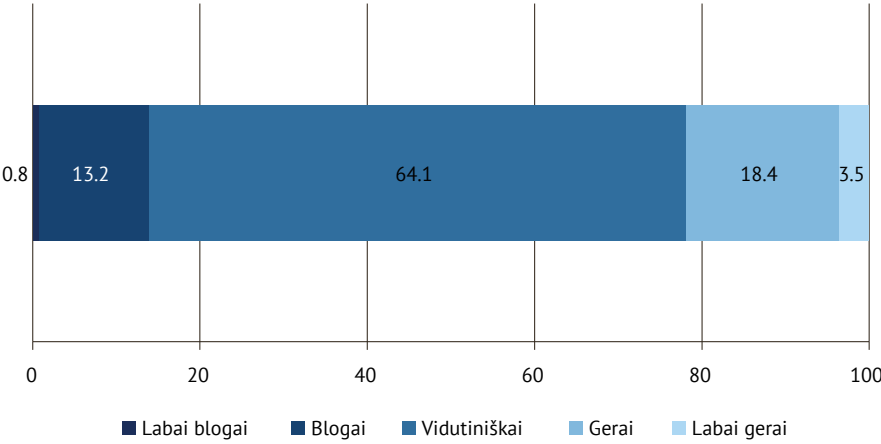
Tyrimo metu taip pat buvo siekiama nustatyti Kauno miesto patrauklumą turizmo verslo plėtrai. Net 40,7 proc. respondentų nurodė, kad planuoja plėsti savo veiklą ir tik 14,4 proc. to neplanuoja daryti. Prie pagrindinių veiksmų skatinančių norą plėtoti verslą respondentai nurodė augančią konkurenciją (36,5 proc.) ir didėjančią paklausą (27,1 proc.). Prie pagrindinių veiksmų, ribojančių norą plėtoti verslą respondentai nurodė

lėšų trūkumą (49,2 proc.), nepalankią įstatyminę bazę (44,9 proc.) bei pagalbos iš vietos savivaldos stoką (29,7 proc.).

Didžioji dalis respondentų nurodė, kad verslo aplinkos gerinimui iš Kauno miesto savivaldybės jiems aktualiausios būtų lengvatinių sąlygų nuomojant ar įsigyjant nekilnojamąjį turtą (65,3 proc.) ir informacija apie verslo paramos fondus (46,6 proc.).

Nepaisant to, kad didžioji dalis respondentų Kauno miesto patrauklumą turistams įvertino „vidutiniškai“ (64,0 proc.), tačiau matomos ir teigiamos tendencijos – net 21,9 proc. respondentų Kauno miesto patrauklumą turistams įvertino „gerai“ arba „labai gerai“ ir tik 14,0 proc. – „blogai“ arba „labai blogai“ (žr. 2.4.1. pav.).

2.4.1. pav. Kauno miesto patrauklumas turistams verslininkų vertinimu, proc.



Apibendrinimas. Kauno miestas turistiniu aspektu yra vidutiniškai patrauklus tyrime dalyvavusiems respondentams. Kauno miesto turizmo sektoriuje jaučiama pakankamai didelė sezoniškumo įtaka.

Nemaža dalis respondentų nurodė, kad vienu metu gali aptarnauti daugiau nei 91 klientą, tačiau didžioji dalis įstaigų vienu metu gali aptarnauti iki 50 klientų. Remiantis respondentų atsakymais, turistai vieno apsilankymo pas juos metu išleidžia iki 100 Lt. Dažniausiai savo teikiamas paslaugas respondentai reklamuoja internete, lauko reklamomis, o prie didžiausių problemų, susijusių su Kauno miestų turizmo objektų ir paslaugų informacijos platinimu, nurodė įvairios informacijos trūkumą.

Pagrindinėmis verslą plėtoti skatinančiomis priemonėmis respondentai nurodė augančią konkurenciją ir didėjančią paklausą, o prie ribojančių – lėšų trūkumą, egzistuojančią įstatyminę bazę bei pagalbos iš vietos savivaldos stoką.

Užsienio klientų dalis bendroje aptarnaujamų klientų struktūroje yra gana nedidelė. Dažniausiai aptarnaujami užsienio turistai yra iš Rusijos, Vokietijos, Lenkijos, Baltarusijos, Didžiosios Britanijos, Latvijos. Apgyvendinimo paslaugas teikiančių respondentų duomenimis, turistai Kauno mieste apsistoja pakankamai trumpai. Nors turistai į Kauno miestą atvyksta įvairiais tikslais, tačiau pagal respondentų atsakymus, galima išskirti, kad turistai Kaune dažniausiai lankosi darbo, poilsio, atostogų, turistinių objektų, sporto renginių lankymo ir mokymosi tikslais.



2.5. KAUNO MIESTO GYVENTOJŲ POREIKIŲ IR NUOMONĖS TYRIMAS

Kauno miesto gyventojų poreikių ir nuomonės tyrime dalyvavo 164 respondentai. Tyrimo metu buvo apklausta 81,1 proc. moterų ir 18,9 proc. vyrų. Didžioji dalis tyrimo respondentų (76,0 proc.), tai jauni ir vidutinio amžiaus asmenys nuo 26 iki 55 metų, turintys aukštąjį universitetinį išsilavinimą (69,3 proc.). 23,9 proc. tyrimo respondentų gaunamos pajamos sudarė 701–1500 Lt, 32,7 proc. respondentų – 1501–2500 Lt. Didžioji dalis respondentų yra dirbantys asmenys (11,8 proc. – verslininkai, 46,6 proc. – tarnautojai, 16,8 proc. – darbuotojai).

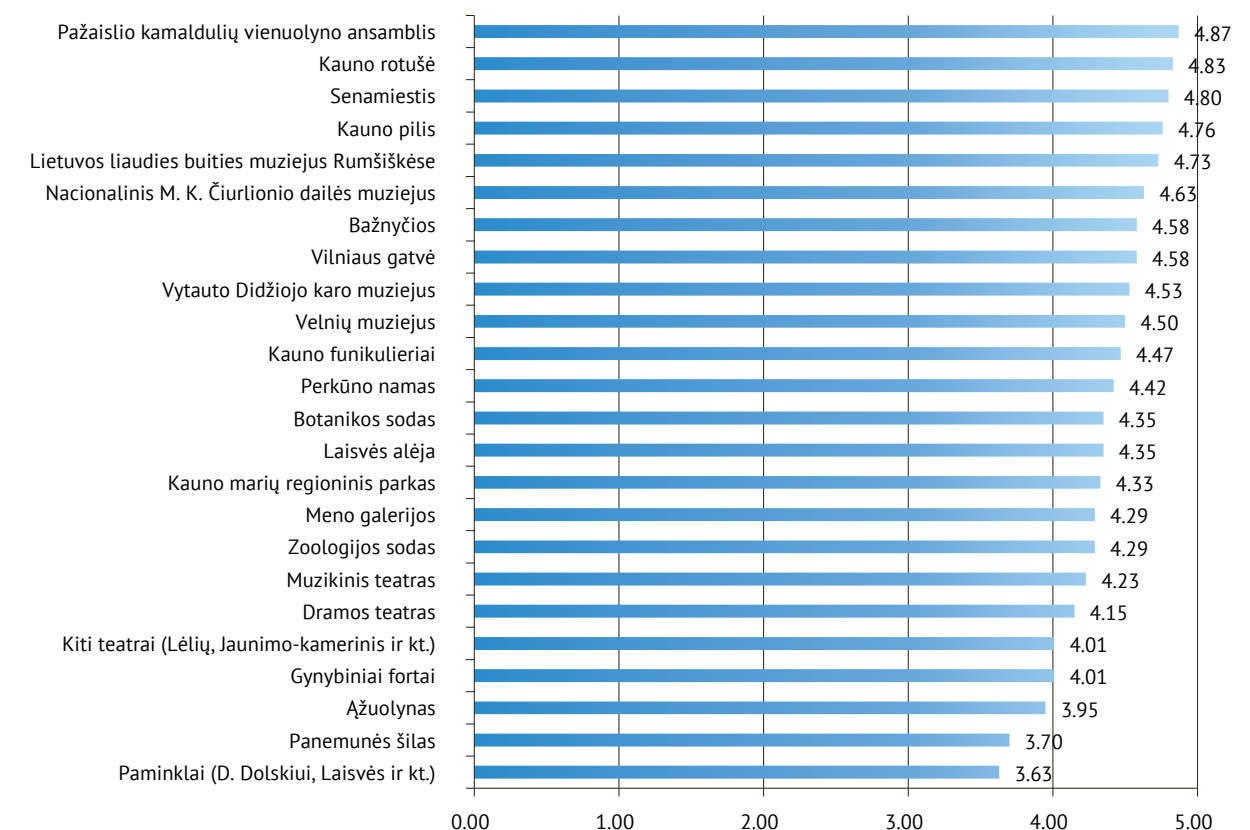
Dauguma Kauno miesto gyventojų atostogauja vasarą (86,8 proc.), o savo atostogas leidžia užsienyje (50,0 proc.) arba kituose Lietuvos vietovėse (33,7 proc.). Tik nedidelė dalis apklaustųjų, kaip savo atostogų vietą nurodė Kauno regioną ar Kauno miestą.

Kauno miestas, turistiniu aspektu, yra vidutiniškai patrauklus tyrime dalyvavusiems respondentams. Taip teigė 64,6 proc. tyrimo metu apklaustų asmenų. Kaip patraukliausias miesto turizmo sritis respondentai įvardino kultūrinį–pažintinį turizmą (atsakymą pasirinko 67,1 proc. atsakiusiųjų), gamtinį–pažintinį turizmą (atsakymą pasirinko 53,0 proc. atsakiusiųjų), etninį turizmą (atsakymą pasirinko 26,8 proc. atsakiusiųjų), dviračių turizmą (atsakymą pasirinko 26,2 proc. atsakiusiųjų), rekreacinį turizmą (atsakymą pasirinko 24,4 proc. atsakiusiųjų), vandens turizmą (atsakymą pasirinko 23,2 proc. atsakiusiųjų), nuotykių turizmą (atsakymą pasirinko 21,3 proc. atsakiusiųjų). Mažiausiai Kauno miestas patrauklus vertinant sveikatos turizmą (atsakymą pasirinko 15,2 proc. atsakiusiųjų), sporto turizmą (atsakymą pasirinko 11,6 proc. atsakiusiųjų), religinį turizmą (atsakymą pasirinko 8,5 proc. atsakiusiųjų), verslo (dalykinį) turizmą (atsakymą pasirinko 6,7 proc. atsakiusiųjų) ir auto–moto turizmą (atsakymą pasirinko 6,7 proc. atsakiusiųjų).

Kauno miesto turizmo vystymui svarbiausi lankytini objektai (gyventojų nuomonė):

- *Bendras vartotojų patenkinimo indeksas ne mažesnis 4,5 (visiškas respondentų pritarimas teiginiui):* Kauno pilis, Kauno rotušė, Senamiestis, Vilniaus gatvė, Nacionalinis M. K. Čiurlionio dailės muziejus, Velnių muziejus, Vytauto Didžiojo karo muziejus, Kauno bažnyčios, Pažaislio kamaldulių vienuolyno ansamblis ir Lietuvos liaudies buities muziejus.
- *Bendras vartotojų patenkinimo indeksas 3,5–4,49 (dalinis respondentų pritarimas teiginiui):* Laisvės alėja, Kauno funikulieriai, Kauno gynybiniai fortai, Kauno paminklai, Perkūno namas, Kauno marių regioninis parkas, Ažuolynas, Kauno botanikos sodas, Panemunės šilas, Lietuvos zoologijos sodas, Kauno valstybinis muzikinis teatras, Kauno valstybinis dramos teatras ir kiti miesto teatrai, Kauno miesto meno galerijos.

2.5.1 pav. Lankomų objektų svarbos turizmui vertinimas

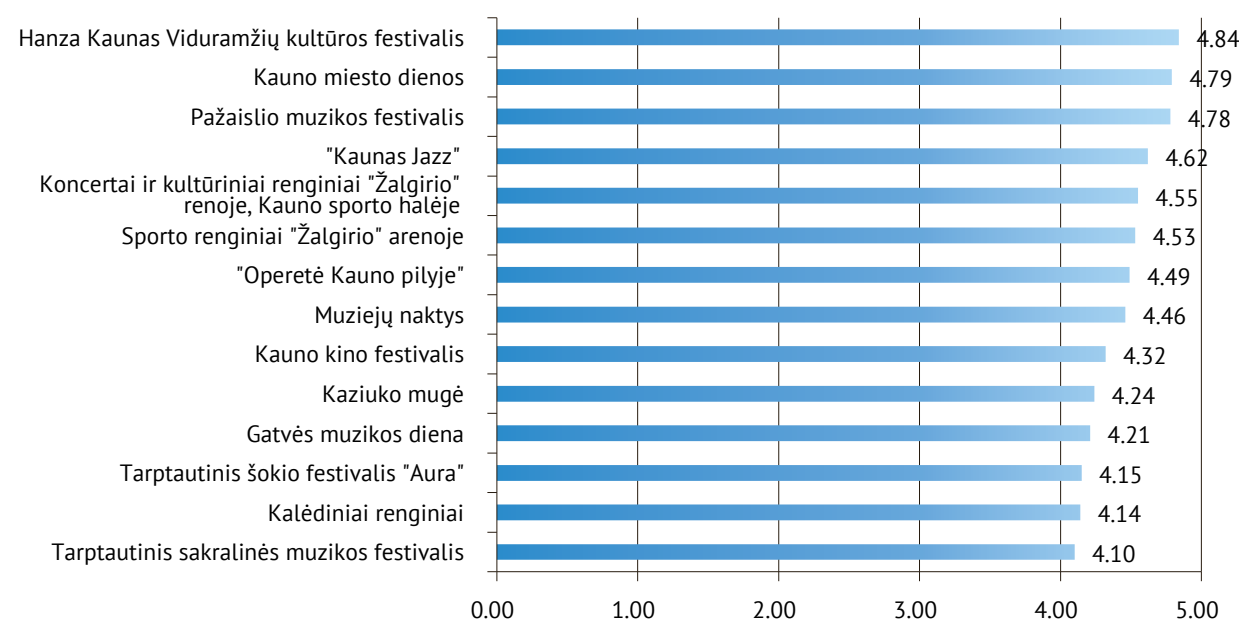


Miesto gyventojai šiuos ir kitus miesto lankytinus objektus lanko norėdami turiningai praleisti laisvalaikį (atsakymą pasirinko 62,8 proc. atsakiusiųjų), geriau pažinti miesto istoriją, kultūrą (atsakymą pasirinko 39,0 proc. atsakiusiųjų) ar susilaukę pažįstamų ir draugų rekomendacijų (atsakymą pasirinko 32,3 proc. atsakiusiųjų). Informaciją apie miesto lankytinus objektus Kauno miesto gyventojai dažniausiai randa internete (atsakymą pasirinko 74,4 proc. atsakiusiųjų), spaudoje (atsakymą pasirinko 34,8 proc. atsakiusiųjų), klausydami radiją ar žiūrėdami televiziją (atsakymą pasirinko 32,9 proc. atsakiusiųjų) arba informaciją jiems suteikia šeimos nariai ir giminės (atsakymą pasirinko 53,7 proc. atsakiusiųjų).

Kauno miesto turizmo vystymui svarbiausi miesto renginiai (gyventojų nuomonė):

- *Bendras vartotojų patenkinimo indeksas ne mažesnis 4,5 (visiškas respondentų pritarimas teiginiui):* Kauno miesto dienos, Hanza Kaunas Viduramžių kultūros festivalis, Pažaislio muzikos festivalis, „Kaunas Jazz“, koncertai, kultūriniai ir sporto renginiai „Žalgirio“ arenoje, Kauno sporto halėje.
- *Bendras vartotojų patenkinimo indeksas 3,5–4,49 (dalinis respondentų pritarimas teiginiui):* Kaziuko mugė, „Muziejų naktys“, Kauno kino festivalis, „Operetė Kauno pilyje“, Gatvės muzikos diena, Tarptautinis sakralinės muzikos festivalis, Tarptautinis šokių festivalis ir kalėdiniai miesto renginiai.

2.5.2 pav. Renginių svarbos turizmui vertinimas



Tyrimo metu buvo nagrinėta, kaip miesto gyventojai vertina turizmo infrastruktūrą ir turizmo paslaugų pasiūlą, kokybę ir prieinamumą Kauno mieste. Tam tikslui respondentams buvo nurodomi teiginiai, su kuriais jie galėjo visiškai arba iš dalies sutikti / nesutikti. Pažymėtina, kad nei vienas iš teiginių, tyrimo metu, visiško didžiosios dalies respondentų pritarimo / nepritarimo nesusilaukė, o respondentų vertinimai svyravo nuo dalinio pritarimo iki dalinio nepritarimo išvardintiems teiginiams.

Didžioji dalis respondentų aiškos nuomonės neturėjo dėl Kauno mieste teikiamų apgyvendinimo paslaugų kainos ir kokybės, maitinimo paslaugų kainos, pramogų pasiūlos, kainos ir kokybės, sveikatingumo paslaugų pasiūlos, kainos ir kokybės, gidų paslaugų, turizmo informacijos paslaugų prieinamumo ir pakankamumo (informacijos užsienio kalba prieinamumas, informacinių ženklų, stendų ir kt. pakankamumas, informacinių leidinių lietuvių ir užsienio kalbomis įvairovė, informacijos apie lankytinus objektus, renginius, maršrutus pakankamumas), turizmo maršrutų pasiūlos, kultūros paveldo objektų pasiekiamumo ir muziejų būklės (*bendras vartotojų pasitenkinimo indeksas 2,5–3,49*).

Iš dalies didžiąją dalį respondentų tenkina Kauno miesto apgyvendinimo paslaugų pasiūla, maitinimo paslaugų pasiūla ir kokybė, kultūrinių renginių įvairovė ir pasiūla, susisiekimo visuomeniniu transportu paslaugų kokybė ir paslaugų kaina, muziejų paslaugų kokybė, kaina ir muziejų darbo laikas (*bendras vartotojų pasitenkinimo indeksas 3,5–4,49*).

Iš dalies neigiamai didžioji dalis respondentų įvertino Kauno miesto laisvalaikio ir poilsio zonų būklę, kultūros paveldo objektų būklę, dviračių takų būklę ir pakankamumą, vandens turizmo infrastruktūros būklę, paslaugų pasiūlą ir kainą (*bendras vartotojų pasitenkinimo indeksas 1,5–2,49*).

Tyrimo metu dalis respondentų nurodė, kad Kauno mieste jie pasigenda vandens turizmo paslaugų, tinkamos kokybės dviračių takų infrastruktūros ir paslaugų, o taip pat įvairių renginių ir pramogų šeimoms ir vaikams.

2.5.3 pav. Išvardintų aspektų svarbos turizmui vertinimas



Apibendrinimas. Atlikto Kauno miesto gyventojų poreikių ir nuomonės tyrimo metu paaiškėjo, kad gyventojų nuomone, Kauno miesto turizmo vystymui svarbiausi lankytini objektai yra: Kauno pilis, Kauno rotušė, Senamiestis, Vilniaus gatvė, Nacionalinis M. K. Čiurlionio dailės muziejus, Velnių muziejus, Vytauto Didžiojo karo muziejus, Kauno bažnyčios, Pažaislio kamaldulių vienuolyno ansamblis ir Lietuvos liaudies buities muziejus. Svarbiausi Kauno miestą garsinantys renginiai: Kauno miesto dienos, Hanza Kaunas Viduramžių kultūros festivalis, Pažaislio muzikos festivalis, „Kaunas Jazz“, koncertai, kultūriniai ir sporto renginiai „Žalgirio“ arenoje, Kauno sporto halėje.

Visiško pritarimo ar nepritarimo respondentai neišreiškė nei vienam turizmo ar su turizmu susijusiam aspektui. Tuo tarpu iš dalies neigiamai didžioji dalis respondentų įvertino Kauno miesto laisvalaikio ir poilsio zonų būklę, kultūros paveldo objektų būklę, dviračių takų būklę ir pakankamumą, vandens turizmo infrastruktūros būklę, paslaugų pasiūlą ir kainą. Šie atsakymai rodo, kad Kauno mieste vis dar aktuali problema yra miesto viešosios turizmo infrastruktūros būklė ir jos išvystymo lygis.



2.6. GEROJI LIETUVOS IR UŽSIENIO MIESTŲ PATIRTIS

Siekiant pateikti turizmo vartotojų poreikius tenkinantį optimalų bei efektyvų turizmo paslaugų ir produktų, išryškinančių ir stiprinančių miesto identitetą, aprašą, būtina apžvelgti gerąją Lietuvos ir užsienio miestų patirtį turizmo srityje. Analizei buvo pasirinkti šie užsienio miestai: Brno (Čekija), Mančesteris (Jungtinė Karalystė), Miunchenas (Vokietija), Odensė (Danija), Tamperė (Suomija), Tartu (Estija), Vroclavas (Lenkija). Išvardinti miestai pasirinkti atsižvelgiant į šiuos kriterijus:

- miesto geografinę padėtį – miestai esantys valstybės viduje, neturintys priėjimo prie jūros ar vandensyno;
- klimatinę zoną – siekiant numatyti sezoniško mažinimo galimybes, analizuojami miestai, kuriuose yra mišri klimatinė zona;
- miesto dydį – dauguma miestų yra antri arba treti pagal dydį ar svarbą savo šalyje;
- miestai, save identifikuojantys kaip pramoninius-komercinius, universitetinius, kultūrinius, „sporto“ miestus;
- 5 iš 7 miestų yra taip vadinami „miestai partneriai“ (Brno, Odensė, Tamperė, Tartu, Vroclavas);
- pasirinkti Europos Sąjungos šalių miestai, prisidedantys prie bendros Europos Sąjungos turizmo vystymo politikos.

Taip pat remiamasi didžiausius turistų srautus pritraukiančių Lietuvos miestų gerąja patirtimi – Druskininkų, Palangos ir Vilniaus. Apibūdinant kiekvieną šių miestų, trumpai apžvelgiami jų ypatumai, į kokiais sritis orientuotas ir kokie išskirtiniai sprendimai įgyvendinami turizmo srityje.

2.6.1. lentelė. Užsienio miestų geroji patirtis

Miestas ir miesto simbolika	Trumpa informacija apie miestą	Trumpa informacija turizmo atžvilgiu	Turizmo vystymosi kryptys ir jas nustatantys dokumentai
BRNO Miesto herbas  Miesto šūkis „Brno nori būti geresnis“ (anglų k. „Brno wants to be better“) Brno miesto logo (patvirtintos kelios spalvų variacijos)  Brno miesto simbolis 	230 kv. km plotas, 384,3 tūkst. gyventojų, tankumas - 1700 žm./kv.km. Antras pagal dydį Čekijos miestas įsikūręs Svitavos ir Svratkos upių santakoje, yra Brno ežeras, keletas tvenkinių ir mažesnių upelių, daugiau nei 25 proc. teritorijos sudaro miškai. Mieste įsikūrę inžinerinės, kompiuterinės ir programinės įrangos kuriančios kompanijos (IBM, Siemens, SGI, Motorola ir kt.), išplėta pramonė. Svarbus mokslo centras – veikia 13 universitetų, 33 fakultetai, kur studijuoja apie 90 tūkst. studentų.	Vyrauja nusistovėjusi nuomonė, kad Brno yra pramoninis miestas. Miestas garsus tarptautinėmis mugėmis, kurios vyksta viename didžiausių Europoje ir 23 pagal dydį pasaulyje – Brno parodų centre. Brno esančioje Masaryk lenktynių trasoje vyksta Pasaulio moto Grand Prix. Kiti gausius lankytojų būrius sutraukiantys renginiai: tarptautinis Ignis Brunensis festivalis, tarptautinis „Mundi kino“ festivalis, Vyno šventė ir kiti. Laiką galima leisti zoologijos sode, botanikos ir vaismedžių soduose, Špilberko parke, taip pat siūloma pramoga – ekskursijos po Brno požemius. Turizmo plėtra vykdoma koncentruojantis į kelias pagrindines turizmo sritis, atsižvelgiant į nustatytas svarbiausias tikslines turistų grupes bei pateikiant ir kitoms tikslinėms grupėms aktualius kompleksinius turizmo produktus ir paslaugų paketus, daug dėmesio skiriama turizmo informacijos sklaidai.	Galimos turizmo kryptys buvo numatytos 2009 m. parengtoje miesto ekonomikos plėtros strategijoje. Pagrindinė turizmo vystymo kryptis apibrėžta Brno miesto strateginiame plane, parengtame 2010 m. Turizmo vystymo prioritetinė kryptis nustatyta strateginio plėtros plano 2.1.3. uždaviniu „Skatinti turizmo plėtrą didžiausią dėmesį skiriant dalykiniam (verslo) turizmui“. Išskirtos prioritetinės turizmo plėtros kryptys: • dalykinis (verslo) turizmas; • parodų, prekybos mugių turizmas; • sporto turizmas; • kultūros ir sporto renginių vystymas; • skatinamas kultūrinis-pažintinis turizmas; • vystyti prekybos ir pramogų centro įvaizdį.
MANČESTERIS Miesto herbas  Miesto šūkis „Autentiškas modernus“ (anglų k. „Original Modern“) Mančesterio prekės ženklas 	115,7 kv. km plotas, 498,8 tūkst. gyventojų, tankumas – 4.313 žm./kv.km. Mančesteris įsikūręs rytiniame Irwell upės krante, prie Medlock ir Irk upių santakos, pietuose teka Mersey upė, o didžiausia atvira erdvė mieste – Heaton parkas. Miesto šiaurėje ir rytuose išsidėsčiusios Peninų ir Rozendalio miškų kalvos. Šis miestas suklestėjo pramonės perversmo metais ir dažnai yra laikomas pramonės revoliucijos pradininku. Miestas iki šiol yra svarbus komercinis, pramonės, mokslo ir inžinerijos produkcijos, verslo centras, be to išsiskiria kaip žiniasklaidos, kultūros, muzikos, švietimo, sporto miestas. Tai kūrybiškas ir dinamiškas miestas, pasižymintis tautų, kultūrų, kalbų, papročių, tautinių mažumų įvairove. Mančesterio architektūra ypatingai įvairi – nuo Viktorijos laikų iki šiuolaikinių, modernių stilių. Miestas gali pasigirti dideliu skaičiumi parkų, sodų bei atvirų erdvių, skirtų sportui, poilsiui ir laisvalaikio praleidimui. Įdomesni muziejai, tokie kaip Aprangos muziejus, Policijos muziejus.	Skatinant konferencinį turizmą, parengta atskira svetainė, įkurtas Mančesterio suvažiavimų biuras. 9 Mančesterio muziejai ir galerijos sudaro Mančesterio Muziejų konsorciumą, turintį bendrą viziją, kartu organizuojantį įvairius užsiėmimus, renginius, kuriantį internetinį žurnalą Creativetourist.com. Mančesterio arena yra viena didžiausių arenų Europoje, talpinanti apie 21 tūkst. žiūrovų, miestas dėl čia veikiančių kelių garsiausių muzikantų ruošiančių įstaigų, taip pat laikomas muzikinio švietimo centru. Garsus kaip sporto miestas, dėl jo pavadinimą turinčių Manchester City ir Manchester United futbolo komandų, aukštos kokybės stadionų, kuriuose vyksta pasaulinės svarbos varžybos. Mančesterio futbolo stadionas, Nacionalinis skvošo centras, Mančesterio vandens sporto centras, Velodromas. Mančesterio futbolo muziejus ir kiti sporto objektai, pasaulinio lygio renginiai sudaro sąlygas sporto turizmo plėtrai. Didelė „žaliųjų plotų“ dalis bei jų pritaikymas laisvalaikiui ir poilsiui sudaro sąlygas laisvalaikio ir pramogų turizmo plėtrai. Tautinės mažumos ženkliai prisidėjo formuojant savitą miesto veidą, todėl tarp lankytinų įtraukiami tokie objektai kaip Kinijos miestelis ar Gėjų kaimelis. Ypatingas dėmesys skiriamas viešojo ir privataus sektorių bendradarbiavimui reklamuojant regioną tikslinėse vietinėse ir tarptautinėse rinkose.	Turizmas Mančesteryje vystomas atsižvelgiant į strateginiuose planavimo dokumentuose („Manchester Unitary Development Plan“, „Core Strategy“), numatytas gaires. Mančesterio miesto vizijoje numatyta, kad miestas turėtų tapti tarptautine turizmo ir kultūros bei nacionaline sporto, laisvalaikio ir pramogų sostine. Išskirtos prioritetinės turizmo plėtros kryptys: • konferencinis turizmas; • sporto turizmas; • laisvalaikio ir pramogų turizmo plėtra; • apgyvendinimo paslaugų plėtra; • Mančesterio oro uosto plėtra.

Miestas ir miesto simbolika	Trumpa informacija apie miestą	Trumpa informacija turizmo atžvilgiu	Turizmo vystymosi kryptys ir jas nustatantys dokumentai
MIUNCHENAS			
Miesto herbas  Miesto šūkis „Miunchenas mėgsta tave“ (vokiečių k. „München mag Dich“) Miuncheno ženklas 	310 kv. km plotas, 1353,2 tūkst. gyventojų, tankumas – 4359 žm./kv.km. Miestas Vokietijoje yra trečias pagal dydį, įsikūręs prie Isar upės, šiaurėje Bavarijos Alpėse. Miunchenas pirmąją mokslo ir moksliniais tyrimais, gausu universitetų. Veikia tarptautinis kongresų ir parodų centras. Pasaulinis miestas, su stipriausia ekonomika tarp Vokietijos miestų, kuriame įsikūrusios didžiausių pasaulinių kompanijų centrinės būstinės. Stipriai išvystyta pramonė, vystoma biotechnologijų, programinės įrangos, kitų paslaugų industrija, finansų ir leidybos centras, įsikūrusi viena didžiausių Europoje Kinostudija. Miesto architektūra – derinys senoviškų ir įspūdingos šiuolaikinės architektūros pastatų. Yra Marientplatz, daug karališkųjų aveniu ir aikščių, gana žalias miestas su gausybe parkų. Mieste labai gerai išvystyta transporto infrastruktūra. Veikia gausybė įvairių muziejų ir meno galerijų, vienas seniausių ir didžiausių mokslo muziejų, BMW muziejus, Alaus ir Oktoberfest muziejus. Alte Pinakothek meno galerijoje – garsiausių 14-18 a. menininkų darbai (Rafaelio, Rubeno darbų kolekcijos). Daugybė tarptautiniu mastu pripažįstamų teatrų. Populiarus naktinis gyvenimas, yra daugiau nei 6 tūkst. vietų, turinčių licenzijas naktinėms pramogoms	Dviračių sportas pripažįstamas kaip gera alternatyva motorizuotam transportui, daugėja dviračių takų, kurie plačiai naudojami ištisus metus, įvesta moderni dviračių nuomos sistema. Stipriausiai vystomas sportas – futbolas. Šiame mieste žaidžia 3 futbolo komandos, iš kurių žinomiausia – FC Bayern, taip pat vystomas ledo ritulys, golfas, žiemos sportas. Miunchenas – didysis Europos kultūros centras, kuriame kūrė garsiausi meninkai (V.A. Mocartas, K.M. Vėberis, R. Vagneris, R.Štrausas, G.Maleris ir kiti). Vykstančios Miuncheno bianalės ir „A•DEvantgarde“ festivalis rodo, kad Miunchenas ir dabar įneša didelį indėlį į muzikos vystymą. Miestas garsus jame vykstančiais festivaliais. Žymiausias festivalis dvi savaites trunkantis „Oktoberfest“, kurio metu milijonai svečių mėgaujasi alumi ir įvairiomis vykstančiomis atrakcijomis, renginiais. Taip pat Kalėdinė mugė, stipraus alaus festivalis vykstantis pavasarį, karnavalų sezonas, Miuncheno kino festivalis. Turistinis Hofbräuhaus – viena seniausių alaus daryklų, buvę pramoniniai kompleksai, pritaikyti įvairioms užėigoms, diskotekoms, klubams, gėjų kvartalas ir gausybė kitų vietų, kur verda naktinis gyvenimas.	Turizmo Miunchene, kaip prioritetinės srities gairės apibrėžtos 1999 m. parengtoje „Miuncheno miesto ekonomikos plėtros ir užimtumo politika“. Turizmo plėtros kryptys numatomos rengiamuose „Turizmas Miunchene. Veiksmų planas“, kuriuose, kasmet taip pat išskiriamos tikslinės grupės. Išskirtos prioritetinės turizmo plėtros kryptys: - dalykinis ir prekybos mugių turizmas; - kultūrinių ir sporto renginių vystymas; - naujų kultūros objektų kūrimas ir vystymas; - įvairių laisvalaikio ir pramogų formų pasiūlos didinimas; - skatinti „apsipirkimo“ turizmo plėtrą; - skirti didesnė dėmesį informacijos sklaidai ir bendradarbiavimui tarp viešo ir privataus sektorių bei šalių, kurios yra prioritetinės turizmo rinkos.
ODENSĖ			
Miesto herbas  Miesto šūkis „Gyvenimas yra žaidimas“ (danų k. „At lege er at lege“) Miesto logo 	306 kv. km plotas, 191,6 tūkst. gyventojų, tankumas – 626.79 žm./kv.km. Odensė – trečias pagal dydį ir vienas seniausių Danijos miestų, įsikūręs Funen saloje, prie fiordų ir Odensės upės. Odensėje gyvena daugiau nei 150 skirtingų tautybių žmonių, iš kurių nemažą dalį sudaro studentai iš užsienio šalių. Odensėje ar šalia miesto įsikūrę keletas didelių gamyklų, pramonės ir prekybos sektorių įmonių, prekybos centras Rosengårdcentret.	2007 m. parengtoje „Verslo ir augimo politikoje“ (Erhvervs- og vækstpolitik) pažymima, kad kultūrinio gyvenimo vystymas yra vienas pagrindinių miesto pajamų šaltinių, sudarantis didesnes prielaidas didesnėms miesto galimybėms. Strateginiame plane pažymima, kad tai miestas, kuriame drįstama eksperimentuoti, o miesto kultūra, verslas, aktyvus studentiškas gyvenimas ir gausybė parkų bei žaliųjų zonų kuria jame jaukią atmosferą. Prie svarbiausių lankytinų objektų priskiriama Šv. Knuto katedra, Odensės rūmai, zoologijos sodas, meno ir dizaino centras, Funen kaimas, Danijos geležinkelio muziejus, Hanso Kristiano Andersono muziejus, Hanso Kristiano Andersono namai, Odense teatras. Miestas pasižymi gausybe renginių ir jų įvairove: Hanso Christiano Anderseno gimimo diena, mokslinių tyrimų diena, šokių diena, Kulturmąskinen Festival, Carlo Nielseno festivalis, Odense tarptautinis kino festivalis, Hanso Kristiano Anderseno maratonas ir nuotykių lenktynės.	2009 m. buvo priimta Odensės „Tarptautinė strategija“, kurioje numatoma, kad Odensė tarptautinėse rinkose turėtų būti atpažįstama kaip daugiakultūris, tvarus, sveikas, žaislimingas, Hanso Kristiano Anderseno miestas. Miesto turizmo sritys vystomos atsižvelgiant į Odensės strateginį planą. Išskirtos prioritetinės turizmo plėtros kryptys: - konferencinis, verslo turizmas; - kultūrinis, laisvalaikio bei pramogų turizmas.

Miestas ir miesto simbolika	Trumpa informacija apie miestą	Trumpa informacija turizmo atžvilgiu	Turizmo vystymosi kryptys ir jas nustatantys dokumentai
TAMPERĖ			
Miesto herbas  Miesto šūkis „Viskas šviesu“ (anglų k. „All Bright“) Miesto prekės ženklas 	690 kv. km plotas, 215,3 tūkst. gyventojų, tankumas – 410,1 žm./kv.km. Tampere – trečiasis pagal dydį Suomijos miestas, įsikūręs tarp Näsijärvi ir Pyhäjärvi ežerų. Ketvirtadalį miesto sudaro vanduo - yra apie 2500 ežerų ir tvenkinių. Anksčiau Tampere buvo sunkiosios pramonės centras, šiandien Tampere yra pagrindinis informacinių technologijų, mokslinių tyrimų, švietimo, kultūros, sporto ir verslo centras.	Tampereje kasmet suorganizuojama apie 20 tarptautinių konferencijų, apie 20 prekybos mugių, tarptautinės parodos. Tampere yra žinoma dėl savo aktyvaus kultūrinio gyvenimo, gilių teatro tradicijų (yra apie 25 teatrai). Tampereje vyksta daug festivalių: Tampere miesto festivalis (vienas didžiausių Suomijoje miestų festivalių), Tampere kino festivalis, tarptautinis trumpametražių filmų festivalis, Tampere teatro festivalis, Tampere miesto roko festivalis, Tampere Jazz, Tampere vokalinės muzikos festivalis, Tampere bienalė. Pagrindinis turistų traukos taškas: Särkänniemi pramogų parkas apimantis zoologijos sodą, delfinariumą ir istorinį Näsinnenla bokštą, papildytą besisukančiu restoranu. Gausybė muziejų, tarp jų vienas iš paskutinių muziejų skirtų Leninui, taip pat Šnipų muziejus, „Trolų Mumijų slėnis“, Lėlių ir kostiumų muziejus, Darbo muziejus, Suomijos ledo ritulio šlovės galerija ir batų muziejus, Suomijos didžiausia stiklo skulptūra. Tampereje populiariausios 2 sporto šakos: ledo ritulio ir futbolo. Daug dėmesio skiriama vandens ir pramogų turizmui: vasarą galima išskylauti laivais (yra ir teminės programos) ežeruose Näsijärvi ir Pyhäjärvi, užsiimti žvejyba, yra 36 viešieji paplūdimiai.	Turizmo plėtros kryptys apibrėžtos Tampere 2007-2013 m. strategijoje ir „Tampere strategijoje 2020“ (Tampereen kaupunkistrategia 2020). Šiuose dokumentuose išskiriama, kad Tampere – geriausia Suomijos vieta šeimos atostogoms, susitikimams, konferencijoms, parodoms ir teatrui. Išskirtos prioritetinės turizmo plėtros kryptys: „šeimos“ turizmas; - kultūrinis turizmas; - dalykinis (verslo), konferencijų turizmas; - parodų ir mugių turizmas.
TARTU			
Miesto herbas  Miesto šūkis „Gerų minčių miestas“ (estų k. „Heade mõtete linn“) Miesto logo 	39 kv. km plotas, 101,1 tūkst. gyventojų, tankumas – 2539 žm./kv. km. Tartu – senas universitetinis miestas prie Emajegio upės, jungiančios du didžiausius Estijos ežerus Peipaus ir Võrtsjärv. Kelis šimtmečius buvo intelektualiniu centru tiek Estijoje, tiek ir Baltijos šalyse, 21-ojo amžiaus pradžioje pradėjo kurtis ir aukštųjų technologijų bendrovės, todėl dabar Tartu yra – šalies intelektualų ir kultūros centras. Tartu nemažai švietimo įstaigų, santykinai didelė studentų dalis.	Tartu didelis studentų skaičius įtakoja, kad Tartu klesti naktinis gyvenimas su daug barų, restoranų ir naktinių klubų. Studentų sukuriamą liberali atmosfera išskiria Tartu iš kitų Estijos miestų. Universitetinis miestas traukiantis ne tik norinčius studijuoti, bet ir mokslininkus, dėstytojus, tyrėjus. Lankytini Tartu objektai: meno galerijos (jų mieste apie 20), Toome kalnas, observatorija ir muziejus, istorinis kultūrinis Jaani miesto kvartalas (Tartu Jaani bažnyčia, Antano gildija ir kiemas, teatro namai, žaislų muziejus), Tartu universitetas, botanikos sodas, AHHA mokslo centras ir „Aura“ vandens parkas. Vyksta nemažai kultūrinių renginių: Tartu vizualinės kultūros festivalis, Tartu muzikos festivalis, Juodųjų naktų kino festivalis, Hansa dienų festivalis. Vienas labiausiai plėtojamų – vandens turizmas: organizuojamos ekskursijos Emajogi upe, įrengti valčių, kanojų, baidarių, plaustų nuomos punktai, sudarytos sąlygos žvejybai. Palei upę galima jodinėti, įrengti pažintiniai takai (pvz. paukščių stebėjimams), pėsčiųjų takai. Via Hanza magistralė turėtų tapti tarptautinių kelių turistams ir taps dar svarbesne pradėjus Emajogi Riverland'o projektą, kuri atnaujins ryšius tarp Võrtsjärv ir Peipsi ežerų.	Tartu turizmo plėtros kryptys nustatytos Tartu 2008-2013 m. turizmo strategijoje iš kurios perkeltos į Tartu 2013-2020 strateginį plėtros planą bei 2030 vystymo strategiją. Išskirtos prioritetinės turizmo vystymo kryptys: - kultūrinis turizmas; - sporto ir aktyvių pramogų turizmas; - konferencinis ir mokslo turizmas; - vandens turizmas; - sveikatos ir SPA turizmas. Strateginiuose dokumentuose taip pat numatyta, kad Tartu kitoms šalims reikia pristatyti kaip Hanzos, universitetų ir muziejų miestą, taip pat įgyvendinti aktyvias į tikslines grupes orientuotas turizmo marketingo priemones.

Miestas ir miesto simbolika	Trumpa informacija apie miestą	Trumpa informacija turizmo atžvilgiu	Turizmo vystymosi kryptys ir jas nustatantys dokumentai
VROCLAVAS			
Miesto herbas  Miesto šūkis „Susitikimo vieta“ (anglų k. „The meeting place“) Miesto logo 	293 kv. km plotas, 996,6 tūkst. gyventojų, tankumas – 2162 žm./kv. km. Vroclave teka Oderis ir jo intakai. Miestui ypatingo žavesio suteikia 112 tiltų ir 12 salų, todėl jis dažnai vadinamas „Mažąja Venecija“. Pastaraisiais metais daug dėmesio skiriama siekiant pritraukti užsienio investicijas į aukštųjų technologijų sektorių. Tai lėmė netoli Vroclavo įsikūręs LG Electronics gamybos klasteris. Vroclavas yra trečias pagal dydį Lenkijos švietimo centras. Daugiakultūris Vroclavas – vienas seniausių ir gražiausių Lenkijos miestų, kurio istoriją formavo vokiečiai, austrai ir čekai. Vienas iš Europos kultūrinės įvairovės lopščių.	Miestas vilioja daugelį turistų savo unikalia architektūra, pasaulinio lygio festivaliais ir intensyviu naktiniu gyvenimu. Vroclavas yra vienas iš didžiausių kultūrinių ir intelektualinių centrų Lenkijoje, turinčių šimtmečių tradiciją. Ypatingo dėmesio verta Vroclavo Turgaus aikštė (Rynek) – viena didžiausių Europoje. Kultūros vitrina Vroclave tapo muzikos festivalis, be to miestas garsėja savo muzikos klubais, diskotekomis ir barais. Yra gana daug teatrų, muziejų, kino teatrų ir meno galerijų. 2016 m. Vroclavas taps Europos kultūros sostine. Vroclave ypatingą vietą užima sportas. Čia vyks UEFA EURO 2012, 2017 m. – Pasaulio žaidynės. Vroclave įsikūręs vienas didžiausių Lenkijos vandens parkų, Ledo rūmai, Olimpinis stadionas, žirgų lenktynių trasa.	Vroclavo turizmo plėtros kryptys numatytos Strateginiame plane ir Vroclavo turizmo plėtros strategijoje 2008 – 2013 m. Šiuose strateginiuose dokumentuose Vroclavas reprezentuojamas kaip – susitikimų vieta gyventojams, verslininkams, mokslininkams ir turistams. Išskirtos prioritetinės turizmo vystymo kryptys: • parodų ir konferencijų (verslo) turizmas; kultūrinis turizmas; • aktyvus turizmas (vandens, dviračių, pėsčiųjų). • siūloma vystyti SPA ir sveikatingumo bei religinį turizmą.

Atlikus 7 užsienio miestų apžvalgą, nustatyta, kad visi miestai panašūs į Kauną ne tik anksčiau išvardintais aspektais. Visi miestai yra antri ar treči pagal dydį savo šalyse, kurių sostinės, miestus turinčius priėjimus prie jūros ar pasižyminčius gamtos išteklių, kultūros paveldo objektų gausa – dažniausiai aplanko didžiausi turistų, keliaujančių kultūrinio-pažintinio, gamtinio-pažintinio turizmo, poilsio tikslais. Todėl visi šie miestai yra susidūrę su problema, kaip pritraukti į šiuos miestus atvykstančius turistus, vietinius turistus, o svarbiausia – kokiais priemonėmis įgyvendinti ir kokiomis kryptimis įgyvendinti, kad užimti savo nišą šalies ir tarptautinėje turizmo rinkoje.

Be to, daugiausia turistų keliauja pažintiniais, poilsiniais tikslais ir dažniausiai šiltuoju metų laiku, todėl dauguma analizuojamų miestų turėjo išspręsti turizmo sektoriaus sezoniškumo problemą.

Šias problemas visi aptariami miestai išsprendė ar sprendžia labai panašiai. Didžioji dalis miestų turi pasirengę strateginio planavimo dokumentus, kuriuose išanalizuota esama miesto situacija, išskirti privalumai ir trūkumai turizmo kontekste, nustatytos tikslinės grupės ir galimi turizmo plėtros sprendiniai, nustatytos prioritetinės turizmo plėtros kryptys. Būtina paminėti, kad beveik visi miestai savo turizmą orientuoja panšiomis kryptimis. Dažniausiai išskirtos analizuojamų miestų priroitetinės turizmo kryptys:

- konferencinis (parodų, prekybos mugių, dalykinis) turizmas;
- sporto turizmas;
- laisvalaikio ir pramogų turizmas;
- kultūros ir sporto renginių vystymas.

Konferencinio (parodų, prekybos mugių, dalykinio) turizmo, kaip prioritetinės turizmo srities išskyrimą, sąlygojo ne tik tai, kad kai kurie miestai jau nuo seno garsėja kaip tarptautinių konferencijų, parodų, prekybos mugių centrai (pvz.: Brno, Tampere). Visi miestai yra svarbūs savo šalims kaip ekonomikos ir verslo centrai, bet ne mažiau svarbus veiksnys – pakankamai maža sezoniškumo įtaka šiai turizmo sričiai.

Galima paminėti, kad kai kuriuose miestuose yra įkurtos įstaigos, kurių paskirtis – miesto konferencinio turizmo vystymas, informacijos apie konferencijų galimybes juose sklaida tiek šalies tiek tarptautiniu mastu, konferencijų organizavimas ir pan. Kaip gerosios patirties pavyzdį galima pateikti Mančesterio sprendimą. Mančesteryje tokias funkcijas atlieka Mančesterio suvažiavimų biuras, be to, jis gali pasiūlyti ir padėti surengti konferencijas, renginius, suteikti informaciją apie galimus renginio finansavimo šaltinius ar padėti gauti finansavimą savo renginiui. Be to, didžiąją dalį paslaugų šis biuras teikia nemokamai.

Beveik visi miestai prie prioritetinių turizmo sričių priskiria **sporto turizmą**. Tokius sprendimus dažniausiai sąlygoja esamos senos sporto tradicijos, mieste žaidžiančios ir jį reprezentuojančios garsios

sporto komandos. Žinoma, ne mažiau svarbus veiksnys – turima sporto infrastruktūra. Be to, sporto turizmą taip pat galima priskirti prie turizmo sričių, kurioms sezoniškumas turi mažą ar vidutinę įtaką, priklausomai nuo turimos infrastruktūros.

Didelę įtaką sporto turizmo vystymuisi turi miestuose vykstantys tarptautiniai renginiai ir varžybos. Siekiant plėtoti šią turizmo sritį būtina siekti, kad mieste vyktų svarbūs didelio masto ir tarptautinės reikšmės renginiai. Sporto turistams ne mažiau nei sporto renginiai, įdomūs ir įvairūs muziejai, klubai ar kiti lankytini objektai sporto tematika (pvz. Suomijos ledo ritulio šlovės galerija, Mančesterio futbolo muziejus ir kt.).

Nepaisant to, kad didžiojoje dalyje miestų populiariausia yra viena sporto šaka (pvz.: Mančesteryje ir Miunchene – futbolas, Brno – motosportas, Tampereje – ledo ritulys), tačiau vystomos ir kitos sporto šakos. Kai kuriuose miestuose įrengiami ar populiarinami golfo laukai, žirgynai, lauko ir vidaus baseinai ir kt. Galima išskirti Tampere pavyzdį – žiemą ant užšąlančių upių įrengiamos slidinėjimo trasos, o slidinėjimo paslaugas teikiantis „Sniego parkas“ sudaro maršrutus-programas, kuriais keliaujant galima stebėti menininkų pasirodymus.

Nors prie 4 dažniausiai išskirtų turizmo sričių nepaminėtas **vandens turizmas**, ši kryptis yra vystoma kone visuose analizuojamuose miestuose, tačiau vieni miestai vandens turizmą priskiria prie sporto turizmo, kiti – prie laisvalaikio, pramogų turizmo. Nepaisant to, kad ši turizmo rūšis yra laikoma viena sezoniškiausių, tačiau tinkamai įrengta infrastruktūra, sukurtos ir teikiamos specialios paslaugos – gali pritraukti nemažus turistų srautus ne tik šiltuoju metų laiku bei tapti viena populiariausių gyventojų laisvalaikio ir poilsio formų.

Kaip matyti iš 2.6.1. lentelėje pateiktų duomenų, didžiojoje dalyje miestų yra vienas ar keli didesni vandens telkiniai, tačiau yra ir tokių, kurie pasižymi vandens išteklių gausa ir puikiai juos išnaudoja. Kaip pavyzdį galima paminėti Tartu miestą, kuriame vandens turizmui skiriamas didelis dėmesys. Vienas svarbiausių Tartu – Emajogi Riverland'o projektas, kuriuo planuojama ne tik vystyti reguliarios laivybos liniją į Pskovą, bet ir vystyti Emajogi upę kaip rekreacinį arealą (prieplaukų, pasivaikščiojimo, pažintinių takų, paplūdimių, valčių, kanojų, baidarių, plaustų nuomos punktų ir kt. infrastruktūros įrengimas). Ne mažiau populiarūs vandens kruizai, ypač teminiai, pvz. Tampereje parengti teminiai kruizai „Silver finišo linija“, „Poeto kelias“ ir kt.

Laisvalaikio ir pramogų turizmas yra aktualus ne tik turizmo atžvilgiu. Šios turizmo srities vystymas svarbus ir miesto gyventojams. Aptariamuose miestuose ši turizmo rūšis apima gana platų paslaugų ir produktų spektrą – nuo produktų ir paslaugų skirtų ramiam šeimos poilsiui, rekreacijai iki aktyvaus naktinio gyvenimo skatinimo ar aktyvių pramogų, siekiantiems įspūdžių, nuotykių. Galima paminėti bent po vieną kiekvieno aptariamo miesto pavyzdį:

- Brno – organizuojamos ekskursijos po Brno požemius;
- Mančesterio arenoje, talpinančioje apie 21 tūkst. žiūrovų, organizuojami garsiausių muzikos žvaigždžių pasirodymai;
- Miunchene daugėja dviračių takų, kurie plačiai naudojami ištisus metus, įvesta moderni dviračių nuomos sistema, parengti ypač informatyvūs dviračių trasų žemėlapiai; vienoje seniausių alaus daryklų organizuojamos naktinės ekskursijos, buvę pramoniniai kompleksai, pritaikyti įvairioms užieigoms, diskotekoms, klubams, gėjų kvartalas ir gausybė kitų vietų, kur verda naktinis gyvenimas;
- Odensėje esančiame senoviškame Funnen Village vasarą galima pamatyti, kaip ten gyvena „senovės žmonės“, užsisakyti „pikniką“;
- Tampere pagrindinis turistų traukos taškas – Särkänniemi pramogų parkas, apimantis zoologijos sodą, delfinariumą ir istorinį Näsanneula bokštą, papildytą besisukančiu restoranu; nemažus turistų būrius pritraukia išskirtiniai muziejai;
- Tartu didelis studentų skaičius įtakoja, kad Tartu klesti naktinis gyvenimas su daug barų, restoranų ir naktinių klubų;
- Vroclavas garsėja savo muzikos klubais, diskotekomis ir barais, kaip ir teatrų, muziejų, kino teatrų ir meno galerijų gausybe.

Visos anksčiau paminėtos turizmo sritys yra tiesiogiai ar netiesiogiai susijusios su **kultūros ir sporto**

renginių vystymu. Kiekvienas miestas turi jį reprezentuojantį ir identifikuojantį renginį ar renginius:

- Brno esančioje Masaryk lenktynių trasoje vykstantis Pasaulio moto Grand Prix; Ignis Brunensis festivalis, Vyno šventė ir kt.;
- Mančesteryje – vykstantys sporto renginiai;
- Žymiausias Miuncheno festivalis – dvi savaites trunkantis „Oktoberfest“, kurio metu milijonai svečių mėgaujasi alumi ir įvairiomis vykstančiomis atrakcijomis, renginiais, taip pat Kalėdinė mugė, stipraus alaus festivalis, vykstantis pavasarį, karnavalų sezonas;
- Odensę garsina Hanso Kristiano Anderseno maratonas ir nuotykių lenktynės;
- Tamperėje vyksta Tamperės miesto festivalis, Tamperės kino festivalis, Tamperės miesto roko festivalis, Tamperė Jazz, Tamperės vokalinės muzikos festivalis, Tamperės bienalė;
- Tartu – vizualinės kultūros festivalis, Tartu muzikos festivalis, Juodųjų naktų kino festivalis, Hansa dienų festivalis;
- Kultūros vitrina Vroclave tapo muzikos festivaliu. 2016 m. Vroclavas taps Europos kultūros sostine, čia vyks UEFA EURO 2012, 2017 m. – Pasaulio žaidynės.

Turistai atvykę į tokius renginius dažnai aplanko miesto lankytinus objektus, susipažįsta su miesto istorija, kultūra, naudojami įvairiomis turizmo sektoriaus ir subsektorių teikiamomis paslaugomis. Galima paminėti, kad, pavyzdžiui, Brno kultūrinius renginius ir tarptautines parodas, prekybos ir parodų mugės stengiamasi organizuoti derinant tarpusavyje. Toks skirtingų turizmo rūšių integruotas vystymas leidžia pasiekti didesnį ir efektyvesnį rezultatą, nei vystant šias sritis atskirai. Be to, daugumos aptariamų miestų strateginiuose dokumentuose minima, jog kultūros ir sporto renginių bei laisvalaikio ir pramogų turizmas yra neatsiejama visų kitų turizmo sričių dalis, sudaranti prielaidas padidinti turistų viešnagės trukmę.

Visų miestų planavimo dokumentuose be prioritetinių turizmo sričių vystymo, infrastruktūros sutvarkymo, didelis dėmesys skiriamas informacijos sklaidai ir turizmo marketingo priemonių įgyvendinimui bei bendradarbiavimo ryšių tarp viešojo ir privataus sektorių bei su kitomis vietos ar užsienio savivaldybėmis stiprinimas.

Nors komunikacijos ir marketingo priemonės visuose miestuose vykdomos skirtingos, tačiau yra ir bendrų bruožų:

- visi miestai turi ar renka savo simbolį, prekės ženklą ir/ar miesto identitetą reprezentuojantį šūkį (žr. 2.6.1 lentelę);
- parengtos atskiros svetainės turistams, dažniausiai keliomis kalbomis. Pateikiama visa turistui reikalinga tekstinė ir vaizdinė informacija apie miestą, lankytinus objektus, renginius, pramogas, pateikiami žemėlapiai, turizmo paslaugų teikėjų kontaktai ir kita svarbi informacija;
- siekia kuo didesnį šiuolaikinių technologijų pritaikymo tiek informacijos sklaidai, vykdant marketingo priemones, tiek lankytinuose objektuose;
- beveik visuose miestuose sukurta „turisto paso“ sistema;
- stengiamasi stiprinti viešojo ir privataus sektorių bendradarbiavimą;
- siekiama stiprinti ryšius su kitais šalies ir užsienio miestais vykdant tarptautinius projektus, pasirašant bendradarbiavimo turizmo srityje sutartis ir pan.

Galima paminėti ir keletą įdomesnių šių miestų informacijos sklaidos ir marketingo priemonių. Pavyzdžiui Mančesterio turistams skirtos visos svetainės turi bendrus grafinius elementus; serija suvenyrų vienoda tematika (vienodomis citatomis, piešiniais); parengta renginių svetainė, kurioje galima susidaryti savo renginių sąrašą ir per integruotą bilietų sistemą įsigyti vienu kartu visus reikiamus bilietus; sukurti turizmo informacijos centro profiliai visuose socialiniuose tinkluose, kur taip pat vykdoma aktyvi informacijos sklaida; rengiami įvairūs „topai“ („pastatų top 5“, „restoranų top 5“, „top 5 muzikos vietos“ ir kt.), organizuojami turizmo apdovanojimai, įtraukiantys su turizmu susijusio verslo atstovus.

Odensės turizmo informacijos svetainėje galima rasti parengtus teminius pasiūlymus, pvz. lietingomis dienomis siūloma apsilankyti kino teatruose, muziejuose, apsipirkti, išbandyti dažasvydį ir kt. Vroclave 2012 m. planuojama įdiegti naują „OpenWroclaw“ kortelę, kurios nuolaidomis bus galima naudotis ne tik Vroclave.

Taigi, apžvelgus 7 užsienio miestų situaciją ir patirtį vystant turizmo sektorių, galima daryti kelias išvadas. Viena vertus, siekiant efektyvios turizmo sektoriaus plėtros svarbi šio sektoriaus segmentacija (reikia išsiskirti pagrindines tikslines grupes; orientuotis ne į vieną ir ne į visas, o į kelias prioritetines turizmo sritis, parengti kelis į skirtingas tikslines grupes orientuotus turizmo produktų ir paslaugų paketus), kita vertus – svarbi visų turizmo sektoriaus komponentų darni sąveika ir plėtra. Be to, šiuolaikiniame pasaulyje konkuruoti galima tik pasitelkiant inovatyvius metodus, taikant įdomius sprendimus.

Taip pat galima daryti išvadą, kad atsižvelgiant į užsienio miestų patirtį, Kauno mieste, save identifikuojančiame kaip ekonomikos, švietimo, kultūros ir sporto miestą, galima būtų išskirti šias prioritetines turizmo sritis: konferencinis turizmas, sporto turizmas, vandens turizmas, laisvalaikio ir pramogų bei kultūros ir sporto renginių turizmas. Be to, reikėtų gerinti turizmo informacinę sistemą, taikyti naujas rinkodaros priemones.

Panašius sprendimus yra pritaikiusios ir kitų didžiausių turistų srautus pritraukiančių miestų savivaldybės: Druskininkų, Palangos ir Vilniaus. Nors miestą reprezentuojančius prekės ženklus ar šūkius turi ne visi miestai, tačiau šių miestų turizmo plėtra yra vykdoma atsižvelgiant ir išnaudojant jų išskirtinumus.

Druskininkai nuo seno žinomas kurortinis miestas, garsėjantis sveikatinimo paslaugomis, šiandien save pristatantis kaip tarptautinį, ištisus metus veikiantį balneologinį, purvo, mineralinio vandens ir klimato terapijos kurortą. Turistus šis miestas traukia čia veikiančiomis 7 sanatorijomis, SPA kompleksais, didele apgyvendinimo ir maitinimo paslaugų pasiūla.

Be sanatorinio turizmo, Druskininkuose vystomas ir konferencinis turizmas, kadangi sanatorijose ir apgyvendinimo ir kitose įstaigose įrengta virš 50 konferencijų salių, talpinančių apie 4000 žmonių. Taip pat čia vystomas laisvalaikio ir pramogų turizmas – nemažus lankytojų srautus traukia tokie išskirtiniai objektai kaip Druskininkų vandens parkas, Grūto parkas, aktyvios pramogos siūlomos „One nuotykių parke“, žiemos pramogas galima išbandyti naujoje „Snow Arenoje“, taip pat nemaža vandens pramogų, aktyvaus laisvalaikio (kartingai, dažasvydis, pasivažinėjimas keturračiais ir kt.) ir kitų pramogų. Druskininkų strateginiame plėtros plane 2004–2013 m. taip pat nemažai dėmesio skiriama rinkodaros ir turizmo informacijos sklaidai, akcentuojama, kad būtina vykdyti vieningą ilgalaikę rinkodaros kompaniją.

Palanga yra respublikinės reikšmės klimatinis, balneologinis ir purvo terapijos kurortas. Jau ne vienerius metus Palanga vadinama Lietuvos vasaros sostine. Palangos miesto strateginiame plėtros plane iki 2020 metų nurodoma, kad turizmas yra vienas svarbiausių miesto gyventojų pragyvenimo šaltinis. Svarbiausi šiame plane numatomi miesto investiciniai projektai bei iniciatyvos yra susiję su kurorto patrauklumo didinimu tarp lankytojų, siekiant mažinti sezoniskumą bei pasiūlyti daugiau paslaugų miesto svečiams.

Šiame plane numatytos strateginės miesto plėtros kryptys yra tiesiogiai susijusios su turizmu: sveikatinimo paslaugų infrastruktūros plėtra, sporto infrastruktūros vystymas, poilsio paslaugų infrastruktūros, veikiančios visus metus, vystymas, kultūrinių ir pramoginių renginių pasiūlos didinimas. Prie svarbiausių Palangos miesto uždavinių vystant turizmą, numatyta įgyvendinti kurorto marketingo priemones, didinti kurorto žinomumą bei plėtoti turizmo informacinę sistemą, stiprinti viešojo ir privataus sektorių bendradarbiavimą.

Taip pat galima paminėti, kad stiprinamas bendradarbiavimas su kaimyninėmis šalimis ir užsienio šalių savivaldybėmis. Šiuo metu rengiama bendra Lietuvos pajūrio regiono savivaldybių galimybių studija „Vakarų krantas“, skirta transporto ir turizmo plėtros vystymo galimybėms nustatyti. Vystomas bendradarbiavimas su Kaliningrado savivaldybe, parengtas bendras renginių Palangoje ir Kaliningrade leidinys.

Taigi didžiausią Palangos turizmo problema – sezoniskumas – yra sprendžiama keliais būdais. Visų pirma vystant sveikatos turizmą, kadangi šios turizmo srities vystymui yra sukurtas stiprus pagrindas – mieste įsikūrusios sanatorijos, sveikatingumo, SPA centrai. Antra, siekiama didinti kultūrinių ir sporto renginių, pramogų pasiūlos įvairovę ir vystyti paslaugų infrastruktūrą. Tačiau galima pastebėti, kad turizmo informacinė

sistema dar nėra pakankamai išplėta, ypač trūksta informacijos apie vystytinas turizmo sritis, apie teikiamas sveikatingumo, SPA paslaugas, laisvalaikio ir pramogų galimybes, informacijos užsienio kalba ir kt.

Vilnius save reprezentuoja kaip sostinę, traukiančią dėmesį ne tik dėl savo architektūrinio savitumo, bet ir kultūrinių renginių, pramogų, vykstančių dalykinių, politinių ir kultūrinių susitikimų. Vilniaus mieste yra akcentuojamas kultūrinis-pažintinis, konferencinis turizmas, kultūros ir sporto renginių vystymas. Kultūriniam pažintiniam turizmui sąlygas sudaro Vilniuje esanti kultūros paveldo ir lankytinų objektų gausa, į UNESCO Pasaulio paveldo sąrašą įtrauktas senamiestis, muziejų, teatrų, galerijų ir kitų kultūros įstaigų gausa. Vilniuje vyksta svarbiausi ir didžiausi šalies kultūros ir sporto renginiai.

Sostinėje įsikūrusios visos svarbiausios politinės ir viešojo administravimo institucijos, vyksta tarptautiniai politiniai ir dalykiniai suvažiavimai. Konferencinio turizmo plėtra yra viena svarbiausių Vilniaus miesto turizmo plėtros krypčių, sudaranti prielaidas turizmo sezoniškumo mažinimui. Konferencinio turizmo vystymu Vilniaus mieste rūpinasi specialiai įsteigtas Vilniaus konferencijų biuras.

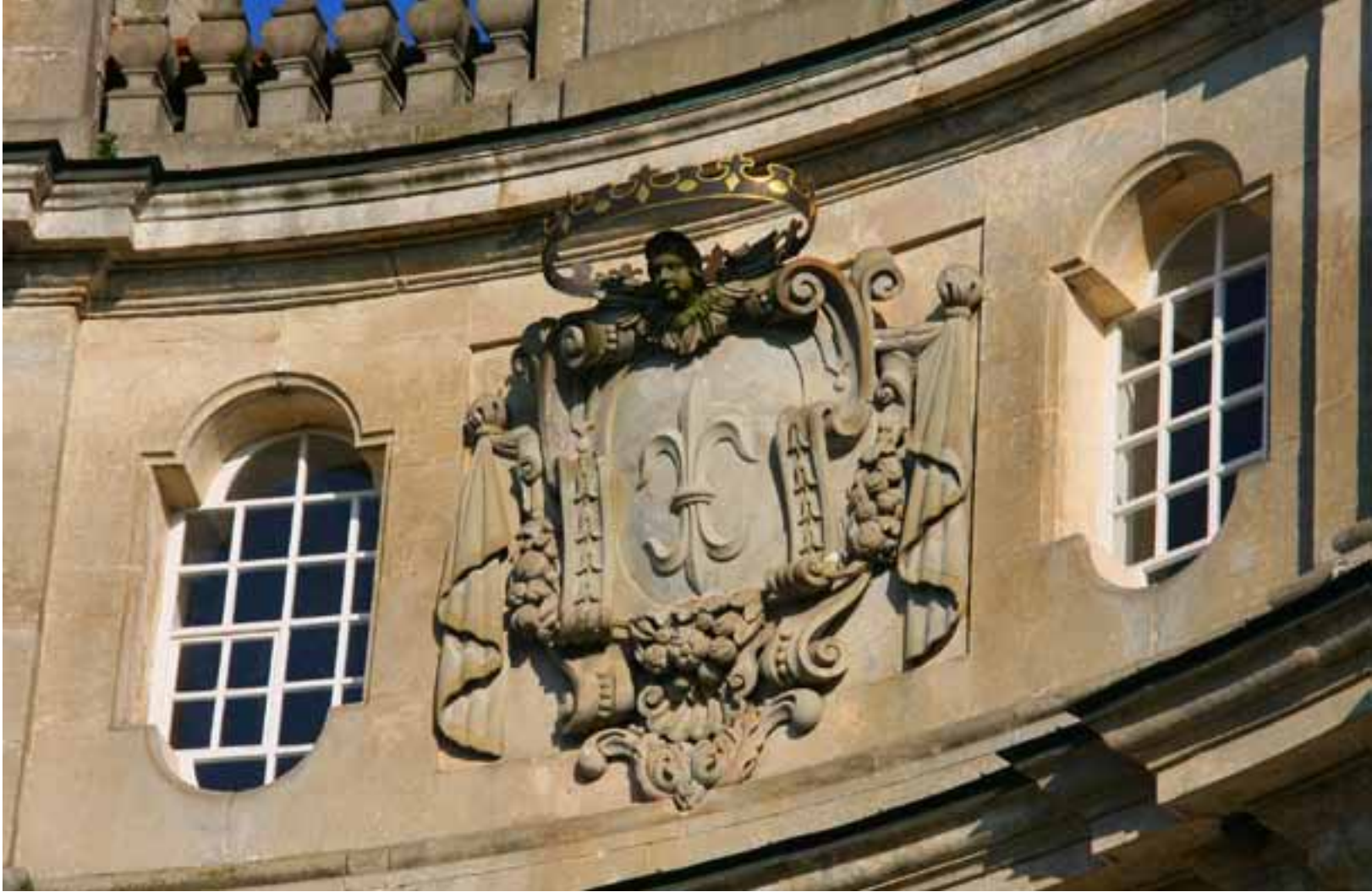
Vilniaus miesto strateginiame plėtros plane daug dėmesio skiriama informacijos sklaidai formuojant Vilniaus įvaizdį tarptautiniame kontekste ir kitiems miesto rinkodaros veiksams Lietuvoje bei užsienyje. Pažymima, kad siekiant efektyviai išnaudoti turizmo, konferencinio turizmo, investicijų pritraukimo potencialą, svarbu didinti miesto žinomumą ir kryptingai formuoti Vilniaus miesto įvaizdį tarptautiniame kontekste.

Galima pastebėti, kad lyginant su kitais miestais, Vilniaus miesto turizmo informacijos svetainė yra viena informatyviausių. Be to, pritaikyti inovatyvūs metodai, pavyzdžiui parengti audiogidai, audioiekskursijos, programėlė „Vilnius Tourism“ pritaikyta išmaniesiems telefonams, papildanti kol kas dar negausią Lietuvos ir visų trijų Baltijos šalių mobiliųjų aplikacijų rinką. Turizmo informaciniai leidiniai parengti atsižvelgiant į skirtingas tikslines grupes (pvz. vaikams, senjorams, neįgaliesiems, žydams ir kt.). Be to, visus norimus aplankyti objektus ar renginius galima pasižymėti ir vėliau peržiūrėti atskirame sąraše.

Trumpai apžvelgus didžiausius turistų srautus pritraukiančių Lietuvos miestų turizmo situaciją, galima pastebėti, kad visuose šiuose miestuose didžiausias dėmesys skiriamas miestą identifikuojantiems turizmo produktams ir paslaugoms (Druskininkuose – sanatorinis turizmas, Palangoje – poilsio, kurortinis turizmas, Vilniuje – kultūrinis-pažintinis). Siekiant mažinti turizmo sezoniškumą, vystomos tokios turizmo sritys kaip konferencinis turizmas, daug dėmesio skiriama laisvalaikio ir pramogų pasiūlos didinimui. Visų savivaldybių strateginiuose dokumentuose didelis dėmesys skiriamas turizmo informacijos sklaidai, rinkodaros priemonių, skirtų Lietuvos ir tarptautinėms rinkoms, įgyvendinimui bei bendradarbiavimo ryšių tarp viešojo ir privataus sektorių bei su kitais šalies ir užsienio šalių miestais.

Apibendrinimas. Atlikus pasirinktų Lietuvos ir užsienio miestų turizmo situacijos analizę, pastebima, kad visuose šiuose miestuose turizmo plėtra vykdoma koncentruojantis į vieną ar kelias pagrindines turizmo sritis, atsižvelgiant į nustatytas svarbiausias tikslines turistų grupes, tačiau pateikiant ir kitoms tikslinėms grupėms aktualių kompleksinių turizmo produktų ir paslaugų paketą. Didžiausias dėmesys skiriamas miestą identifikuojančių turizmo produktų ir paslaugų vystymui. Ne mažesnis dėmesys skiriamas turizmo informacijos sklaidai, rinkodaros priemonių įgyvendinimui, bendradarbiavimo ryšių stiprinimui. Be to, šiuolaikiniame pasaulyje konkuruoti galima tik pasitelkiant inovatyvius metodus, taikant išskirtinius sprendimus.

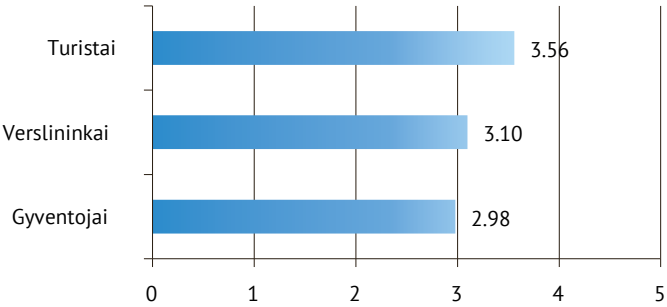
Atsižvelgiant į Lietuvos ir užsienio miestų patirtį, Kauno mieste, galima būtų išskirti šias prioritetines turizmo sritis: konferencinis turizmas, sporto turizmas, vandens turizmas, laisvalaikio ir pramogų bei kultūros ir sporto renginių turizmas. Be to, reikėtų gerinti turizmo informacinę sistemą, taikyti naujas rinkodaros priemones.



2.7. VARTOTOJŲ POREIKIUS IR LŪKESČIUS TENKINANČIŲ TURIZMO PRODUKTŲ IR PASLAUGŲ IDENTIFIKAVIMAS

Atlikus turizmo produktų ir paslaugų vertinimo bei tikslinių grupių poreikių tyrimą, paaiškėjo, kad Kauno miestas turistams, verslininkams ir gyventojams, turizmo atžvilgiu, yra tik vidutiniškai patrauklus. Atsižvelgiant į tai, didesnę dėmesį reikėtų skirti miesto įvaizdžio formavimui ir turizmo rinkodaros priemonių, skirtų Lietuvos ir užsienio turistams, įgyvendinimui.

2.7.1 pav. Kauno miesto patrauklumo turizmui vertinimas penkiabalėje skalėje



Nustatyta, kad Kauno miesto turizmo sektoriuje jaučiama pakankamai didelė sezoniškumo įtaka – tik 55,9 proc. verslininkų nurodė veikiantys ištisus metus, po 87 proc. turistų ir gyventojų nurodė dažniausiai atostogaujantys vasarą. Būtina įgyvendinti priemones, sudarančias prielaidas turizmo sezoniškumo mažinimui.

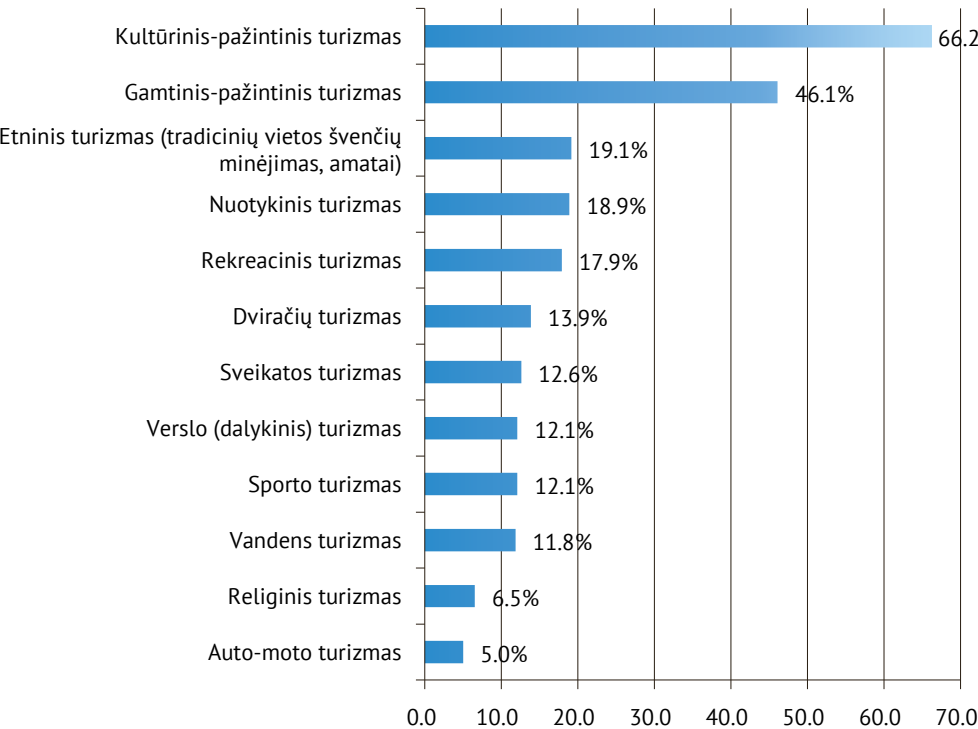
Užsienio klientų dalis bendroje aptarnaujamų klientų struktūroje yra gana nedidelė. Dažniausiai aptarnaujami užsienio turistai yra iš Rusijos, Lenkijos, Baltarusijos, Vokietijos, Didžiosios Britanijos, Latvijos, Suomijos ir Švedijos. Siūloma vykdyti turizmo rinkodaros priemones, orientuotas būtent į šių šalių turistų rinką, bei stiprinti bendradarbiavimą su šiomis šalimis.

Tiek verslininkų, tiek turistų tyrimų duomenimis, dažniausiai Kaune turistai apsistoja trumpam laikui (iki 3 parų). Taip pat nustatyta, kad daugiausia Kauno miesto turizmo produktais ir paslaugomis naudojasi vidutinės pajamas gaunantys asmenys. Be to, respondentai nurodė, kad turistinėms kelionėms dažniausiai skiria iki 1000 Lt vienam asmeniui, o verslininkai nurodė, kad jų klientai dažniausiai vieno apsilankymo metu išleidžia iki 100 Lt. Atsižvelgiant į šiuos rezultatus, turizmo plėtros kryptys, turizmo produktai ir paslaugos turėtų būti orientuotos atsižvelgiant į nustatytas tikslines grupes, ypač į vidutinės pajamas gaunančius turistus. Be to, turistų viešnagės trukmę būtų galima prailginti siūlant kompleksinį turizmo produktą ir paslaugų paketą.

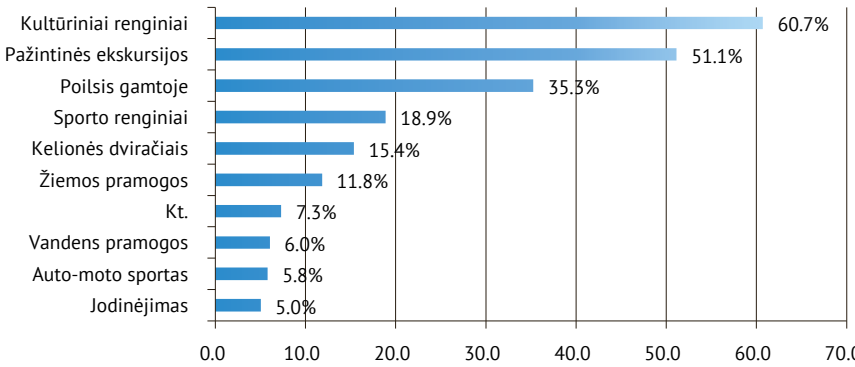
Verslininkai nurodė, kad dažniausi jų klientai yra atvykę į Kauną darbo, poilsio, atostogų, turistinių objektų, sporto renginių lankymo ir mokymosi tikslais. Panašius apsilankymo Kaune tikslus nurodė ir tyrime dalyvavę turistai.

Prie aktualiausių turizmo sričių turistai ir gyventojai nurodė kultūrinį-pažintinį, gamtinį-pažintinį, etninį, nuotykių, rekreacinį, dviračių, sveikatos, verslo (dalykinį) ir sporto turizmą (žr. 2.7.2 pav.). Aktualiausiomis pramogomis abi respondentų grupės nurodė kultūrinius renginius, pažintines ekskursijas, poilsį gamtoje ir sporto renginius (žr. 2.7.3 pav.).

2.7.2 pav. Aktualiausios turizmo sritys turistų ir gyventojų vertinimu



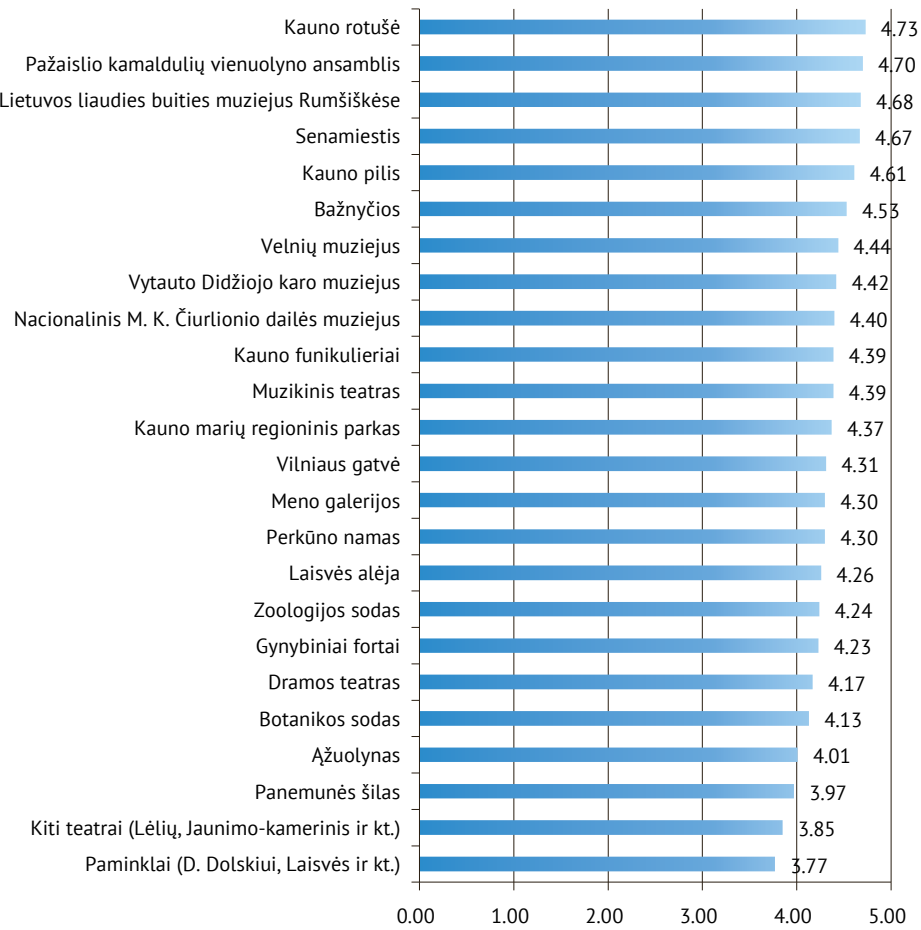
2.7.3 pav. Aktualiausios pramogos turistų ir gyventojų vertinimu



Tokie rezultatai leidžia daryti prielaidas, kad Kauno mieste vystytinomis turizmo sritimis galėtų būti verslo (dalykinis), kultūrinis-pažintinis, kultūrinių renginių, laisvalaikio ir aktyvaus poilsio pramogų, sporto ir vandens turizmas.

Respondentai taip pat išskyrė panašius turizmo vystymui, jų nuomone, svarbius objektus ir renginius. Išskirti Kauno miesto turizmo vystymui svarbiausi lankytini objektai yra Kauno rotušė, Senamiestis, Pažaislio kamaldulių vienuolyno ansamblis, Lietuvos liaudies buities muziejus, Kauno pilis (žr. 2.7.4 pav.). Svarbiausi Kauno miestą garsinantys renginiai: Hanza Kaunas Viduramžių kultūros festivalis, Kauno miesto dienos, Pažaislio muzikos festivalis, „Kaunas Jazz“, koncertai, kultūriniai ir sporto renginiai „Žalgirio“ arenoje ir Kauno sporto halėje bei sporto renginiai „Žalgirio arenoje“ (žr. 2.7.5 pav.).

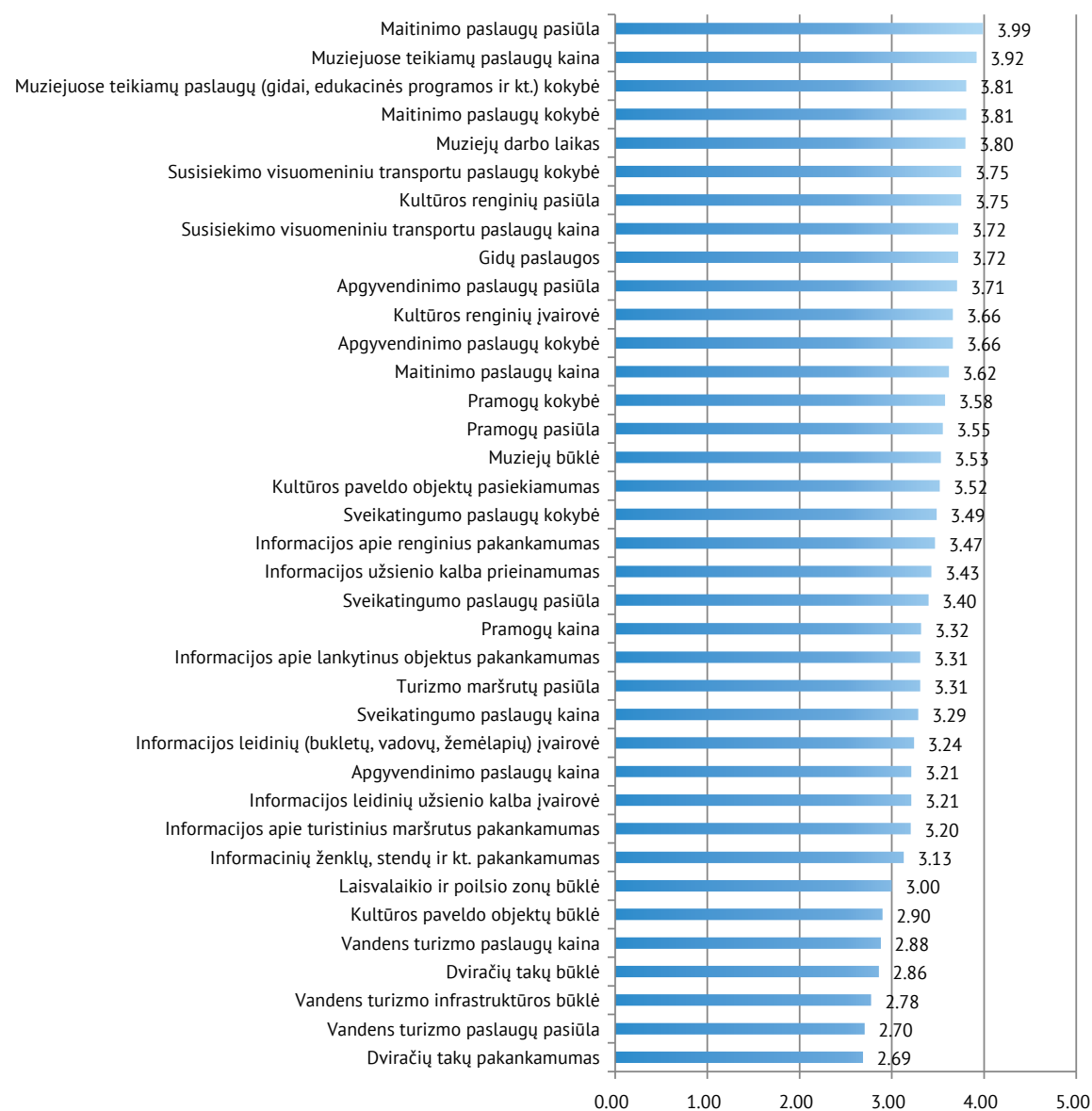
2.7.4 pav. Turizmo vystymui svarbiausi objektai turistų ir gyventojų vertinimu



2.7.5 pav. Turizmo vystymui svarbiausi renginiai turistų ir gyventojų vertinimu



2.7.6 pav. Turistų ir gyventojų išvardintų aspektų svarbos turizmui vertinimas



Geriausiai respondentai įvertino Kauno miesto maitinimo, muziejų, susisiekimo, kultūros renginių ir apgyvendinimo, pramogų paslaugas, pasiūlą bei įvairovę (žr. 2.7.6 pav.). Iš dalies neigiamai tiek turistai, tiek ir gyventojai įvertino vandens ir dviračių turizmo infrastruktūrą ir paslaugas, kultūros paveldo objektų, laisvalaikio ir poilsio zonų būklę, turizmo informacinę sistemą. Atsižvelgiant į tai, reikėtų skirti didesnę dėmesį vandens ir dviračių turizmui, laisvalaikio ir poilsio turizmui bei turizmo informacinės sistemos vystymui.

Verslininkai nurodė dažniausiai savo teikiamas paslaugas reklamuojantys internete ir lauko reklamose, o turistai ir gyventojai nurodė informacijos apie Kauno turizmą ieškantys internete ar remiantis draugų, giminių rekomendacijomis. Respondentai prie didžiausių problemų, susijusių su Kauno miestų turizmo objektų ir paslaugų informacijos platinimu, nurodė įvairios informacijos trūkumą. Atsižvelgiant į šiuos rezultatus, reikėtų skirti ypatingą dėmesį turizmo informacijos platinimui internete, įrengti mieste trūkstamą turizmo informacijos infrastruktūrą (informacinius ženklus, standus, nuorodas ir kt.), parengti išsamius tikslinėms grupėms skirtus turizmo leidinius (tiek spausdintus, tiek elektroninius), taikyti inovatyvesnius turizmo informacijos sklaidos metodus.

Apibendrinimas. Remiantis aplinkos analizės duomenis, atsižvelgiant į atlikto tyrimo duomenis ir Lietuvos bei užsienio miestų gerą patirtį, Kauno mieste, galima išskirti tokius vartotojų poreikius ir lūkesčius tenkinančius turizmo sprendinius:

- konferencinio turizmo vystymas;
- parodų ir mugių turizmo vystymas;
- sporto turizmo vystymas;
- vandens turizmo vystymas;
- laisvalaikio ir pramogų pasiūlos didinimas;
- kultūros ir sporto renginių vystymas;
- turizmo informacijos įvairovės ir prieinamumo didinimas;
- bendradarbiavimo ryšių stiprinimas;
- miesto įvaizdžio gerinimas.

3. TURIZMO INFRASTRUKTŪROS, PASLAUGŲ IR PRODUKTŲ POREIKIO PRIORITETAI



Siekiant užtikrinti efektyvią ir darnią Kauno miesto turizmo plėtrą, Kauno turizmo infrastruktūros plėtros studijoje yra išskirtos penkios prioritetinės miesto turizmo plėtros kryptys:

- Kultūros, laisvalaikio ir kitų renginių turizmo plėtra.
- Konferencijų ir parodų, mugių turizmo plėtra.
- Vandens turizmo plėtra.
- Sporto turizmo plėtra.
- Medicinos turizmo plėtra.

Prioritetinės Kauno miesto turizmo plėtros kryptys buvo identifikuotos remiantis atlikta Kauno miesto turizmo infrastruktūros, turizmo paslaugų ir produktų aplinkos analize ir gautais turizmo sektoriaus subjektų poreikių tyrimo rezultatais. Prioritetinių krypčių svarba miesto turizmo plėtrai ir potencialo pagrindimas atliktas panaudojant istorinius, infrastruktūros išvystymo, socialinius, ekonominius, politinius aspektus.

Prioritetinės Kauno miesto turizmo plėtros kryptys

I PRIORITETINĖ KRYPTIS. Kultūros, laisvalaikio ir kitų renginių turizmo plėtra

3.1. lentelė Kauno turizmo infrastruktūros plėtros I prioritetinės krypties „Kultūros, laisvalaikio ir kitų renginių turizmo plėtra“ pagrindimas

Veiksniai	Paaiškinimas
Istoriniai veiksniai	Kauno miesto kultūrinis gyvenimas turi galias tradicijas, ypač išplėtotas tarpukario Lietuvoje, Kaunui esant laikinąja sostine. Mieste organizuojami ne tik vietiniai, respublikiniai, bet ir tarptautiniai, jau tradiciniais tapę renginiai. Šie renginiai kiekvienais metais į Kauną pritraukia turistus iš visos Lietuvos bei užsienio valstybių. Miestą garsina: „Kaunas Jazz“, Viduramžių kultūros festivalis „Hanza Kaunas“, Kauno miesto diena, Kauno miesto dainų ir šokių šventė, Pažaislio muzikos festivalis, Tarptautinis festivalis „Operetė Kauno pilyje“, Tarptautinis šokio festivalis, Tarptautinis fotomeno festivalis „Kaunas photo“, Kalėdiniai ir daugelis kitų miesto renginių. Ne vienas iš šių renginių Kauno mieste organizuojamas jau daugiau kaip dešimtmetį.

Veiksniai	Paaiškinimas
Infrastruktūros išvystymo veiksniai	Kauno mieste yra daug renginių organizavimui tinkamų vietų tiek po atviru dangumi, tiek ir uždaroje patalpose. Įvairaus pobūdžio renginiams organizuoti ypatingai patraukli Kauno Rotušės aikštė, senoji Nemuno prieplauka (Kauno amfiteatras), istorinis LR Prezidentūros sodelis, Vilniaus gatvė, Vienybės aikštė, Kauno Dainų slėnis, Santakos parkas ir kt. 2011 m. Kauno mieste pastatyta viena didžiausių arenų Baltijos šalyse – Kauno „Žalgirio“ arena, kurioje koncertų ir panašių renginių metu gali būti talpinami 2574–17500 žiūrovų. Ši arena yra patraukliausia renginių (ypatingai didelių) organizavimo vieta uždaroje patalpose.
Socialiniai–ekonominiai veiksniai	Kultūros, laisvalaikio ir kitų renginių turizmas generuoja socialinę–ekonominę naudą. Visame pasaulyje gerai žinomų, tarptautinių kultūros, laisvalaikio ir kitų renginių organizavimas Kauno mieste, gali pritraukti į miestą turistų, kurie čia atvyktų tik dėl tokių renginių ir kitu atveju nebūtų atvykę į miestą. Kultūros, laisvalaikio ir kitų renginių turizmas yra mažai sezoniskumo veikianti turizmo rūšis, todėl gali pritraukti į miestą turistus ištisus metus. Mieste organizuojami renginiai garsina miestą, o taip pat formuoja miesto, kaip patrauklios turizmo „krypties“ įvaizdį. Renginiai (ypatingai dideli tarptautiniai) teigiamai veikia verslo plėtrą bei padeda į miestą pritraukti pajamas, iš šių renginių organizavimo bei su renginių organizavimu susijusių veiklų. Turizmo sugeneruotos piniginės įplaukos sudaro prielaidas įgyvendinti miesto infrastruktūros atnaujinimo ir plėtros projektus. Dideli tarptautiniai renginiai pritraukia ne tik visuomenės, bet ir žiniasklaidos dėmesį, o tai sudaro prielaidas miesto garsinimui tarptautiniu lygiu. Taip pat, dar vienas kultūros, laisvalaikio ir kitų renginių turizmo poveikis yra bendruomenės kultūrinio identiteto stiprinimas ir sklaida.
Politiniai veiksniai	LR Ūkio ministerijos Turizmo politikos skyriaus pranešime, kultūrinis turizmas išskirtas kaip prioritetinė Lietuvos turizmo rūšis. Nacionalinėje turizmo plėtros programoje numatoma kasmet atnaujinti ir papildyti svarbiausių kultūrinių renginių trejų metų tvarkaraštį. Kultūrinių, laisvalaikio ir kitų renginių organizavimas yra vienas efektyviausių būdų, siekiant didinti turistų srautą Kauno mieste ir mažinti sezoniskumą.

II PRIORITETINĖ KRYPTIS. Konferencijų ir parodų, mugių turizmo plėtra

3.2. lentelė. Kauno turizmo infrastruktūros plėtros II prioritetinės krypties „Konferencijų ir parodų, mugių turizmo plėtra“ pagrindimas

Veiksniai	Paaiškinimas
Istoriniai veiksniai	Verslo turizmas Kaune vystomas nuo pat laisvo verslo struktūrų užuomazgų Lietuvoje. Kaune vyksta nemažai tradicinių ir tarptautinių konferencijų, parodų mugių.

Veiksniai	Paaiškinimas
<i>Infrastruktūros išvystymo veiksniai</i>	Kauno mieste konferencijų organizavimo paslaugas teikia apgyvendinimo įstaigos, verslo centrai, švietimo institucijos, muziejai. 91 mieste esančiose konferencijų salėse yra beveik 9700 sėdimų vietų. 7 įstaigose yra didesnės nei 300 vietų konferencijų salės. Dauguma konferencijų salių nuomos paslaugas teikiančių įstaigų, teikia ir konferencinės įrangos aprūpinimo, kavos pertraukėlių, maitinimo paslaugas, dalis įstaigų teikia apgyvendinimo ir laisvalaikio užimtumo paslaugas. „Žalgirio“ arenoje yra viena specialiai konferencijoms pritaikyta amfiteatro tipo konferencijų salė, tačiau atsižvelgiant į konferencijos dydį ir organizatorių sumanymus, konferencijas galima organizuoti ir kitose patalpose, jas pritaikant pagal konkrečius poreikius. Tokiu būdu „Žalgirio“ arenoje gali būti organizuojamos net ir tarptautinės, didelio masto konferencijos. Numatoma, kad svarbia paskata konferencinio, parodų ir mugių turizmo vystymuisi bus planuojami statyti Kongresų ir parodų rūmai.
<i>Socialiniai–ekonominiai veiksniai</i>	Kaunas, dėl mažesnio mokesčio už konferencijų salių nuomą, gali konkuruoti konferencijų organizavimo srityje su Vilniumi. 2013 metų Lietuvos pirmininkavimas Europos Sąjungos Taryboje – galimybė organizuoti dalį konferencijų Kauno mieste. Dalykinis ir konferencinis turizmas yra viena mažiausiai sezoniško turizmo paslaugų. Konferencinis turizmas yra keturis kartus pajamingesnis, lyginant su kitomis turizmo sritimis. Ši turizmo veikla į Kauną visus metus galėtų pritraukti gana dideles investicijas.
<i>Politiniai veiksniai</i>	Nacionalinėje turizmo plėtros programoje, Kauno miestas priskiriamas prie regiono, kuriame konferencinis turizmas priskiriamas prie svarbiausių vystytinų turizmo krypčių. 2012 m. vasario 23 d. Kauno miesto savivaldybės taryba, siekdama skatinti dalykinį ir konferencinį turizmą mieste, nutarė prisidėti prie naujos įstaigos Lietuvos konferencijų biuro, steigimo ir tapti šios įstaigos dalininke.

III PRIORITETINĖ KRYPTIS. Vandens turizmo plėtra

3.3. lentelė. Kauno turizmo infrastruktūros plėtros III prioritetinės krypties „Vandens turizmo plėtra“ pagrindimas

Veiksniai	Paaiškinimas
<i>Istoriniai veiksniai</i>	Kauno mieste gausu upių ir upelių, kitų natūralių ir dirbtinių vandens telkinių. Nemunas ir Kauno marios, Neries žemupys suteikia galimybę Kauno mieste plėtoti pramoginę laivybą. Kaunas yra Lietuvos vidaus vandens transporto centras, kuriame nuo senų laikų populiarus keleivinis turizmas, ypač atgimstantis pastaraisiais metais.
<i>Infrastruktūros išvystymo veiksniai</i>	2012 m. pradžioje Kauno mieste veikė 4 keleivinės prieplaukos: prieplauka prie Vytauto bažnyčios, Kauno, Kauno marių ir Kauno „Žalgirio“ jachtklubo prieplaukos yra keleivinės, kurios gali būti naudojamos mažųjų, pramoginių, sportinių laivų aptarnavimui. Kauno žiemos uostas skirtas Vidaus vandens kelių direkcijos gamybiniais poreikiams užtikrinti, tačiau gali būti naudojamas ir kitų keleivinių, krovininių laivų bei mažųjų, pramoginių, sportinių laivų aptarnavimui. Kauno „Žalgirio“ jachtklubo prieplaukoje organizuojami pramoginiai plaukiojimai. Prieplauka prie Vytauto bažnyčios išsidėsčiusi prie Vytauto Didžiojo bažnyčios ir yra patraukli vandens turizmo vieta senamiestį lankantiems turistams. Vasaros sezono metu siūlomi 4 pramoginio–pažintinio plaukiojimo reguliarūs maršrutai: maršrutas Nemunu Kaunas–Kulautuva–Kaunas ir pramoginė–apžvalginė kelionė UAB „Bernelių užkeigos“ laivu „Aitra“, maršrutai Kauno mariomis Kaunas–Kruonis–Kaunas ir Kaunas–Rumšiškės–Kaunas. Taip pat galima užsakyti pramoginius plaukiojimus įvairių rūšių vandens transportu (jachtos, kateriai, laivai), pramoginį plaukimą baidarėmis, išsinuomoti vandens motociklus, užsiimti buriavimo sportu, nuo 2012 m. galima užsisakyti kruizą Nemunu arba Kuršių mariomis.
<i>Socialiniai–ekonominiai veiksniai</i>	Vidaus vandens kelių direkcijos duomenimis, Kauno miesto vidaus vandenimis per metus pervežama iki 20000 keleivių. Didžiąją keleivių vežimų dalį sudaro keleivių vežimas pramoginiais–pažintiniais tikslais. Pramoginis–poilsinis plaukiojimas laisvais, jachtomis, kateriais, baidarėmis yra puiki pramoga tiek Lietuvos, tiek ir užsienio turistams, norintiems ne tik pailsėti, bet ir pažinti Kauno miesto kraštovaizdį, istorinius ir kultūrinius paminklus. Vandens turizmui sezonishkumas turi gana didelę įtaką, tačiau efektyviai išnaudojant šią turizmo sritį sezono metu, prisidedama prie socialinės-ekonominės naudos didinimo. Nuosekliai vystomas vandens turizmas, sukurtas ir plėtojamas vieningas vandens kelias, atnaujinti seni ar vystomi esami vandens turizmo maršrutai, atnaujinta ir įrengta reikalinga infrastruktūra sudarytų prielaidas pritraukti didesnius turistų srautus.
<i>Politiniai veiksniai</i>	Lietuvos ūkio plėtros iki 2015 metų ilgalaikėje strategijoje nurodoma, kad viena iš turizmo plėtros klišių Lietuvoje yra žemos kokybės vidaus vandens transporto paslaugos. Nacionalinėje turizmo plėtros programoje, numatyta, kad vandens turizmui skatinti vidaus vandens keliuose būtina ieškoti būdų atnaujinti turistinį maršrutą Kaunas–Nida.

IV PRIORITETINĖ KRYPTIS. Sporto turizmo plėtra

3.4. lentelė Kauno turizmo infrastruktūros plėtros IV prioritetinės krypties „Sporto turizmo plėtra“ pagrindimas

Veiksniai	Paaiškinimas
<i>Istoriniai veiksniai</i>	Kauno miestas nuo seno laikomas sporto miestu. 1919 m. Kaune buvo įsteigta pirmoji Lietuvos sporto organizacija – Lietuvos sporto sąjunga. 1932 m. pradėjo veikti pirmoji valstybinė sporto valdymo institucija – Kūno kultūros ir sporto rūmai. 1938 m. Kauno mieste vyko Lietuvos tautinė olimpiada – viso pasaulio lietuvių sporto žaidynės. 1939 m. surengtas Europos vyrų krepšinio čempionatas. Dar 1944 m. Kauno mieste įkurta pirmoji Lietuvoje ir iki šiol egzistuojanti profesionalaus vyrų krepšinio komanda Kauno „Žalgiris“. 1945 m. įsteigtas Lietuvos valstybinis kūno kultūros institutas. 1991 m. oficialiai atidarytas Lietuvos sporto muziejus. 2011 m. Kauno „Žalgirio“ arenoje įvyko prestižinio Europos krepšinio čempionato rungtynės.

Veiksniai	Paaiškinimas
<i>Infrastruktūros išvystymo veiksniai</i>	Kauno mieste yra gerai išplėtotą sporto infrastruktūra. Mieste veikia S. Dariaus ir S. Girėno sporto centras, kurio ansamblį sudaro stadionas ir šalia stovinti Kauno sporto halė. 2011 m. mieste pastatyta viena didžiausių arenų Baltijos šalyse – Kauno „Žalgirio“ arena, sporto renginių metu galinti talpinti 12300–15688 žiūrovų. 2012 m. numatoma baigti „Girstučio“ kultūros ir sporto rūmų rekonstrukcijos darbus, buvusiuose kultūros ir sporto rūmuose įkuriant moderniausią Baltijos šalyse plaukimo kompleksą su 50 metrų ilgio 8 takų plaukimo baseinu, 25 metrų ilgio 4 takų apšilimo baseinu, treniruoklių salėmis bei pramogų zona.
<i>Socialiniai–ekonominiai veiksniai</i>	Sporto turizmas yra socialinę–ekonominę naudą generuojanti turizmo rūšis. Ši turizmo rūšis yra mažai veikiama sezonishkumo, todėl į miestą gali pritraukti turistus iš visų metų. Atsižvelgiant į tai, kad Kauno mieste yra gerai išvystyta sporto infrastruktūra, sporto turizmo plėtojimas Kaune nereikalauja skubių ir didelių investicijų trumpuoju laikotarpiu, tuo tarp gali sukurti nemažą ekonominę ir socialinę naudą. Nuosekliai plėtojamas sporto turizmas ir į Kauno miestą pritraukiami dideli, tarptautiniai sporto renginiai sudarytų prielaidas gerinti miesto įvaizdį ir leisti į miestą pritraukti turistų (sporto gerbėjų), kurie kitomis aplinkybėmis niekada neaplankytų Kauno. Išaugę turistų srautai, didelių, tarptautinių sporto renginių metu, teigiamai veiktų ekonomiką, skatintų verslo plėtrą, gerintų užimtumo sąlygas, o kartu sudarytų prielaidas pajamų, surenkamų į miesto biudžetą, augimui. Sėkmingas sporto turizmo plėtojimas bei jo sukuriamą ekonominę naudą sudarytų prielaidas bendram miesto estetinio vaizdo gerėjimui, investuojant į miesto gyvenamąją aplinką, rekreacinių ir visuomeninių zonų infrastruktūrą.
<i>Politiniai veiksniai</i>	Nacionalinėje turizmo plėtros programoje sportas įvardijamas kaip svarbi turizmo rūšis. Sėkminga sportinių renginių organizavimo veikla gali sukurti patrauklias sąlygas ne tik atvykstantajam, bet ir vietiniam turizmui.

V PRIORITETINĖ KRYPTIS. Medicinos turizmo plėtra

3.5. lentelė. Kauno turizmo infrastruktūros plėtros V prioritetinės krypties „Medicinos turizmo plėtra“ pagrindimas

Veiksniai	Paaiškinimas
<i>Istoriniai veiksniai</i>	Lietuvos ir užsienio šalių gyventojams Kauno miestas patrauklus medicinos turizmo atžvilgiu dėl kokybiškų sveikatos priežiūros paslaugų. Viena pagrindinių Kauno miesto medicinos turizmo tikslinių grupių – emigrantai, kurie dėl mažesnių nei V. Europoje sveikatos priežiūros, ypač odontologijos paslaugų, grįžta į Lietuvą, bent trumpam laikui. Taip pat svarbi šios krypties tikslinė grupė – Rytų Europos medicinos turistai, atvykstantys į Kauną gydytosi tikslais. Didžiausią potencialą medicinos turizmo vystymo atžvilgiu turi nuo 1940 m. veikiančios VŠĮ Kauno klinikos. Tai didžiausia daugiaprofilinė gydymo įstaiga Lietuvoje.
<i>Infrastruktūros išvystymo veiksniai</i>	Kaune yra viena svarbiausių įstaigų medicininio turizmo atžvilgiu - Lietuvos sveikatos mokslų universiteto ligoninė viešojo įstaiga Kauno klinikos. Taip pat nemažai svarbių privačių įstaigų (UAB „Lirema“, UAB „Plastinės chirurgijos centras“, UAB „Denticija“, UAB „Estetinės chirurgijos centras“ ir kt.). Praktiškai kiekviena didesnė šiuolaikiška Kauno miesto sveikatos priežiūros įstaiga turi potencialo plėtoti medicinos turizmą.
<i>Socialiniai–ekonominiai veiksniai</i>	Kauno miestas gali būti patrauklus medicinos turizmo srityje dėl kokybiškų medicinos paslaugų ir mažesnių nei Vakarų Europos šalyse kainų, mažesnių eilių, čia dirbančių kvalifikuotų specialistų. Šiuo metu medicinos turizmo srautai į Lietuvą ir Kauno miestą yra labai maži. Tačiau skatinant medicinos turizmo vystymą, būtų sudarytos sąlygos turistų viešnagės trukmės Kauno mieste prailginimui, pajamų, gaunamų iš turizmo didinimui. Nemaža dalis medicinos turistų keliauja kartu su lydinčiais asmenimis, kurie kartu naudojasi ir kitomis turizmo paslaugomis (apgyvendinimo, maitinimo, grožio, laisvalaikio, kt.), todėl medicinos turizmo vystymas sudarytų prielaidas pajamų iš šių paslaugų didinimui. Be to, būtų skatinama privačių medicinos įstaigų plėtra, kuriamos naujos darbo vietos, kuriama papildoma socialinė-ekonominė nauda. Medicinos turizmo plėtrai svarbus aspektas – reabilitacijos po operacijų paslaugos. Vienas iš sėkmingai medicinos SPA vistančių Lietuvos miestų – Birštonas („Tulpės“ sanatorija, „Versmė“, „Karališkoji rezidencija“). Stiprinant bendradarbiavimą su Birštono savivaldybe medicinos turizmo srityje, galima būtų pasiekti geresnį efektą.
<i>Politiniai veiksniai</i>	Nacionalinėje turizmo plėtros programoje, Kauno miestas priskiriamas prie regiono, kuriame sveikatos turizmas (tame tarpe ir medicinos) priskiriamas prie svarbiausių vystytinų turizmo krypčių.

Apibendrinimas. Įgyvendinant Kauno turizmo infrastruktūros plėtros studiją ir siekiant pasiekti studijoje išsikeltus tikslus ir uždavinius, pirmiausiai rekomenduojama įgyvendinti prioritetinių Kauno miesto turizmo plėtros krypčių priemones, jas derinant su turizmo komunikacijos priemonių įgyvendinimu. Įgyvendinus prioritetinių Kauno miesto turizmo plėtros krypčių priemones, toliau rekomenduojama įgyvendinti tolimesnio laikotarpio priemones, kurių įgyvendinimas yra neatsiejamas nuo Kauno miesto įvaizdžio ir turistinio patrauklumo didėjimo.

4. KAUNO MIESTO TURIZMO PLĖTROS VEIKSMŲ PLANAS



Priemonė	Rezultatas	Pasiekimo laikas	Kaina, tūkst. Lt
I PRIORITETAS. PLĖTOTI DIDŽIAUSIĄ POTENCIALĄ TURINČIAS KAUNO MIESTO TURIZMO RŪŠIS			
1 Tikslas. Prioritetinių Kauno miesto turizmo krypčių plėtra			
1.1. Uždavinys. Plėsti kultūros, laisvalaikio ir kitų renginių turizmą, pritraukiant didelius, tarptautinius renginius bei didinant miesto žinomumą			
<i>I PRIORITETINĖ KRYPTIS „Kultūros, laisvalaikio ir kitų renginių turizmo plėtra“</i>			
1.1.1. Miesto reprezentacinių aikščių, renginių organizavimo vietų infrastruktūros atnaujinimas ir plėtra	Atnaujintos Vienybės, Nepriklausomybės, Miesto sodo, Rotušės aikščių dangos, želdiniai	2012–2014	14300
Priemonės pagrindimas: Daugelio Kauno miesto reprezentacinių aikščių, renginių organizavimo vietų būklė yra bloga: susidėvėjusios aikščių, renginių organizavimo vietų dangos, netinkamai suformuoti želdiniai. Siekiant plėsti kultūros, laisvalaikio ir kitų renginių turizmą Kauno mieste, būtina užtikrinti, kad miesto reprezentacinės aikštės, renginių organizavimo vietos būtų ne tik saugios, bet ir patrauklios estetiniu požiūriu. Šių miesto objektų atnaujinimo darbai taip pat numatyti Kauno miesto 2005–2015 m. strateginiame plėtros plane, todėl priemonės įgyvendinimas prisidėtų prie spartesnio plėtros plano įgyvendinimo.			
1.1.2. Kasmetinis kalėdinių renginių organizavimas, Lietuvos Kalėdų sostinės idėjos realizavimas	Kiekvienais metais suorganizuoti kalėdiniai renginiai	2012–2014	1350
Priemonės pagrindimas: Kiekvienais metais Kauno mieste organizuojami kalėdiniai renginiai sulaukia didelio visuomenės dėmesio. Skaičiuojama, kad šiuose renginiuose kasmet apsilanko apie 40 000 žmonių, iš kurių apie 5 proc. sudaro užsienio turistai. Kauno miesto Kalėdų eglė jau kelerius metus išrenkama gražiausia Kalėdų egle Lietuvoje. Atsižvelgiant į tai, priemonės įgyvendinimas ir kalėdinių renginių tolimesnis organizavimas bei Kauno, kaip Lietuvos Kalėdų sostinės idėjos realizavimas, prisidėtų prie miesto turistinio patrauklumo didėjimo žiemos metu, o taip pat mažintų turizmo sektoriaus sezoniskumą.			
1.1.3. Europinio lygio kultūrinio renginio identifikavimas ir organizavimas	Identifikuotas ir kiekvienais metais suorganizuotas europinio lygio kultūrinis renginys	2012–2014	750

Priemonė	Rezultatas	Pasiekimo laikas	Kaina, tūkst. Lt
Priemonės pagrindimas: Kultūros, laisvalaikio ir kitų renginių turizmas yra mažai sezoniskumo veikiamas turizmo rūšis, todėl gali pritraukti į miestą turistus ištisus metus. Europinio lygio kultūrinio renginio identifikavimas ir kasmetinis organizavimas yra svarbi priemonė siekiant skatinti šią turizmo rūšį Kauno mieste ir didinti į miestą atvykstančių turistų skaičių. Toks renginys reprezentuotų Kauną, o taip pat pritrauktų ne tik visuomenės, bet ir žiniasklaidos dėmesį, o tai sudarytų prielaidas miesto garsinimui tarptautiniu lygiu.			
1.1.4. Kasmetinis žiemos švenčių organizavimas	Kiekvienais metais suorganizuotos žiemos šventės	2012–2014	180
Priemonės pagrindimas: Kauno miesto turizmo sektorius yra stipriai veikiamas sezoniskumo. Užsienio turistų skaičius mieste išauga vasaros sezono metu ir sumažėja žiemos sezono metu. Tai rodo nepakankamą miesto turistinį konkurencingumą ir pramogų bei laisvalaikio alternatyvų pasirinkimą žiemos sezono metu, kai oras Lietuvoje būna ypatingai nepalankus kultūriniam ir poilsiniam turizmui. Siekiant mažinti sezoniskumo įtaką Kauno miesto turizmui, būtina didinti renginių skaičių žiemos sezono metu (pvz.: žiemos burlentininkų festivalis).			
1.1.5. Kultūrinės programos S. Dariaus ir S. Girėno aerodrome organizavimas (koncertai, festivaliai, sąskrydžiai)	Kiekvienais metais suorganizuota kultūrinė programa S. Dariaus ir S. Girėno aerodrome	2012–2014	180
Priemonės pagrindimas: S. Dariaus ir S. Girėno aerodromas šiuo metu daugiausiai naudojamas sportinei ir turizmo aviacijai. Aerodromas išsidėstęs geografiškai patogioje padėtyje, beveik pačiame šalies centre. Aerodrome teikiamos aktyvaus poilsio paslaugos (skrydžiai oro balionu, pramoginiai akrobatiniai ir apžvalginiai skrydžiai lėktuvu ir kt.), čia priimami ir aptarnaujami mažais lėktuvais atskrendantys aviaciniai turistai. Kultūrinės programos S. Dariaus ir S. Girėno aerodrome organizavimas skatintų turistų domėjimąsi aerodromo veikla ir padėtų į miestą pritraukti didesnius turistų srautus. Miestas taptų patrauklesne aviacinio turizmo mėgėjų susibūrimo vieta.			
1.1.6. Didinti turizmo traukos objektų ir renginių organizavimo vietų pasiekiamumą	Autobuso maršruto iki IX forto ir kitų lankomiausių objektų/ renginių vietų pratęsimas	2012-2013	7

Priemonė	Rezultatas	Pasiekimo laikas	Kaina, tūkst. Lt
Priemonės pagrindimas: Viena iš svarbiausių turizmo plėtros priedaidų Kauno mieste yra turizmo traukos objektų ir renginių organizavimo vietų pasiekiamumas įvairiomis transporto priemonėmis bei pakankamai gerai išvystyta transporto sistema. Nepaisant to, šiuo metu ne visus miesto turizmo traukos objektus galima lengvai pasiekti viešuoju transportu (pvz.: Kauno tvirtovės IX fortas). Siekiant gerinti miesto įvaizdį ir didinti turistinį patrauklumą yra numatoma didinti turizmo traukos objektų ir renginių organizavimo vietų pasiekiamumą.			
Rekomendacijos / pasiūlymai tolimesniam laikotarpiui			
Laisvės alėjos infrastruktūros atnaujinimas ir plėtra; Kitų miesto reprezentacinių aikščių, renginių organizavimo vietų infrastruktūros atnaujinimas ir plėtra: Dainų slėnis, Santakos parkas; Modernaus pramogų parko, pritaikyto vasaros / žiemos pramogoms ir renginiams įrengimas.			
1.2. Uždavinys. Nuosekliai plėtoti konferencinį, parodų ir mugių turizmą, siekiant pritraukti į miestą tarptautines konferencijas ir parodas			
<i>II PRIORITETINĖ SRITIS „Konferencinio ir parodų, mugių turizmo plėtra“</i>			
1.2.1. Kongresų ir parodų rūmų statyboms reikalingos dokumentacijos parengimas	Parengta galimybių studija, techninis projektas, investicinis projektas	2012–2014	120
Priemonės pagrindimas: Kauno mieste konferenciniam turizmui būtina infrastruktūra yra išplėtotą, tačiau jaučiamas konferencijų salių, kuriose vienu metu būtų galima talpinti daugiau kaip 500 konferencijos dalyvių, trūkumas. Todėl planuojama pastatyti kongresų ir parodų rūmus, kuriuose būtų 1500 dalyvių talpinanti salė. Prieš rūmų statybą reikia parengti galimybių studiją, techninį projektą ir ekspertizę. Siekiant rūmų statybai gauti ES struktūrinės paramos finansavimą, reikės parengti investicinį projektą ir paraišką bei kitus dokumentus. Kongresų ir parodų rūmų statyba numatyta Kauno miesto 2005–2015 m. strateginiame plėtros plane, todėl priemonės įgyvendinimas prisidėtų prie spartesnio plėtros plano įgyvendinimo.			
1.2.2. Tarptautinių ir vietinių parodų, mugių ir kitų verslo renginių Kauno mieste skatinimas	Suorganizuotų tarptautinių ir vietinių renginių skaičius	2012–2014	90
Priemonės pagrindimas: Siekiant konkuruoti su kitais Lietuvos miestais organizuojant tarptautines ir vietines konferencijas, parodas ir mugės Kaune, svarbu taikyti atitinkamas rinkodaros priemones (skatinti dalyvavimą konferencinio turizmo parodose, specialių leidinių rengimą, reklaminės kampanijos tikslinių rinkų žiniasklaidoje vykdymą, verslo misijų, kontaktų mugių organizavimą, konferencijų organizatorių katalogo parengimą), įgyvendinti „Kauno miesto įvaizdžio strategijoje“ numatytas priemones. Numatoma, kad didžiąją dalį šių veiksmų Kauno miesto savivaldybė galės įvykdyti per Lietuvos konferencijų biurą.			
1.2.3. Dalyvavimas Lietuvos konferencijų biuro veikloje	Susitikimų, suorganizuotų renginių skaičius	2012–2014	175
Priemonės pagrindimas: Kauno miesto savivaldybė turėtų tapti Lietuvos konferencijų biuro dalininke. Šio biuro veikla prisidės prie Kauno miesto žinomumo ir konkurencingumomodidindimo,teigiamomiestoįvaizdžioformavimo.Biurasspręsapgyvendinimosektoriausūžimtumoklausimus,teiksinformaciją apieapgyvendinimo,maitinimo,konferencijųpaslaugas,spręsapgyvendinimoįstaigųužimtumoproblemasnesezonometu,rūpinsiskonferencinio turizmo informacijos sklaidą, koordinuos bendrus veiksmus dėl tarptautinių konferencijų pritraukimo tiek į Lietuvą, tiek į Kauno miestą.			
1.2.4. Viešojo ir privataus sektorių bendradarbiavimo stiprinimas konferencijų turizmo srityje	Viešojo ir privataus sektorių bendradarbiavimas	2012-2014	75
Priemonės pagrindimas: Konferencinis turizmas – tai veikla apimanti įvairių suinteresuotųjų šalių veiksmus įvairiais lygmenimis, nes jie tiesiogiai ir netiesiogiai įtakoja konferencinio turizmo plėtrą. Siekiant paskatinti spartesnį konferencinio turizmo vystymąsi, būtinas dialogas ir partnerystė tarp viešojo ir privataus turizmo sektorių dalyvių. Bendradarbiavimo stiprinimas gali būti išreikštas per įvairių privataus sektoriaus projektų konferencijų turizmo srityje rėmimą ir skatinimą, rinkodaros priemonių kūrimą ir įgyvendinimą, verslo misijų rėmimą, kuriant viešbučių rezervavimo internetu sistemą, konferencijų organizavimo sistemą ir kt. priemones. Numatoma, kad didžiąją dalį šių veiksmų Kauno miesto savivaldybė galės įvykdyti per Lietuvos konferencijų biurą.			
Rekomendacijos / pasiūlymai tolimesniam laikotarpiui			
Kongresų ir parodų rūmų statyba; Tarptautinių konferencijų organizavimas.			
1.3. Uždavinys. Sudaryti sąlygas vandens turizmo plėtrai			
<i>III PRIORITETINĖ KRYPTIS „Vandens turizmo plėtra“</i>			
1.3.1. Mobilios keleivinės prieplaukos prie „Žalgirio“ arenos įrengimas	Įrengta prieplauka	2012–2014	220
Priemonės pagrindimas: Šia priemone numatoma įrengti mobilią keleivinę prieplauką Nemuno saloje prie Kauno „Žalgirio“ arenos. Planuojama, kad tai turėtų būti mobili, 6 m pločio ir 27 m. ilgio prieplauka, nusileidžianti arba pakylanti pagal Nemuno vandens lygį. Šioje prieplaukoje galėtų švartuotis privatūs laiveliai, nedideli kateriai. Mobilios keleivinės prieplaukos prie „Žalgirio“ arenos įrengimas sudarytų priedaidas investicijų pritraukimui, spartesnei vandens turizmo plėtrai.			
1.3.2. Mažų laivų uosto Karmelitų (Nemuno) saloje įrengimas	Įrengtas uostas	2012–2014	300
Priemonės pagrindimas: Kauno mieste yra 4 keleivinės prieplaukos ir Kauno žiemos uostas, tačiau jaučiamas mažųjų laivų uosto trūkumas. Atsižvelgiant į tai, siūloma strategiškai patogioje ir patrauklioje vandens turizmui vietoje – Nemuno saloje – įrengti mažųjų laivų uostą. Šios priemonės įgyvendinimas prisidėtų prie vandens turizmo plėtros skatinimo ir didesnių turistų srautų pritraukimą, sudarytų priedaidas pritraukti privačias investicijas į laisvalaikio, aptarnavimo paslaugų sektorį. Atsižvelgiant į tai, kad netoliese yra Kauno „Žalgirio“ arena, tokio uosto įrengimas, kartu su 1.3.1. priemone įgyvendinimu, sudarytų priedaidas „Kultūros, laisvalaikio ir kitų renginių turizmo“ plėtrai.			

Priemonė	Rezultatas	Pasiekimo laikas	Kaina, tūkst. Lt
1.3.3. Naujų vandens turizmo paslaugų teikimo skatinimas (pvz. vandens autobusas)	Vandens paslaugų teikimas	2012–2014	Žm.išt.
Priemonės pagrindimas: Siekiant spartesnės vandens turizmo plėtros ir pritraukti didesnius turistų srautus (ne tik vandens turistų), šia priemone siūloma skatinti privatų sektorių, teikti naujas, modernias vandens turizmo paslaugas. Kaip pavyzdį galima paminėti vandens autobusą, kuris gali judėti tiek vandeniui, tiek žeme. Kadangi vandens turizmas susijęs su kultūriniu-pažintiniu ir gamtiniu-pažintiniu turizmu, tokios priemonės naudojimas sudarytų sąlygas skatinti visų šių turizmo rūšių vystymąsi. Vandens autobusu būtų galima siūlyti ekskursijas su gido paslaugomis, kuriose būtų įtraukta kultūros paveldo ir kitų lankytinų objektų apžiūrėjimas, kelionė Nemunu, įvairios atrakcijos kelionės metu ir pan. Tokių netradicinių paslaugų pasiūla sudarytų sąlygas pritraukti didesnius turistų srautus, didinti miesto turistinį patrauklumą. mas .paveldo ir kitų lankytinų objektų apžiūrėjimas, kelionė Nemunu iki Raudondvario piliie			
1.3.4. Maršruto Kaunas-Raudondvaris vystymas	Parengtas maršrutas	2012–2014	45
Priemonės pagrindimas: VasarossezonometuKaunomiestesiūlomi4pramoginio–pažintinioplaukiojimoreguliarūsmaršrutai.Siūlomaparengtiirvystytidarvienąmaršrutą Kaunas–Raudondvaris, kurio metu vandens keliu būtų keliaujama iki restauruotos ir turizmui pritaikytos Raudondvario pilies-dvaro komplekso. Raudondvario dvaro rūmai, įgyvendinus 2 ES struktūrinių fondų finansuojamus projektus, bus pritaikyta ekspozicinei, kultūrinei veiklai, konferencijų, turizmo reikmėms ir maitinimo bei apgyvendinimo paslaugoms teikti, taps vienu patraukliausių Kauno turistinių objektų. Vystant maršrutą Kaunas–Raudondvaris, būtų sudarytos sąlygos šalia vystomų vandens turizmo maršrutų plėtoti papildomas paslaugas (apgyvendinimas, maitinimas, renginiai, kultūros paveldo objektai ir įvairios kitos atrakcijos), spartesnei vandens turizmo plėtrai ir didesnių vandens turistų srautų pritraukimui.			
Rekomendacijos / pasiūlymai tolimesniam laikotarpiui			
Vandens kelio „Druskininkai-Nida“ populiarinimas; Naujų vandens kelių kūrimas ir vystymas; Vandens turizmo infrastruktūros gerinimas (prieplaukų modernizavimas, paupių sutvarkymas, šliuzo problemos sprendimas ir kt.)			
1.4. Uždavinys. Nuosekliai plėtoti sporto turizmą, siekiant pritraukti į miestą didelius, tarptautinius sporto renginius ir varžybas			
<i>IV PRIORITETINĖ KRYPTIS „Sporto turizmo plėtra“</i>			
1.4.1. Kauno miesto dviračių takų įrengimo, remonto ir priežiūros darbų 2012–2013 metų programos įgyvendinimas	Įgyvendinta programa	2012–2013	5138,8
Priemonės pagrindimas: Važinėjimas dviračiais yra viena populiariausių aktyvaus poilsio praleidimo formų Kauno mieste. Nepaisant to, mieste yra nepakankamai išplėtotas dviračių takų tinklas, o dalies dviračių takų dangos yra nepatenkinamos būklės. Siekdama gerinti dviratininkų judėjimo sąlygas bei skatinti važinėjimą dviračiais Kauno mieste, miesto savivaldybė 2012 m. vasario 23 d. savivaldybės tarybos sprendimu Nr. T-47 patvirtino Kauno miesto dviračių takų įrengimo, remonto ir priežiūros darbų 2012–2013 metų programą. Programa numatoma atnaujinti ir plėsti miesto dviračių takų infrastruktūrą bei vykdyti dviračių takų priežiūros darbus.			
1.4.2. Tarptautinio lygio irklavimo trasos įrengimas Lampėdžių karjere	Įrengta tarptautinio lygio irklavimo trasa	2012–2014	600
Priemonės pagrindimas: 2011 m. Kauno miesto savivaldybės administracija baigė įgyvendinti projektą „Kauno regiono kempingo su paplūdimiu įrengimas prie Lampėdžių karjero“. Projekto metu Lampėdžių karjero šiaurės–rytų pakrantėje buvo įrengtas trečios klasės kempingas su paplūdimiu. Siekiant didinti vietos ir užsienio turistų susidomėjimą kempingu, o taip pat plėsti sporto turizmą mieste, karjere numatoma įrengti tarptautinio lygio irklavimo trasą. Norint įrengti minėtą trasą planuojama iš dalies nukasti karjero salą ir pagilinti patį karjerą. Sutvarkius salą karjere atsirasitų galimybė rengti tarptautinio lygio varžybas, o tai į kempingą ir Kauno miestą pritrauktų turistus iš Lietuvos ir užsienio.			
1.4.3. Baidarių ir kanojų slalomo trasos Nemuno upės rėvoje, po Kauno geležinkelio tiltu, įrengimas	Įrengta baidarių ir kanojų slalomo trasa	2012–2014	500
Priemonės pagrindimas: Nemuno upės rėva po Kauno geležinkelio tiltu ypatingai patogi baidarių ir kanojų slalomo trasai įrengti, kadangi ši upės atkarpa yra labai srauni. Įrengus baidarių ir kanojų slalomo trasą šioje upės atkarpoje, būtų sudarytos tinkamos sąlygos profesionalams sportuoti, o gausiam baidarių mėgėjų būriui – aktyviai ilsėtis Kauno mieste. Baidarių ir kanojų slalomo trasa į Kauno miestą trauktų sporto ir aktyvaus poilsio mėgėjus bei skatintų turizmo plėtrą mieste.			
1.4.4. Šlovės alėjos Lietuvos sportui, šalia S. Dariaus ir S. Girėno stadiono, įrengimas	Įrengta sporto šlovės alėja	2012–2014	3000
Priemonės pagrindimas: Kauno miestas nuo seno laikomas sporto miestu. Vienas pirmųjų Kauno miesto sporto kompleksų – S. Dariaus ir S. Girėno sporto centro valdomas stadionas ir šalia stovinti Kauno sporto halė. Kauno sporto halė taip pat yra įtraukta į saugomų kultūros paveldo objektų sąrašą. Įvertinus šio komplekso istorinę svarbą miesto sportui, šalia S. Dariaus ir S. Girėno stadiono numatoma įrengti šlovės alėją Lietuvos sportui. Ši alėja bus naujas, išskirtinis, lankomas objektas Kauno mieste. Sporto šlovės alėja didintų turistų susidomėjimą S. Dariaus ir S. Girėno sporto kompleksu ir skatintų sporto turizmo plėtrą Kauno mieste.			
1.4.5. Lygumų slidinėjimo trasų įrengimas miesto parkuose	Įrengtos lygumų slidinėjimo trasos	2012–2014	366
Priemonės pagrindimas: Viena iš Kauno miesto turizmo plėtros problemų yra didelis turizmo sektoriaus sezoniskumas. Kauno mieste trūksta pramogų bei laisvalaikio praleidimo alternatyvų pasirinkimo žiemos sezono metu. Siekiant mažinti turizmo sezoniskumą mieste, numatoma įrengti lygumų slidinėjimo trasas parkuose. Šios trasos sudarys sąlygas į miestą atvykusiems turistams aktyviai leisti laisvalaikį žiemos sezono metu, o tai didins miesto turistinį patrauklumą.			

Priemonė	Rezultatas	Pasiekimo laikas	Kaina, tūkst. Lt
1.4.6. Atvirų čiuožyklių įrengimas miesto viešosiose vietose žiemos metu	Įrengtos atviros čiuožyklos	2012–2014	77
Priemonės pagrindimas: Numatant įgyvendinimo priemones Kauno mieste, planuojama įrengti atviras čiuožyklas viešosiose vietose. Čiuožyklos būtų įrengiamos žiemos sezonometu, atsižvelgiant į klimatinės sąlygas. Šia priemone, kaip ir 1.4.5. priemone „Lygumų slidinėjimo trasų įrengimas miestoparkuose“, siekiama didinti pramogų bei laisvalaikio praleidimo alternatyvų pasirinkimą mieste žiemos sezono metu, mažinant turizmo sektoriaus sezoniškumą.			
1.4.7. Sporto leidinių, pristančių Kauno miesto sporto galimybes, užsienio kalba parengimas ir platinimas	Parengtų sporto leidinių skaičius	2012–2014	55
Priemonės pagrindimas: Siekiant plėsti sporto turizmą Kauno mieste, būtina rengti ir platinti įvairius sporto leidinius užsienio kalbomis, kurie pristatytų miesto sporto galimybes: mieste esančią sporto infrastruktūrą, miesto renginių organizavimo patirtį, planuojamus organizuoti tarptautinius sporto renginius ir kt. Tokių leidinių leidyba ir platinimas garsintų miestą bei didintų miesto žinomumą užsienio sporto atstovų ir organizacijų tarpe.			
1.4.8. Nacionalinio, regioninio ar tarptautinio lygio sporto varžybų organizavimas	Suorganizuotų nacionalinių, regioninių ir tarptautinių sporto varžybų skaičius	2012–2014	1100
Priemonės pagrindimas: Nacionalinio, regioninio ar tarptautinio lygio sporto varžybų organizavimas Kauno mieste yra svarbus veiksnys siekiant didinti sporto turistų skaičių. Kauno mieste yra gerai išvystyta sporto infrastruktūra, todėl miestas turi visas būtinas sąlygas tokių renginių organizavimui. Nuosekliai plėtojamas sporto turizmas ir į Kauno miestą pritraukiami tarptautiniai sporto renginiai, sudarytų prielaidas gerinti miesto įvaizdį ir leistų į miestą pritraukti turistų, kurie kitomis aplinkybėmis niekada neaplankytų Kauno. Nacionalinio ir regioninio lygio sporto varžybų organizavimas mieste skatintų vietinį atvykstatimą į turizmą.			
Rekomendacijos / pasiūlymai tolimesniam laikotarpiui:			
S. Dariaus ir S. Girėno sporto centro stadiono renovacija; S. Dariaus ir S. Girėno aerodromo infrastruktūros atnaujinimas ir vertikalus vėjo tunelio įrengimas; Dirbtinės raftingo trasos sportui ir turizmui įrengimas; Kanupolo aikštelės Lampėdžių karjere įrengimas.			
1.5. Uždavins. Skatinti medicinos turizmo vystymąsi			
<i>V PRIORITETINĖ KRYPTIS „Medicinos turizmo plėtra“</i>			
1.5.1. Kauno miesto medicinos turizmo klasterio įkūrimas	Įkurtas klasteris	2012–2014	100
Priemonės pagrindimas: Kauno miestas gali būti patrauklus medicinos turizmo srityje dėl kokybiškų medicinos paslaugų ir mažesnių nei Vakarų Europos šalyse kainų, mažesnių eilių, čia dirbančių kvalifikuotų specialistų gausos. Tačiau medicinos turizmo sritis šiuo metu nepakankamai vystoma, o privačiame sektoriuje dėl išteklių bei strateginės krypties trūkumo yra mažos apimtys ir vystoma nekoordinuotai. Glaudesnis bendradarbiavimas tarp medicinos turizmo paslaugų ir susijusių paslaugų (maitinimas, apgyvendinimas, vežėjai) teikėjų būtų abipusiai naudingas bendradarbiaujančioms šalims. Siekiant suteikti ir kryptingai panaudoti turimus išteklius, įgyvendinti bendrus rinkodaros principus, užtikrinti ir didinti teikiamų paslaugų kokybę bei skatinti bendradarbiavimą, siūloma sukurti Kauno miesto medicinos turizmo klasterį, į kurį būtų įtraukti tiek privataus, tiek viešojo sektoriaus atstovai (viešosios ir privačios medicinos įstaigos, maitinimo, apgyvendinimo, vežimo paslaugų teikėjai ir kt.).			
1.5.2. Skatinti medicinos įstaigas įsidięgti pasaulyje pripažįstamus kokybės standartus	Sertifikuotų įstaigų skaičius	2012–2014	Žm.išt.
Priemonės pagrindimas: Medicinos turistai pirmenybę teikia toms įstaigoms, kurios yra akredituotos ar sertifikuotos pagal pripažintus aukščiausius tarptautinius medicinos paslaugų kokybės vadybos standartus, suteikiančius pasitikėjimą jas įdiegusių gydymo įstaigų paslaugų kokybe ir sauga. Siekiant sukurti Kauno miesto, kaip patrauklus medicinos turizmui įvaizdį tarptautiniu mastu, būtina skatinti sveikatos priežiūros įstaigų akreditaciją ir sertifikavimą.			
Rekomendacijos / pasiūlymai tolimesniam laikotarpiui			
Apgyvendinimo ir maitinimo paslaugų medicinos įstaigose tobulinimo skatinimas			
2 tikslas. Turizmo informacijos sklaida			
2.1. uždavinys. Gerinti Kauno miesto turizmo informacijos sklaidą ir turizmo informacijos infrastruktūrą			
2.1.1. Kauno miesto įvaizdžio strategijos priemonių įgyvendinimas	Įgyvendintų priemonių skaičius	2012–2014	210
Priemonės pagrindimas: 2011 m. parengtoje Kauno miesto įvaizdžio strategijoje numatytos priemonės miesto įvaizdžio gerinimui, informacijos sklaidai, kurios tiesiogiai susiję su turizmu. Įgyvendinus šioje strategijoje numatytas priemones bus ne tik sudarytos sąlygos suteikti konkrečią informaciją turistui, bet ir kurti, gerinti Kauno miesto įvaizdį. Be to, šios priemonės įgyvendinimas numatytas Kauno miesto 2005–2015 m. strateginiame plėtros plane, todėl priemonės įgyvendinimas prisidėtų prie spartesnio plėtros plano įgyvendinimo.			
2.1.2. Oficialių Kauno miestą ir turizmo išteklius pristančių internetinių svetainių atnaujinimas (Kauno miesto savivaldybės ir Turizmo informacijos centro svetainių atnaujinimas)	Atnaujintos internetinės svetainės	2012–2013	100
Priemonės pagrindimas: Pagrindinė Kauno miestą ir jo turizmo išteklius bei paslaugas pristatanti svetainė yra Turizmo informacijos centro svetainė visit.kaunas.lt. Nors šioje svetainėje pateikiama pakankamai daug informacijos apie lankytinus objektus, pramogų pasiūlą, maitinimo, apgyvendinimo ir kitas paslaugas, tačiau svetainę reikėtų atnaujinti padarant ją patogesne naudotis, atnaujinant informaciją sukuriant papildomą el. nuorodą, skirtą modernių paslaugų pasirinkimui (interaktyvūs žemėlapiai, aplikacijos išmaniesiems telefonams, audiogidai ir kt.). Kita Kauno miesto reprezentacinė svetainė – Kauno miesto savivaldybės puslapis www.kaunas.lt, kuriame yra atskira nuoroda „Turistams“, tačiau norint gauti tam tikros informacijos, nukreipiami į Turizmo informacijos centro svetainę. Todėl būtina atnaujinti abejose svetainėse esančius nuorodas, sukurti ir įdiegti prioritetinėms turizmo kryptims ir išskirtiniams turizmo produktams skirtus informacinius skydelius. Šios priemonės įgyvendinimas prisidės prie Kauno miesto įvaizdžio formavimo, sudarys prielaidas efektyvesnės ir prieinamesnės informacijos sklaidai.			

Priemonė	Rezultatas	Pasiekimo laikas	Kaina, tūkst. Lt
2.1.3. Vaizdinės ir informacinės medžiagos pristatančios Kauno turistinius išteklius parengimas ir platinimas įvairiomis kalbomis	Parengtų leidinių skaičius	2012–2014	150
Priemonės pagrindimas: Atlikus tikslinių grupių apklausą, nustatyta, kad viena pagrindinių Kauno miesto turizmo problemų – turizmo informacijos nepakankamumas ir prieinamumo stoka. Atsižvelgiant į tai, būtų pravartu keliomis kalbomis parengti vaizdinę ir informacinę medžiagą (spausdintiniai ir elektroniniai leidiniai, bukletai, video klipai, interaktyvūs žemėlapiai su informacija apie lankytinus objektus ir kt.). Taip pat būtina užtikrinti šios informacijos prieinamumą labiausiai orientuojantis į informacijos sklaidą internetu, nes šis informacijos kanalas yra dažniausiai naudojamas planuojant kelionę į Kauno miestą. Šios priemonės įgyvendinimas prisidės prie Kauno miesto įvaizdžio formavimo, sudarys prielaidas efektyvesnės ir prieinamesnės informacijos sklaidai.			
2.1.4. Turizmo informacijos infrastruktūros (informacinių standų, nuorodų, rodyklių į lankytinus objektus) įrengimas	Įrengtų standų, nuorodų, rodyklių skaičius	2012-2014	200
Priemonės pagrindimas: Atlikus tikslinių grupių apklausą, nustatyta, kad viena pagrindinių Kauno miesto turizmo problemų – turizmo informacijos nepakankamumas ir prieinamumo galimybių stoka. Taip pat nustatyta, kad mieste ypač trūksta turizmo informacijos infrastruktūros – informacinių standų (mieste ir jo prieigose, prie pagrindinių lankytinų objektų), nuorodų ir rodyklių į lankytinus objektus. Šia priemone numatyta įrengti esamą ir atnaujinti pasenusią informacijos infrastruktūrą. Priemonės įgyvendinimas prisidės prie Kauno miesto įvaizdžio gerinimo, informacijos sklaidos gerinimo.			
2.1.5. Naujų turizmo informacijos priemonių diegimas	Įdiegtų priemonių ir jų vartotojų skaičius	2012-2014	100
Priemonės pagrindimas: Pagrindinis turistų informacijos šaltinis renkantis kelionių tikslą – internetas. Be to, vis labiau populiarėja šiuolaikinės informacijos sklaidos priemonės. Tekstinė ir vaizdinė Kauno miesto turizmo informacija pateikiama leidiniuose ir turizmo informacijos svetainėje, tačiau tam nenaudojami inovatyvūs metodai. Šia priemone siūloma sukurti ir įdiegti Kauno miesto turizmo aplikacijas išmaniesiems telefonams ir populiarinti jau sukurtas aplikacijas, susijusias su Kauno miesto turizmu (pvz. Visitin.lt arba „Lietuvos turizmas“, „Stops Kaunas“ ir kt.). Įgyvendinant šią priemonę taip pat reikėtų sukurti ir dvimačius barkodus Kauno miesto turizmo ir kitiems susijusiems objektams (muziejams, lankytiems objektams, susisiekimui, pramogų, apgyvendinimo ir maitinimo paslaugų įstaigų bei kt.). Kai kurių maitinimo, apgyvendinimo įstaigų sukurti dvimačiai barkodai pateikiami aplikacijoje visitin.lt ir kituose šaltiniuose. Visi sukurti barkodai turėtų būti talpinami Kauno miesto turizmo informacijos centro svetainėje ir pateikiami įvairiuose turizmo informacijos ir reklaminiuose leidiniuose. Šia priemone taip pat siūloma parengti audiogidus, skirtus Mp3 grotuvams, išmaniesiems telefonams, planšetiniams kompiuteriams, kuriuos parsisiuntus turistai galėtų keliauti savarankiškai pagal parengtus įrašus. Naujų, modernių informacijos sklaidos priemonių įgyvendinimas prisidės prie Kauno miesto įvaizdžio formavimo, sudarys prielaidas efektyvesnės ir prieinamesnės informacijos sklaidai, didesnių turistų srautų pritraukimui.			
2.1.6. Tarpsavivaldybinio bendradarbiavimo turizmo srityje stiprinimas	Pasirašytų bendradarbiavimo sutarčių ir bendrų projektų turizmo srityje skaičius	2012–2014	Žm. išt.
Priemonės pagrindimas: Norint sukurti patrauklų rajono turizmo įvaizdį, padidinti rajono žinomumą ir pritraukti didesnius turistų srautus, reikalingas aktyvesnis bendradarbiavimas su kitomis savivaldybėmis (Kauno rajono, Birštono, Vilniaus ir kt.). Tai gali būti skatinama pasirašant savivaldybių bendradarbiavimo turizmo srityje sutartis, įgyvendinant bendrus projektus, kuriant bendrus turizmo maršrutus, informacinius leidinius ir kt. Bendradarbiavimas su Vilniaus miesto savivaldybe, kurioje šiuo metu yra labiausiai išvystyta konferencinio turizmo sritis, sudarytų prielaidas pritraukti tarptautinio ir vietinio lygmens konferencijas, parodas, muges. Bendradarbiaujant su Birštono savivaldybe būtų sudarytos prielaidos spartesniam Kauno miesto medicinos ir Birštono sveikatinimo, SPA turizmo vystymui. Be to, tarpsavivaldybinio bendradarbiavimo stiprinimas sudaro sąlygas dalintis gerąja savivaldybių patirtimi turizmo srityje, dėl to svarbu plėtoti ryšius ne tik su paminėtomis, bet ir su kitomis Lietuvos savivaldybėmis.			
2.1.7. Bendradarbiavimo su tikslinėmis užsienio šalimis stiprinimas	Pasirašytų bendradarbiavimo sutarčių skaičius	2012–2014	100
Priemonės pagrindimas: Nors atlikto tyrimo duomenimis užsienio turistai sudaro palyginus nedidelę dalį turistų struktūroje, tačiau turistai iš užsienio šalių yra pagrindinė tikslinė grupė vystant Kauno miesto turizmą. Atsižvelgiant į tai, būtina skatinti glaudesnį bendradarbiavimą su užsienio šalimis, siekiant pritraukti didesnius turistų srautus, gerinti miesto įvaizdį, vystyti numatytas prioritetines Kauno miesto turizmo sritis. Tikslinės užsienio šalys turi būti atrinktos pagal kiekvieną prioritetinę kryptį atskirai. Šia priemone siūloma pasirašyti bendradarbiavimo sutartis su tikslinėmis užsienio šalių savivaldybėmis prioritetinėse Kauno miesto turizmo srityse. Tai sudarytų sąlygas spartesnei ir efektyvesnei Kauno miesto turizmo plėtrai, pritraukiant didesnius turistų srautus ir tuo pačiu investicijas į Kauno miestą.			
Rekomendacijos / pasiūlymai tolimesniam laikotarpiui			
Infoterminalų įrengimas			

KAUNO TURIZMO INFRASTRUKTŪROS PLĖTROS REKOMENDACIJOS

Plėtros rekomendacijos*	Rezultatas
1. Atnaujinti ir plėsti miesto gatvių, šaligatvių, pėsčiųjų takų infrastruktūrą: • Senamiesčio teritorijoje; • Naujamiesčio teritorijoje.	Atnaujinta miesto gatvių, šaligatvių, pėsčiųjų takų infrastruktūra
2. Atnaujinti ir plėsti miesto parkų / skverų infrastruktūrą: • Santakos parko; • Miesto sodo; • Nemuno salos parko; • Nepriklausomybės parko; • Marvos dvaro parko; • Neries krantinės parko.	Atnaujinta miesto parkų / skverų infrastruktūra
3. Atnaujinti ir plėsti miško parkų infrastruktūrą: • Ažuolyno; • Panemunės miško parko; • Aukštųjų Šančių Ažuolyno; • Lampėdžių miško parko; • Romainių miško parko.	Atnaujinta miško parkų infrastruktūra
4. Atnaujinti ir plėsti miesto paplūdimių, poilsio vietų infrastruktūrą: • Kauno marių I-ojo paplūdimio; • Kauno marių II-ojo paplūdimio; • Panemunės senjojo paplūdimio, ties pėsčiųjų tiltu; • Panemunės senjojo paplūdimio; • Vaišydavos karjero.	Atnaujinta miesto paplūdimių, poilsio vietų infrastruktūra
5. Atnaujinti ir plėsti miesto aukšto potencialo rekreacinių zonų infrastruktūrą: 5.1. Pritaikytų ir šiuo metu naudojamų poilsui ir rekreacijai: • Pažaislio rekreacinės zonos; • Panemunės rekreacinės zonos; • Lampėdžių rekreacinės zonos; • Žaliakalnio rekreacinės zonos; • Vaišydavos rekreacinės zonos; • Šančių rekreacinės zonos; • Jiesios rekreacinės zonos; • Klebonišio rekreacinės zonos. 5.2. Pilnai neįsisavintų bei pakankamai nepritaikytų poilsui ar turizmui: • Teritorijos Marvelėje; • Teritorijos Palemone prie Kauno marių; • Raudondvario zonos.	Atnaujinta miesto aukšto potencialo rekreacinių zonų infrastruktūra
6. Atnaujinti ir plėsti miesto muziejų infrastruktūrą: • Povilo Stulgos lietuvių tautinės muzikos instrumentų muziejaus; • M. ir K. Petrauskų lietuvių muzikos muziejaus.	Atnaujinta miesto muziejų infrastruktūra
7. Atnaujinti miesto kultūros paveldo objektų infrastruktūrą: • Senamiesčio teritoriją ir joje esančius renovuotinus kultūros paveldo objektus; • Naujamiesčio teritoriją ir joje esančius renovuotinus kultūros paveldo objektus; • Žaliakalnio teritoriją ir joje esančius renovuotinus kultūros paveldo objektus; • Žaliakalnio 1-ąją teritoriją ir joje esančius renovuotinus kultūros paveldo objektus; • Medinės miesto architektūros pažinimas ir saugojimas.	Atnaujinta miesto kultūros paveldo objektų infrastruktūra
8. Atnaujinti ir įrengti kitus miesto turizmo traukos objektus: • Apleistų Kauno miesto savivaldybės ir kitų pastatų senamiestyje atnaujinimas; • Kauno tvirtovės fortų pritaikymas turizmo poreikiams; • Kaune gyvenusių ir besilankiusių garsių/svarbių žmonių įamžinimas; • Meilės tilto įrengimas Nemuno ir Neries santakoje; • Miesto apžvalgos aikštelių atnaujinimas (pvz. apžvalgos rato (angl. „Sky walk“) įrengimas. Siūlomos vietos- Aleksoto apžvalgos aikštelė, Žemaičių plento apžvalgos aikštelė ar kt.).	Atnaujinti ir įrengti kiti miesto turizmo traukos objektai



SANTRAUKA



Turizmas – ekonominė veikla, daranti teigiamą poveikį Kauno miesto plėtrai ir ekonominiam bei socialiniam sektoriams. Į miestą atvykę turistai naudojami vietinių turizmo rinkos subjektų kuriama pasiūla ir kartu didina prekybos apimtį, kuria darbo vietas, padeda surinkti daugiau mokesčių ir kt. Tačiau siekiant pasinaudoti šiais turizmo, kaip ekonominės veiklos teikiama privalumais, būtina investuoti į miesto viešąją turizmo infrastruktūrą kuriant patrauklų miesto estetinį vaizdą.

Kauno turizmo infrastruktūros plėtros studijos pagrindinis **tikslas** – parengti Kauno miesto turizmo infrastruktūros plėtros priemonių planą, kuris prisidėtų prie miesto plėtros strategijos įgyvendinimo.

Rengiant studiją buvo atlikta esamos turizmo infrastruktūros, teikiamų turizmo paslaugų ir produktų analizė, kurios pagrindu išskirtos Kauno miesto **stiprybės** turizmo atžvilgiu:

- Kauno miesto geografinis išsidėstymas;
- poilsiui ir rekreacijai tinkamų gamtinių išteklių gausa;
- gausus kultūros paveldo objektų ir lankytinų vietų pasirinkimas;
- kultūros, laisvalaikio ir aktyvaus poilsio paslaugų pasirinkimo įvairovė;
- išplėtotą konferencinio turizmo infrastruktūrą ir konkurencingos kainos;
- kokybiškos medicinos paslaugos ir konkurencinga jų kaina sudaro sąlygas medicinos turizmo vystymui;
- didėjanti apgyvendinimo ir maitinimo paslaugų pasiūla mieste;
- augantis į miestą atvykstančių ir turizmo informacijos centruose apsilankusių turistų skaičius;
- gerai išvystyta sausumos ir oro susisiekimo sistema;
- išplėtotą viešojo transporto susisiekimo infrastruktūrą;
- įgyvendinami turizmo infrastruktūros ir paslaugų plėtros projektai.

Siekiant išskirti turizmo paslaugų ir produktų reikalingumą bei patrauklumą vietiniam ir atvykstamajam

turizmui, buvo atlikti Kauno miesto turizmo sektoriaus subjektų (turistų, gyventojų ir verslininkų) poreikių tyrimai, o taip pat remtasi gerąja kitų Lietuvos miestų bei užsienio valstybių patirtimi.

Vadovaujantis esamos turizmo infrastruktūros, teikiamų turizmo paslaugų ir produktų analizės rezultatais, turizmo sektoriaus subjektų poreikių tyrimo duomenimis, o taip pat gerąja kitų Lietuvos miestų ir užsienio valstybių patirtimi, buvo identifikuotos **prioritetinės** Kauno turizmo infrastruktūros **plėtros kryptys**:

- sporto turizmo plėtra;
- kultūros, laisvalaikio ir kitų renginių turizmo plėtra;
- vandens turizmo plėtra;
- konferencijų ir parodų, mugių turizmo plėtra;
- medicinos turizmo plėtra.

Taip pat nustatyti miesto turizmo plėtros tikslai ir uždaviniai, o taip pat parengtas turizmo plėtros veiksmų ir turizmo komunikacijos priemonių planas.

Kauno turizmo infrastruktūros plėtros studijoje numatytų gairių ir veiksmų plano įgyvendinimas prisidės prie atvykstamojo ir vietinio turizmo plėtros Kauno mieste, o taip pat mažins Kauno miesto turizmo sezoniškumą. Išaugę atvykstamojo ir vietinio turizmo srautai mieste darys teigiamą poveikį Kauno miesto ekonominiam ir socialiniam sektoriams. Šis poveikis pasireikš prekybos apimčių didėjimu, pajamų iš turizmo ir su juo susijusių veiklų augimu, naujų darbo vietų kūrimu, užimtumo didėjimu ir nedarbo mažėjimu, mokesčių iš turizmo ir su juo susijusių veiklų augimu ir kt.

PRIEDAI



1 PRIEDAS. KAUNO MIESTO GAMTINIAI IŠTEKLIAI

Gamtiniai ištekliai	Aprašymas
<i>Fizinis–geografinis kraštovaizdis</i>	Kauno miesto teritorija pagal Lietuvos fizinį–geografinį rajonavimą priklauso Pabaltijo žemumos sričiai, Nemuno vidurupio ir Neries žemupio plynaukštės rajonui, kuris apima Vidurio žemumos ir Pabaltijo aukštumų sąlyčio juostą. Pagal biogeografinį rajonavimą, pagal augaliją ir gyvūniją Kauno miestas patenka į rytinę Baltijos provinciją, Nemuno slėnio vienetą. Beveik visoje Kauno miesto teritorijoje vyrauja prielaidinė ežerinės lygumos žemėvaizdis. Moreninės lygumos žemėvaizdis yra tarp Vytėnų, Milikonių, Kalniečių gyvenamųjų rajonų ir Šančiuose. Šių abiejų žemėvaizdžių medžiaginis pamatas yra panašios sudėties, todėl atskiri kraštovaizdžio komponentai nedaug skiriasi. Jie abu vadinami molingųjų lygumų žemėvaizdžiais. Taip pat Kauno miesto teritoriją kerta Nemuno, Neries, Jiesios, Girstupio, Sėmenos, Marvelės, Veršvos slėnių žemėvaizdžiai, susiformavę upių slėniuose, upėms nešant sąnašas ir slėnius išklojant smėliu ar žvirgždu.
<i>Dirvožemis</i>	Kauno mieste vyraujantis dirvožemio sudėties tipas yra sunkūs priemoliai ir moliai. Tik pakraščiuose yra smėlių ir lengvų bei vidutinių priemolių. Smėliai randami šiaurinėje miesto dalyje, dešiniajame Neries krante bei piečiau Vaišvydavo. Priemolių yra dešiniajame Nevėžio krante ties Aukštutiniiais Kaniūkiais.
<i>Reljefas</i>	Kauno miestas yra išsidėstęs lygumoje, kuri vidutiniškai nuo jūros lygio yra pakilusi per 70–80 m. Miestą skaido dviejų didžiausių Lietuvos upių slėniai. Šių upių slėnių bei šlaitų struktūra ir sudaro ryškiausio Kauno miesto reljefo karkasą. Šis karkasas ateina iš pietų dviem juostom: Nemuno ir Jiesios slėniais, Kauno mariose pasisuka į Vakarus; iš šiaurės–rytų jis pasipildo Neries slėnio karkasu, iš šiaurės–vakarų – Nevėžio slėniu, o taip pat į šias upes įtekančių mažų upelių – Veršvos, Sėmenos, Marvelės, Girstupio, Gričiupio ir kitų. Mažesni upeliai yra išgraužę slėnius, kurių gylis 10–20 m. Ryškesnes reljefo formas yra suformavę Jiesia, Veršva, Marvelė, Sąnaša, Gyris. Kauno miesto teritorijoje didžiausias aukščių skirtumas yra 79,2 m. Aukščiausias miesto taškas (100,1 m) yra IX forto teritorijoje, o žemiausias (20,9 m) – Nemuno vagoje ties Lampėdžiais.

Gamtiniai ištekliai	Aprašymas
<i>Upės ir kiti vandens telkiniai</i>	Vienas svarbiausių kraštovaizdžio akcentų Kauno mieste yra didžiosios Lietuvos upės: Nemunas ir Neris. Kitos Kauno miesto upės ir upeliai: Jiesia, Gyris, Veršva, Marvelė, Girstupis, Sąnaša, Sėmena, Amalė. Upių tinklas Kauno mieste palyginus su kitomis vietomis yra vidutiniškai tankus – 0,35 km/km². Visos upės, tekančios per Kauną priklauso Nemuno baseinui. Natūralių ežerų Kaune nėra, tačiau yra nemažai žmogaus suformuotų dirbtinių vandens telkinių. Tai telkiniai, atsiradę buvusių žvyro ar molio karjerų vietose, patvenkti upeliai, iškasti tvenkiniai. Didžiausi dirbtiniai vandens telkiniai Kauno mieste – Kauno marios ir Lampėdžių karjeras. Teritorijose, esančiose miesto pakraščiuose yra nemažai kūdrių ir kitokių nedidelių natūralių vandens telkinių, taip pat keletas pelkių Palemonė, Rokeliuose, Julijanavoje, Birutėje.
<i>Mišakai</i>	2012 m. sausio 1 d. Nacionalinės žemės tarnybos duomenimis, Kauno mieste buvo 2647,90 ha miškų. Beveik 204 ha Kauno miesto miškų priskiriami ekosistemų apsaugos miškams. Šiuos miškus sudaro miškų masyvai esantys saugomose teritorijose: Veršvos kraštovaizdžio draustinio, Nevėžio kraštovaizdžio draustinio, Kamšos botaninio–zoologinio draustinio, Nemuno ir Nevėžio santakos kraštovaizdžio draustinio, Jiesios kraštovaizdžio draustinio bei Kauno teriologinio draustinio miškai. Didžiąją dalį, 279 ha, miesto miškų sudaro rekreaciniai miškai išsidėstę viso miesto teritorijoje (jiems priskirti miesto parkų ir kitų žaliųjų zonų miškų masyvai). Kauno mieste yra labai mažai apsauginių miškų (į Kauno miesto ribas patenka tik Davalgonių miško pakraščiai ties Ateities plento ir kelio A1 sankirta). Ūkinių miškų Kaune beveik nėra (į Kauno miesto ribas patenka tik Dubravos miško pakraščiai).
<i>Saugomos teritorijos</i>	Nacionalinių parkų kategorijos parkų Kauno mieste nėra, tačiau į Kauno ribas patenka vienas regioninis parkas – Kauno marių regioninis parkas. Parkas įsteigtas 1992 m. Specifinis Kauno marių kraštovaizdžio bruožas – įspūdingos 10–20 m aukščio krantų atodangos. Kauno mieste yra 4 kraštovaizdžio draustiniai (Jiesios, Nevėžio, Veršvos, Nemuno ir Nevėžio santakos), 7 teriologiniai draustiniai (Kauno, Romainių 1-asis, Romainių 2-asis, Milikonių, Sėmenos 1-asis, Sėmenos 2-asis ir Julijanavos), 1 archeologinis draustinis (Palemono gynybinių įtvirtinimų), 1 ornitologinis draustinis (Kauno) ir 2 architektūriniai draustiniai (Kauno tvirtovės V forto ir Pažaislio). Kauno mieste yra 10 buveinių apsaugai svarbių teritorijų (Nevėžio žemupys, Julijanavos fortas, Rokų fortas, Kauno marios, Jiesios upė ir jos slėnis, Kauno ažuolynas, Kamšos miškas, Romainių ažuolynas, Milikonių fortas ir Neries upė). Mieste taip pat yra paukščių apsaugai svarbi teritorija – Kauno marios. Kauno mieste yra 7 botaniniai (Girionių dendrologinę vertę turintis parkas, Vytauto parko liepa, Senoji Kauno obelis, Taikos kalno ažuolas, Lampėdžių liepa gražuolė, Ažuolo ir pušies draugystė, Pušys sesės) ir 1 geologinis (Adomo Mickevičiaus akmuo) gamtos paveldo objektai.

Šaltinis: Kauno miesto bendrasis planas (2013–2023 metams)

2 PRIEDAS. KAUNO MIESTAS LIETUVOS VALSTYBINĖS REIKŠMĖS KELIŲ ATŽVILGIU



Šaltinis: Lietuvos automobilių kelių direkcija prie Susisiekimo ministerijos

3 PRIEDAS. KAUNO MIESTAS LIETUVOS GELEŽINKELIŲ ATŽVILGIU



Šaltinis: LR Susisiekimo ministerija

4 PRIEDAS. KAUNO MIESTAS LIETUVOS TARPTAUTINIŲ ORO UOSTŲ ATŽVILGIU



Šaltinis: LR Susisiekimo ministerija

5 PRIEDAS. KAUNO TARPTAUTINIO ORO UOSTO SKRYDŽIŲ ŽEMĖLAPIS



Šaltinis: VĮ „Kauno aerouostas“, <http://www.kaunasair.lt>

6 PRIEDAS. KAUNO MIESTO TURIZMO PRODUKTŲ IR PASLAUGŲ VERTINIMO IR TIKSLINIŲ GRUPIŲ POREIKIŲ TYRIMO ATASKAITA

TURINYS

1. TYRIMO METODIKA.....127

1.1. Tyrimo tikslinės grupės127

1.2. Imties dydžio nustatymas127

1.3. Apklausos būdo pasirinkimas128

1.4. Duomenų suvedimas ir apdorojimas.....129

2. Turistų apklausos rezultatai131

2.1. Respondentų demografinės charakteristikos.....131

2.2. Kauno miesto turistų keliavimo įpročiai ir apsisprendimą keliauti lemiantys veiksniai134

2.3. Kauno miesto infrastruktūros išvystymas bei turizmo paslaugų kokybė142

3. Verslininkų apklausos rezultatai148

3.1. Respondentų demografinės charakteristikos148

3.2. Verslo aplinka.....149

4. Gyventojų apklausos rezultatai165

4.1. Respondentų demografinės charakteristikos165

4.2. Kauno miesto turistų keliavimo įpročiai ir apsisprendimą keliauti lemiantys veiksniai166

4.3. Kauno miesto infrastruktūros išvystymas bei turizmo paslaugų kokybė171

Priedai176

1 priedas. Kauno miesto svečių lūkesčių bei Kauno miesto turizmo produktų ir paslaugų poreikio Kauno mieste tyrimo anketa.....176

2 priedas. Kauno miesto svečių lūkesčių bei Kauno miesto turizmo produktų ir paslaugų poreikio Kauno mieste tyrimo suvestinė lentelė.....182

3 priedas. Kauno miesto verslo, susijusio su turizmu, atstovų tyrimo anketa.....187

4 priedas. Kauno miesto verslo, susijusio su turizmu, atstovų tyrimo suvestinė lentelė190

5 priedas. Kauno miesto gyventojų lūkesčių bei Kauno miesto turizmo produktų ir paslaugų poreikio Kauno mieste tyrimo anketa194

6 priedas. Kauno miesto gyventojų lūkesčių bei Kauno miesto turizmo produktų ir paslaugų poreikio Kauno mieste tyrimo suvestinė lentelė...200

1.TYRIMO METODIKA

Siekiant objektyviai įvertinti turizmo paslaugų ir produktų poreikį Kauno mieste, atliktas nustatytų tikslinių grupių kiekybinis tyrimas. Tyrimo tikslas – įvertinti turizmo produktų ir paslaugų poreikį Kauno mieste bei nustatyti galimus prioritetinius turizmo produktus, paslaugas ir vystymo kryptis.

Norint įvertinti Kauno miesto turizmo infrastruktūrą esamu momentu, pasirinkta atlikti apklausą, kurioje būtų apklausiamos tikslinės respondentų grupės ir iš jų pateiktų atsakymų būtų vertinami šie aspektai: teikiamų paslaugų ir turizmo produktų tinkamumas, turizmo paslaugų ir turizmo produktų poreikis bei turizmo paslaugų ir turizmo produktų poreikio prioritetai.

Norint kokybiškai atlikti apklausą, visų pirma nustatytos tyrimo tikslinės grupės, pagal norimą apklausos tikslumą apskaičiuota bendra apklausos imtis ir nustatyta kaip turimas imties dydis turėtų būti pasiskirstęs pagal tikslines grupes. Taip pat pasirinkti tinkami apklausos būdai kiekvienai tikslinei grupei, nustatyta kaip surinkti duomenys bus apdorojami ir kaip reikėtų vertinti kiekvieno apklausos klausimo tikslumą.

1.1. Tyrimo tikslinės grupės

Siekiant objektyviai įvertinti turizmo paslaugų ir produktų poreikį, pasirinktos trys respondentų grupės:

- **Kauno miesto gyventojai.** Šios tikslinės grupės tyrimo duomenys atspindi gyventojų laisvalaikio leidimo įpročius,domėjimąsi miesto kultūra,lankytais objektais,vykstančiais renginiais,padaeda išskirti miesto turizmo vystymui svarbiausius lankytinus objektus, renginius, įvertinti teikiamų turizmo paslaugų ir turizmo infrastruktūros būklę.
- **Kitų Lietuvos miestų ir užsienio šalių gyventojai (turistai).** Šios tikslinės grupės tyrimo duomenys atspindi turistų lūkesčius ir apsisprendimą keliauti,lankyti tam tikrus objektus ar renginius.Įtakojantys veiksniai padeda išskirti miesto turizmo vystymui svarbiausius lankytinus objektus, renginius, įvertinti teikiamų turizmo paslaugų ir turizmo infrastruktūros būklę.
- **Kauno miesto verslo, susijusio su turizmu, atstovai (verslininkai).** Šios tikslinės grupės tyrimo duomenys leidžia nustatyti esamą turizmo verslo situaciją, teikiamų paslaugų ir produktų pasiūlą, užsienio ir vietos turistų bei kitų klientų įpročius, miesto patrauklumą verslo plėtrai ir turizmo vystymui.

1.2. Imties dydžio nustatymas

Siekiant užtikrinti tyrimo reprezentatyvumą, turi būti apklausiamas pakankamas kiekis respondentų. Imties dydžio nustatymas yra atliekamas trim etapais.

Pirmame etape yra nustatomas imties dydis atsižvelgiant į atsakymų atskiriems klausimams sklaidą (dispersiją (s^2)), norimą tikslumą (su kokia tikimybe imties rezultatai nesutampa su visos populiacijos rezultatais (α)) bei leistiną paklaidą (leistinas nukrypimas nuo tikrosios reikšmės(d)). Tokiu būdu pradinis imties dydis (n_0) yra lygus:

$$n_0 = \frac{t_{\alpha}^2 s^2}{d^2}, \tag{1}$$

kur t_{α} yra skirstinio reikšmė pasirinktu tikslumu. Šiame tyrime dispersija yra lygi 0,25, pasirinktas tikslumas 95 proc., o leistina paklaida 0,05. Paskaičiavus gauta, jog pradinis imties dydis yra lygus 384. Taigi,

norint išlaikyti pakankamą tikslumą, bendras respondentų kiekis turėtų būti bent 384 respondentai.

Antrame etape imties dydis yra koreguojamas atsižvelgiant į populiacijos dydį (N). Pakoreguotas imties dydis (n_1) yra lygus

$$n_1 = \frac{n_0}{(1 - n_0/N)} \tag{2}$$

Kadangi nagrinėjamu atveju populiacija yra suskaidyta į tris tikslines grupes, tai pirmiausia yra nustatoma kiekvienos tikslinės grupės populiacija:

- **Kauno miesto gyventojai.** Pagal analizės dalyje 1.1. Soc. aplinkos apžvalgą gyventojų skaičius įvardijamas 330619 (2012 m. duomenys).
- **Kitų Lietuvos miestų ir užsienio šalių gyventojai (turistai).** Kadangi populiacijos dydis nėra iš anksto žinomas, bet galima nuspėti, jog tikrai viršija 100 tūkstančių. Taip pat vertinant turistų populiaciją, reiktų nepamiršti, jog turistais yra laikomi tiek užsienio piliečiai, tiek Lietuvos piliečiai, kurių gyvenamoji vieta nėra Kauno miestas ar rajonas.
- **Kauno miesto verslo, susijusio su turizmu, atstovai (verslininkai).** Statistikos departamento prie LRV duomenimis Kauno mieste ir rajone 2012 metais yra apie 1.000 veikiančių ūkio subjektų.

Taigi iš tikrųjų šiame tyrime turime 3 tikslines grupes, kurioms reikia nustatyti pakankamus imties dydžius norimam tikslumui pasiekti, todėl prieš nustatant koks turėtų būti pakoreguotas imties dydis, kiekvienai grupei pradinis imties dydis išskaidytas į keturias lygias dalis (po 96) ir tada apskaičiuojamas pakoreguotas imties dydis kiekvienai grupei naudojant (2) formulę. Gauti rezultatai nurodė, jog trijų tikslinių grupių respondentų skaičius išlieka toks pats, o verslininkų užtenka apklausti 88.

Trečiajame etape nustatomas galutinis imties dydis (n) atsižvelgiant į apklausos būdą, o tiksliau į atsiskaitymo lygį. Kadangi kiekvienai tikslinei grupei apklausos būdai skiriasi (žr. 1.3 skyrių), be to kiekviena tikslinė grupė apklausiama keliais būdais, iš anksto nustatyti atsiskaitymo lygį yra sudėtinga.

Po apklausos gauta tiek ataskaitų: 164 Kauno miesto gyventojų anketos, 241 Kauno miesto turistų anketa, iš kurių 145 yra kitų Lietuvos miestų, o 84 užsienio šalių gyventojų (12 respondentų, kurie atsakinėjo internetu savo gyvenamosios vietos nenurodė). Taip pat surinkta 118 Kauno miesto verslo, susijusio su turizmu, atstovų anketų. Taigi iš viso apklausti 524 respondentai, o tai yra 138 respondентаis daugiau negu reikia norint pasiekti užsibrėžtą tikslumą.

1.3. Apklausos būdo pasirinkimas

Tyrimo būdai. Atsižvelgiant į kiekvienos tikslinės respondentų grupės specifiką, pasirinkti skirtingi jų apklausimo būdai:

- Kauno miesto gyventojų tyrimui – anoniminė internetinė apklausa CAWI (angl. computer assisted web interview) ir anoniminė telefoninė apklausa CATI (angl. computer assisted telephone interview);
- kitų Lietuvos miestų ir užsienio šalių gyventojų tyrimui – anoniminė internetinė apklausa CAWI (angl. computer assisted web interview), tiesioginis interviu būdas lankytinose vietose, dalis anketų paliktos užpildyti turistams turizmo informacijos centruose, apgyvendinimo įstaigose.
- Kauno miesto verslo, susijusio su turizmu, atstovų tyrimui – anoniminė internetinė apklausa CAWI ir anoniminė telefoninė apklausa CATI.

Anoniminės internetinės apklausos CAWI atliktos pagal iš anksto parengtus ir suprogramuotus klausimynus, patalpintus www.apklausa.lt internetiniame puslapyje. Nuorodos į apklausas patalpintos Kauno miesto savivaldybės svetainėje www.kaunas.lt bei platinamos elektroniniais laiškais. Informacija, kuriais el. paštais siųstas kvietimas dalyvauti apklausoje, yra saugoma, tačiau dėl anketos anonimiškumo sunku vertinti, kurie iš respondentų atsakė į apklausą internetu. Internetinės apklausos būdas pasirinktas dėl šių priežasčių:

- internetiniuose tyrimuose klausimyno trukmė nėra taip griežtai ribojama – respondentams galima užduoti **daugiau klausimų** lyginant su kitais metodais;
- internetinės apklausos pasižymi aukštesniu atsakymų rodikliu, nes respondentas pats gali pasirinkti laiką, kada atsakyti į anketos klausimus;
- internetiniuose tyrimuose yra išvengiama apklausų atlikėjų įtakos apklausos rezultatams, respondentai pateikia **išsamesnius bei nuoširdesnius** atsakymus.

Tarp šio metodo trūkumų galima paminėti sunkumus identifikuojant respondento tinkamumą.

Anoniminė telefoninė apklausa CATI atlikta pagal iš anksto parengtą ir suprogramuotą klausimyną, kuriame apklausos atlikėjai fiksuoja respondentų atsakymus. Apklausėjas pateikdavo standartizuotus klausimus ir žymėdavo vieną iš galimų atsakymų variantų (pusiau atviri klausimai). Respondentų atranka – atsitiktinė. Apklauskos atlikėjai privalėjo fiksuoti kompiuteriniame apklausos protokole telefonų numerius tų respondentų, kuriems skambinta. Šalia telefono nurodoma, ar su respondentu nepavyko susisiekti, respondentas atsisakė dalyvauti tyrime ar respondentas dalyvavo tyrime. Visi pokalbiai įrašyti. Telefoninės apklausos būdas pasirinktas dėl šių priežasčių:

- galimybė naudoti kompiuterius, iš karto įvedant duomenis į specialiai paruoštą matricą;
- geros kokybės kontrolės galimybės.

Tarp šio metodo trūkumų galima paminėti ribotą pokalbio trukmę (respondentai paprastai nėra linkę ilgam pokalbiui telefonu), sunkumus identifikuojant respondento tinkamumą.

Tiek tiesioginis interviu būdas, tiek apklausa turizmo informacijos centruose ir apgyvendinimo įstaigose, pasirinkti tikintis apklausti turistus, kurie kaip tik tuo metu lankosi Kauno miesto lankytinose vietose ar turizmo informacijos centruose. Tiek tiesioginio interviu metu, tiek turizmo informacijos centruose prašyta respondentų nurodyti telefono numerį arba el. paštą tyrimo kontrolės tikslams.

1.4. Duomenų suvedimas ir apdorojimas

Analizuojant duomenis, naudotos Microsoft EXCEL ir statistinė SPSS programos. Vertinant rezultatus, atsižvelgiama į statistinę paklaidą, kuri atsiranda dėl to, kad yra daroma respondentų atranka, o ne vykdoma ištisinė apklausa. 1.4.1. lentelėje pateikiamos paklaidos proporcijai, esant įvairiam respondentų skaičiui bei atsakymų pasiskirstymui.

1.4.1. lentelė. Paklaidos proporcijai, esant įvairiam respondentų skaičiui ir atsakymų pasiskirstymui

Atsakymų pasiskirstymas \ Atrankos dydis	50	45/55	40/60	35/65	30/70	25/75	20/80	15/85	10/90	5/95
10	31,0	30,8	30,4	29,6	28,4	26,8	24,8	22,1	18,6	13,5
30	17,9	17,8	17,5	17,1	16,4	15,5	14,3	12,8	10,7	7,8
50	13,9	13,8	13,6	13,2	12,7	12,0	11,1	9,9	8,3	6,0
75	11,3	11,3	11,1	10,8	10,4	9,8	9,1	8,1	6,8	4,9
100	9,8	9,8	9,6	9,3	9,0	8,5	7,8	7,0	5,9	4,3
150	8,0	8,0	7,8	7,6	7,3	6,9	6,4	5,7	4,8	3,5
200	6,9	6,9	6,8	6,6	6,4	6,0	5,5	4,9	4,2	3,0
250	6,2	6,2	6,1	5,9	5,7	5,4	4,9	4,4	3,7	2,7
300	5,7	5,6	5,5	5,4	5,2	4,9	4,5	4,0	3,4	2,5
350	5,2	5,2	5,1	5,0	4,8	4,5	4,2	3,7	3,1	2,3
400	4,9	4,9	4,8	4,7	4,5	4,2	3,9	3,5	2,9	2,1
450	4,6	4,6	4,5	4,4	4,2	4,0	3,7	3,3	2,8	2,0
500	4,4	4,4	4,3	4,2	4,0	3,8	3,5	3,1	2,6	1,9
550	4,2	4,1	4,1	4,0	3,8	3,6	3,3	3,0	2,5	1,8
600	4,0	4,0	3,9	3,8	3,7	3,5	3,2	2,9	2,4	1,7
650	3,8	3,8	3,7	3,6	3,5	3,3	3,1	2,7	2,3	1,7

Pavyzdžiui, jei respondentų skaičius – 400, teigiamo atsakymo į klausimą vidurkis – 35 procentai. Tai reiškia, kad su 95 proc. tikimybe galime teigti, jog tikroji atsakymo į klausimą reikšmė yra intervale 35 proc. ± 4,7 proc..

Jei dominantis parametras yra vidurkis, tai jo statistinę paklaidą galima apskaičiuoti pagal formulę:

$$\Delta = z \sqrt{\frac{s^2}{n}}$$

kur:

z – konstanta, apibrėžiama pagal pasirinktą patikimumo lygmens reikšmę (žr. 1.4.2. lentelę);

s – standartinis nuokrypis;

n – imties dydis – apklaustųjų skaičius.

1.4.2. lentelė. Patikimumo lygmenų konstantos z

Patikimumo lygmuo	60 proc.	70 proc.	80 proc.	85 proc.	90 proc.	95 proc.	97 proc.	99 proc.	99,70 proc.
Konstanta z	0,84	1,03	1,29	1,44	1,64	1,96	2,18	2,58	2,58

Gauti rezultatai pateikiami grafikuose su skaitine gautų rezultatų išraiška. Po grafikais pateikiami gautų rezultatų apibendrinimai bei išvados.

Būtina pažymėti, kad tyrime surinkta informacija atspindi tik projekto metu pateiktą respondentų nuomonę. Keičiantis ekonominei, socialinei, demografiniai situacijai, veikiant kitiems išorės veiksniams, respondentų vertinimai gali kisti.

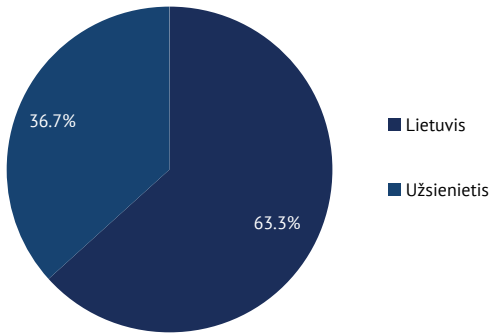
2. TURISTŲ APKLAUSOS REZULTATAI

Atliktame Kauno miesto turizmo tyrime siekta nustatyti Kauno miesto turizmo produktų ir paslaugų poreikį, išsiaiškinti svečių lūkesčius. Remiantis turistų išsakyta nuomone šioje ataskaitoje apžvelgiama esama turizmo situacija Kauno mieste bei pokyčių perspektyvos.

2.1. Respondentų demografinės charakteristikos

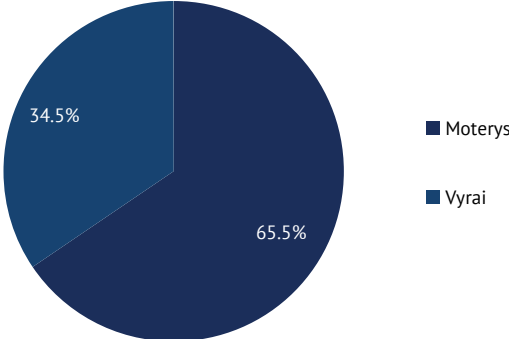
Pirmiausia apžvelgiami esminiai respondentų demografiniai duomenys. Apklausoje dalyvavo 241 miesto svečias. Respondentų pasiskirstymas pagal gyvenamąją vietą nėra tolygus. Apklausta 63,3 proc. lietuvių ir 36,7 proc. užsienio piliečių. Toliau demografinių charakteristikų duomenys taip pat pateikiami atskirai vertinant lietuvių ir užsieniečių atsakymus.

2.1.1. pav. Respondentų pasiskirstymas pagal gyvenamąją vietą

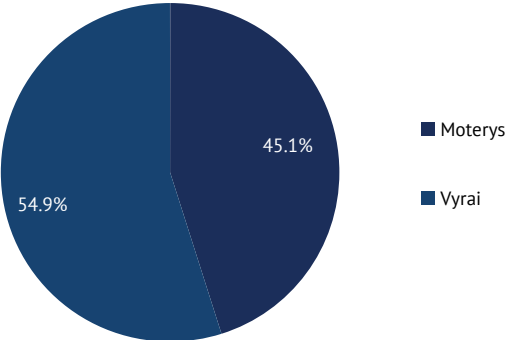


Tarp apklaustų lietuvių net 65,5 proc. sudarė moterys ir 34,5 proc. vyrai. Tuo tarpu užsieniečių vyrų pavyko apklausti šiek tiek daugiau (54,9 proc.) nei moterų (45,1 proc.).

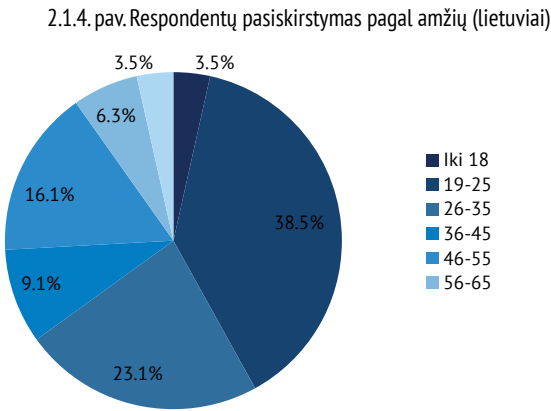
2.1.2. pav. Respondentų pasiskirstymas pagal lytį (lietuviai)



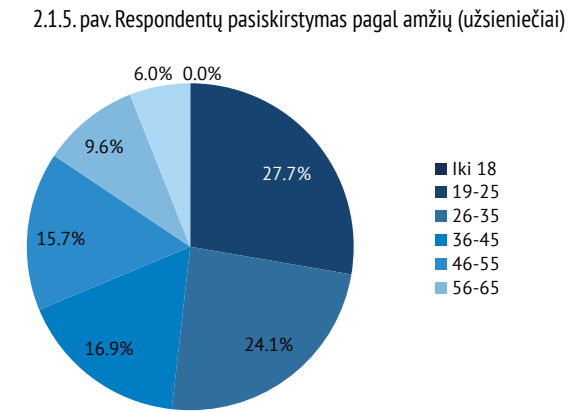
2.1.3. pav. Respondentų pasiskirstymas pagal lytį (užsieniečiai)



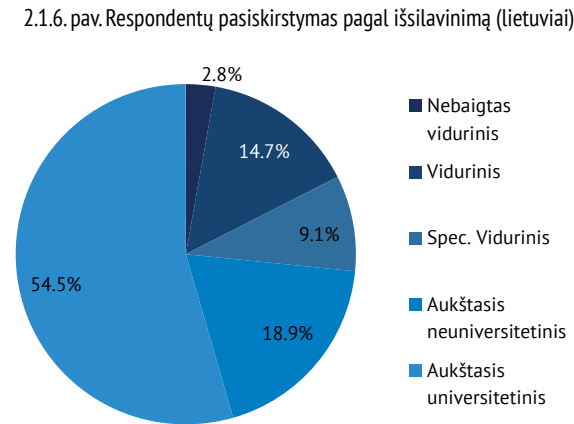
Daugiau nei trečdalį sudaro 19-25 metų amžiaus lietuviai (38,5 proc.). Beveik ketvirtadalis apklaustųjų yra 26-35 metų (23,1 proc.). 16,1 proc. respondentų iš Lietuvos yra 46-55 metų, o nepilną dešimtadalį (9,1 proc.) sudaro 36-45 metų amžiaus žmonės. Taip pat Kauno miestą aplankė 6,3 proc. 56-65 metų gyventojai iš kitų miestų. Mažiausiai apklaustųjų pasitaikė iki 18 metų ir daugiau nei 65 metus turintys piliečiai, jų apklausta po 3,5 proc.



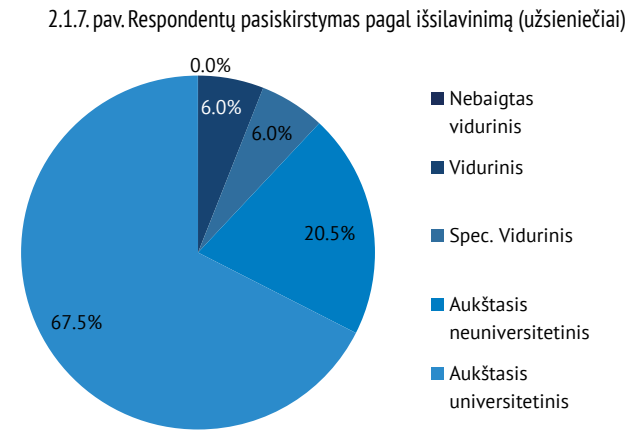
Užsieniečių 19-25 metų amžiaus apklausta šiek tiek mažiau (27,7 proc.) nei to paties amžiaus lietuvių. Tuo tarpu 26-35 metų suaugusiųjų sudarė 24,1 proc. Panašiai pasiskirstė 36-45 (16,9 proc.) ir 46-55 (15,7 proc.) metų svečiai iš užsienio. Apie dešimtadalį (9,6 proc.) sudarė 56-66 metų apklaustieji ir 6 proc. pensinio amžiaus žmonės, kuriems virš 65 metų. Jaunimo iki 18 metų šiame tarpe nepasitaikė.



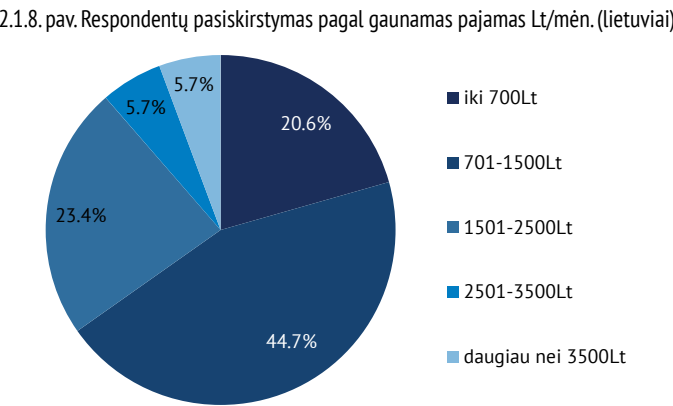
Didžioji dauguma turistų iš Lietuvos (54,5 proc.) yra įgiję aukštąjį universitetinį išsilavinimą. Mažiau nei penktadalis (18,9 proc.) respondentų turi aukštąjį neuniversitetinį išsilavinimą. Kitų išsilavinimo kategorijų atstovai sudaro mažiau nei trečdalį visų respondentų. Spec. vidurinį – 9,1 proc., vidurinį išsilavinimą nurodę turintys 14,7 proc. tiriamųjų, o nebaigtą vidurinį – 2,8 proc.



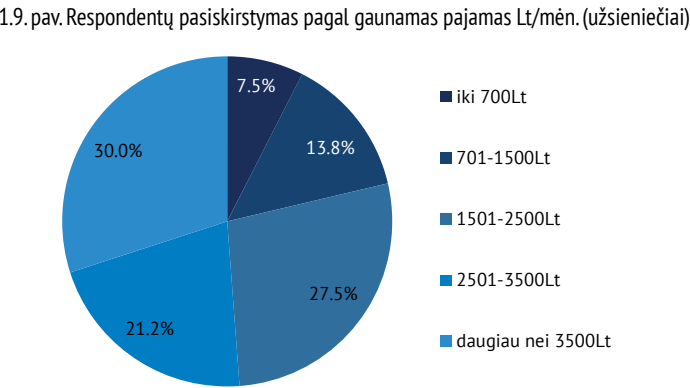
Daugiausiai keliaujančiųjų tarp užsieniečių pasitaikė su aukštuoju universitetiniu išsilavinimu (net 67,5 proc.). Šiek tiek daugiau nei penktadalis (20,5 proc.) pasisakiusiųjų yra įgiję aukštąjį neuniversitetinį diplomą. Tuo tarpu vos po 6 proc. respondentų baigė spec. vidurinę bei vidurinę mokyklą. Nieko nebaigusieji turistai iš užsienio apklausoje nedalyvavo.



Didžiosios daugumos lietuvių (44,7 proc.) mėnesinės pajamos sudaro 701-1500 Lt. Nemaža dalis (23,4 proc.) uždirba 1501-2500 Lt per mėnesį. Net penktadalis (20,6 proc.) apklaustųjų verčiasi gaudami mažiau nei 700 Lt mėnesinių pajamų. Didžiausias įplaukas 2501-3500 Lt bei daugiau nei 3500 Lt per mėnesį gauna po 5,7 proc. Kauno turistų iš Lietuvos.

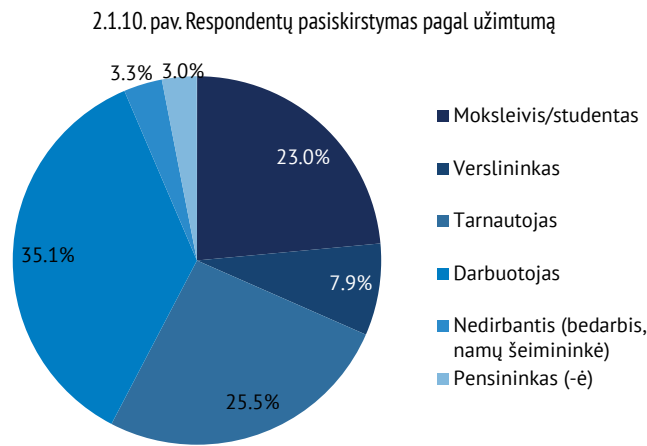


Turistų iš užsienio gaunamų mėnesinių pajamų pasiskirstymas akivaizdžiai skiriasi nuo Lietuvos piliečių. Daugiausiai apklaustųjų (net 30 proc.) uždirba daugiau nei 3500 Lt per mėnesį. 21,2 proc. svečių mėnesinės įplaukos yra tarp 2501-3500 Lt., 1501-2500 Lt gauna 27,5 proc. turistų. Tuo tarpu pajamas 701-1500 Lt intervale turi 13,8 proc. užsienio piliečių, o mažiau nei 700 Lt gauna 7,5 proc. respondentų.



Apklausoje dalyvavusių lietuvių bei užsieniečių pasiskirstymas pagal užimtumą yra ganėtinai panašus,

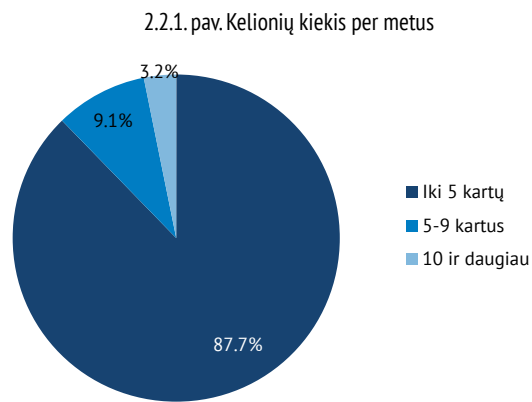
todėl aprašoma bendrai. Didžiausią dalį tarp savo nuomonę išsakyusiųjų sudaro darbuotojai - 35,1 proc. Ketvirtadalis (25,5 proc.) apklausta tarnautojų ir 23 proc. mokinių bei studentų. Taip pat pasitaikė 7,9 proc. turistų verslininkų, 3,3 proc. nedirbančiųjų ir 3 proc. pensininkų.



2.2. Kauno miesto turistų keliavimo įpročiai ir apsisprendimą keliauti lemiantys veiksniai

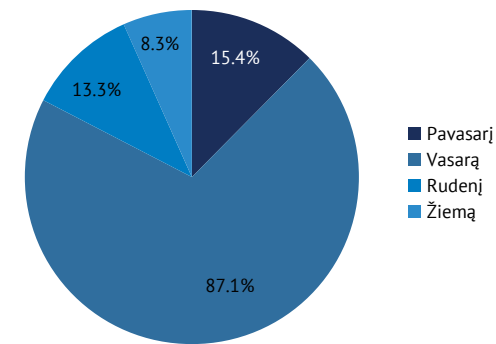
Trumpai apžvelgus demografines charakteristikas, toliau ataskaitoje pateikiami Kauno miesto turistų keliavimo įpročiai ir veiksniai, kurie daro įtaką apsisprendimui keliauti.

Didžioji dauguma (87,7 proc.) apklaustųjų nurodė, kad jie keliauja iki 5 kartų per metus. 9,1 proc. apklaustųjų kelionėmis mėgaujasi 5-9 kartus. Tarp respondentų pasitaikė ir tokių, kurie minėjo, jog keliauti tenka dažniau nei 10 kartų imant vienerių metų laikotarpį. Jų vos 7 ir sudarė 3,2 proc. atsakiusiųjų.



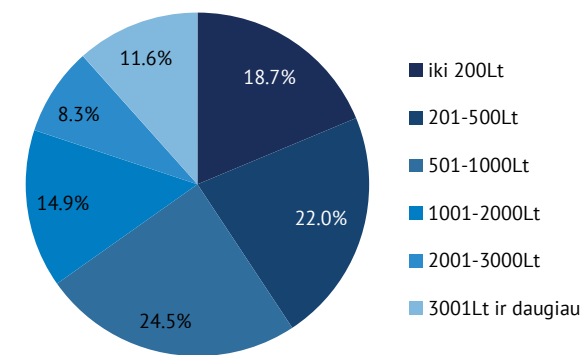
Kalbant apie sezoniškumo įtaką apklausiant turistus verta paminėti, kad apklausa vyko ne sezono metu (pavasarij), nes iš pačių apklaustųjų duomenų yra aišku, kad kelionėms dauguma renkasi vasaros laiką. Net 87,1 proc. iš 240 atsakiusiųjų dažniausiai keliauja vasaros metu. 15,4 proc. respondentų keliauja pavasarį, o 13,3 proc. – rudenį. Mažiausiai minėtas žiemos laikas, kurį pasirinko 8,3 proc. atsakiusiųjų. Ties šiuo klausimu leista pasirinkti kelis tinkamus atsakymus, todėl pasitaikė ir tokių (6 apklaustieji), kurie keliauja visais metų laikais.

2.2.2. pav. Kokiu metų laiku dažniausiai atostogaujate?



Bendrai vertinant didžiausioji dalis (24,5 proc.) apklaustųjų minėjo, kad turistinėms kelionėms skiria tarp 501-1000 Lt vienam asmeniui. 22 proc. šioms išlaidoms numato 201-500 Lt sumą. Iki 200 Lt kelionėms išleidžia 18,7 proc. apklaustųjų, 1001-2000 Lt – 14,9 proc. keliaujančiųjų, 2001-3000 Lt – 8,3 proc. ir daugiau nei 3001 Lt turistinei kelionei vienam asmeniui sau leidžia skirti 11,6 proc. respondentų.

2.2.3. pav. Lėšų kiekis skiriamas turistinėms kelionėms Lt/1 asmeniui



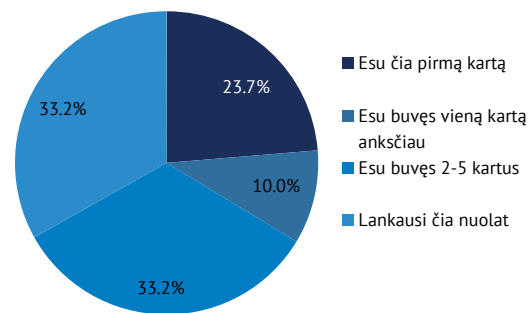
Kadangi apklausos dalyvių gaunamos pajamos per mėnesį nėra vienodos, lentelėje pateiktuose duomenyse matosi, kad išlaidos turistinėms kelionėms tiesiogiai proporcingos mėnesinėms įplaukoms. Kuo pajamos didesnės, tuo didesnė suma skiriama vienam asmeniui kelionės metu.

2.2.1. lentelė. Koks procentas apklaustųjų, kokią lėšų sumą skiria turistinėms kelionėms Lt/1 asmeniui pagal gaunamas pajamas per mėnesį (proc.)

		Gaunamos pajamos Lt per mėnesį				
		iki 700Lt	701-1500Lt	1501-2500Lt	2501-3500Lt	daugiau nei 3500Lt
Kiek skirate lėšų, turistinėms kelionėms Lt/1 asmeniui?	iki 200 Lt	31.6	37.0	1.8	0,0	3.1
	201-500 Lt	26.3	33.3	21.4	7.1	6.2
	501-1000 Lt	31.6	18.5	37.5	28.6	6.2
	1001-2000 Lt	7.9	8.6	17.9	39.3	9.4
	2001-3000 Lt	0,0	2.5	14.3	17.9	12.5
	3001 Lt ir daugiau	2.6	0,0	7.1	7.1	62.5

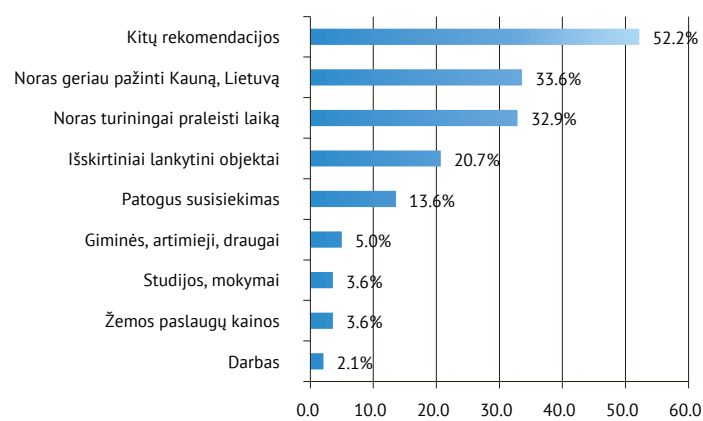
Apklausos dalyviai yra dažni svečiai Kauno mieste. Net 33,2 proc. respondentų Kauno mieste lankosi nuolat ir tiek pat apklaustųjų yra jau čia buvę 2-5 kartus. Dešimtadalis turistų prieš tai yra buvę vieną kartą, o 23,7 proc. svečiuojasi pirmą kartą.

2.2.4. pav. Kelintą kartą vieši Kauno mieste



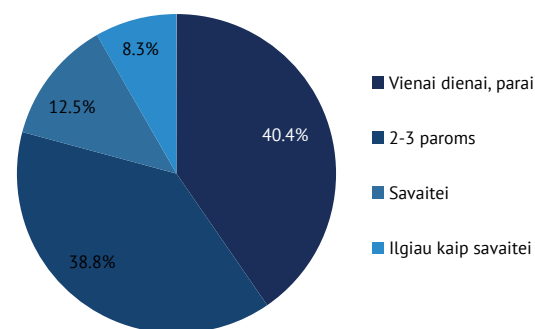
Besidomint veiksniais, lėmusiais turistų apsisprendimą aplankyti Kauno miestą, paaiškėjo, kad didžiausią įtaką turėjo kitų žmonių rekomendacijos (52,2 proc.). Kiti sprendimą lemiantys faktoriai: noras geriau pažinti Kauną, Lietuvą (33,6 proc.) bei noras turiningai praleisti laisvalaikį (32,9 proc.). Taip pat turistautojus laikinoji sostinė traukia išskirtiniais lankytiniais objektais (20,7 proc.), patogiu susisiekimu (13,6 proc.), žemomis paslaugų kainomis (3,6 proc.). Nemažai respondentų pasirinko kitą variantą, iš kurio galima išskirti dar tris grupes veiksmų, kurie lėmė sprendimą atvykti į Kauno miestą: giminės, artimieji, draugai (5 proc.), studijos, mokymai (3,6 proc.) ir darbas (2,1 proc.).

2.2.5. pav. Veiksniai lėmę apsisprendimą aplankyti Kauno miestą



Kaip ir galima tikėtis, atvykusieji iš kitų Lietuvos ir užsienio miestų į Kauną, čia praleidžia vieną dieną, parą (40,4 proc.) arba 2-3 paras (38,8 proc.). Tiek laiko pakanka pirmam susipažinimui su miestu, išskirtinių objektų aplankymui, viešėjimui pas draugus, gimines ar darbo reikalų tvarkymui. Daug mažesnė dalis (12,5 proc.) apsilankiusių mieste apsistoja savaitei ir tik 8,3 proc. turistų užsibūna ilgiau nei savaite.

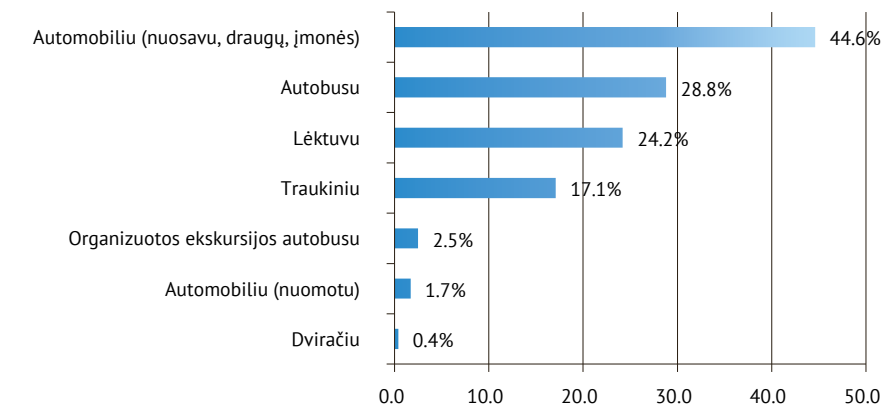
2.2.6. pav. Kuriam laikui turistai apsistoja Kauno mieste



Nuosavas, draugų ar įmonės automobilis yra pati populiariausia transporto priemonė, kuria apklausos dalyviai atvyksta į Kauną (44,6 proc.). Viešuoju transportu, autobusu, naudojami 28,8 proc. dalyvių,

o traukiniu 17,1 proc. Kaip ir galima nuspėti, užsienio turistai dažniausiai į Kauną atskrenda lėktuvu (24,2 proc.), tam greičiausiai didelę įtaką daro oro uostas, esantis netoli Kauno miesto. 2,5 proc. svečių naudojami organizuojamomis ekskursijomis autobusu ir 1,7 proc. atvyksta nuomajam automobiliu. Tarp apklausos dalyvių pasitaikė ir ištvermę turintis respondentas, kuris į Kauną iš Alytaus atvyko dviračiu. Jis sudarė 0,4 proc. atsakiusių į šį klausimą.

2.2.7. pav. Kokios rūšies transportu naudojasi atvykstant į Kauną

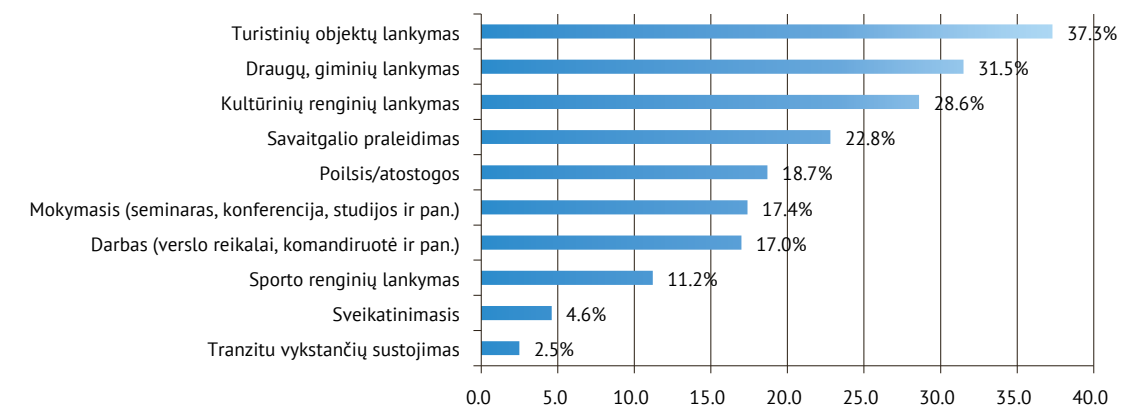


Nemaža dalis (37,3 proc.) respondentų į Kauną atvyko norėdami aplankyti turistinius objektus. Kitas trečdalis (31,5 proc.) atsakiusių šiame mieste lanko draugus ir gimines. 28,6 proc. apklaustųjų teigė, kad domisi kultūriniais renginiais. Net 22,8 proc. turistų į Kauną atvažiavo praleisti savaitgalio. Pailsėti ir praleisti atostogas viename iš didžiausių Lietuvos miestų nuspėdė 18,7 proc. respondentų. Likusiųjų tikslai šie: darbas (17 proc.), mokymasis (17,4 proc.), sporto renginių lankymas (11,2 proc.), sveikatinimasis (4,6 proc.), tranzitu vykstančių sustojimas (2,5 proc.).

Vertinant pagrindinius apsilankymo Kauno mieste tikslus, išnagrinėti visi demografiniai rodikliai, tad toliau aprašomi tie tikslai, kuriuos pasirenkant atitinkamas demografinis rodiklis turėjo įtakos:

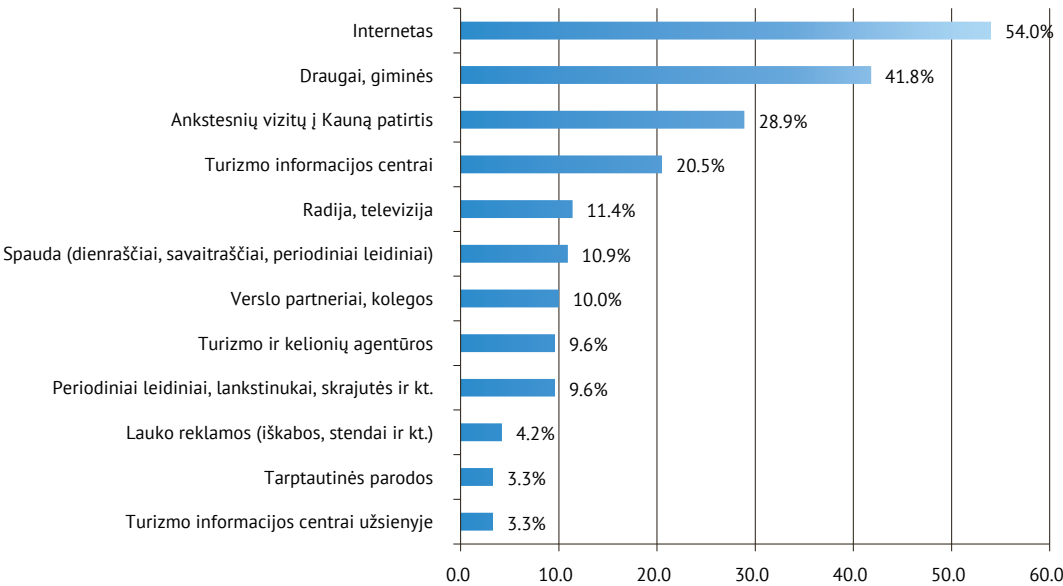
- Žymiai daugiau moterų negu vyrų nurodė, kad į Kauno miestą atvyko aplankyti draugų, giminaičių, kultūrinių bei sporto renginių.
- Tuo tarpu aukštąjį universitetinį išsilavinimą turintys išsiskyrė pagal sporto renginių lankymo tikslą.
- 1501-2500 Lt ir 2501-3500 Lt per mėnesį uždirbantys asmenys pagrindiniu Kauno miesto lankymo tikslu nurodė darbą bei poilsį ir atostogas.
- Mokinius Kauno miestas traukia dėl sporto renginių.
- Užsieniečiai dažniau nei lietuviai pažymėjo, kad svečiuojasi dėl darbo reikalų bei poilsiauja, atostogauja. Tuo tarpu net pusė lietuvių pažymėjo, kad Kaune lankosi dėl sporto renginių.

2.2.8. pav. Pagrindiniai apsilankymo Kauno mieste tikslai



Labiausiai paplitęs informacijos šaltinis tiek Lietuvoje, tiek užsienyje - internetas. Juo naudojosi net pusė (54 proc.) respondentų planuodami kelionę į Kauną. Taip pat labai populiarios draugų ir giminių rekomendacijos, patarimai (41,8 proc.). Nemaža dalis (28,9 proc.) apklaustųjų rėmėsi savo ankstesnių vizitų patirtimi. Kaip ir galima tikėtis, 20,5 proc. turistų kreipėsi į informacijos centrus norėdami susiplanuoti viešnagę Kaune. Apie 10 proc. atsakiusiųjų nurodė, kad naudojosi šiais šaltiniais: radiju, televizija (11,4 proc.), spauda (dienraščiais, savaitraščiais, periodiniais leidiniais) (10,9 proc.), verslo partneriais (10 proc.), turizmo ir kelionių agentūra (9,6 proc.), periodiniais leidiniais, lankstinukais, skrajutėmis ir kt. (9,6 proc.). Mažiausioji dalis respondentų nurodė lauko reklamą (iškabos, standai ir kt.) (4,2 proc.), tarptautines parodas (3,3 proc.) ir turizmo informacijos centrus užsienyje (3,3 proc.) kaip šaltinius, kuriais naudojosi ruošdamiesi aplankyti Kauno miestą.

2.2.9. pav. Informacijos šaltiniai, kuriais naudojosi ruošiantis aplankyti Kauno miestą

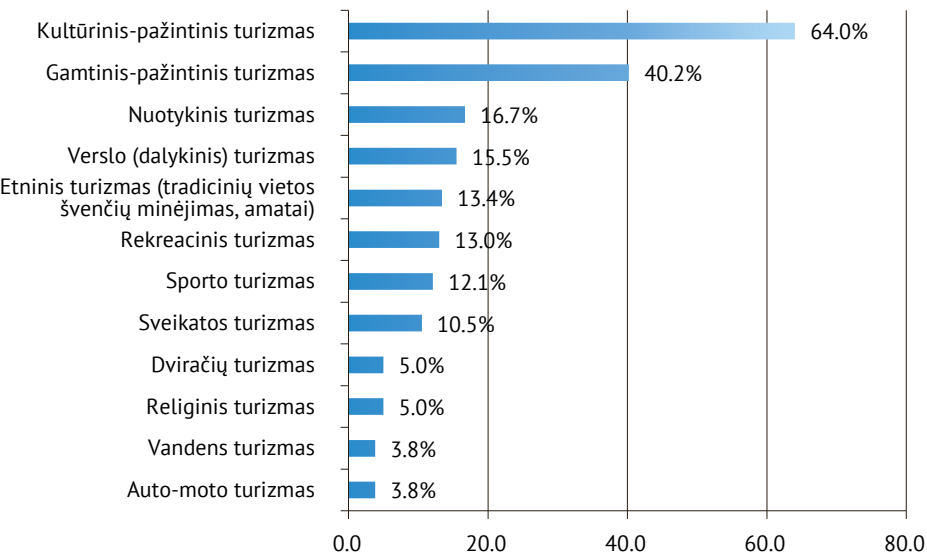


Trys iš penkių (64 proc.) pildžiusių anketą respondentų patikino, kad jiems aktualiausia turizmo sritis Kaune yra kultūrinis-pažintinis turizmas. Dar labai didelė dalis (40,2 proc.) nurodė gamtinį-pažintinį turizmą. Visas kitas turizmo sritis pasirinko mažiau nei po 20 proc. pildžiusiųjų. Kitos aktualiausios turizmo sritys mažėjimo tvarka atrodo taip: nuotykinis turizmas (16,7 proc.), verslo (dalykinis) turizmas (15,5 proc.), etninis turizmas (tradicinių vietos švenčių minėjimas, amatai) (13,4 proc.), rekreacinis turizmas (13 proc.), sporto turizmas (12,1 proc.), sveikatos turizmas (10,5 proc.), religinis turizmas (5 proc.), dviračių turizmas (5 proc.), vandens turizmas (3,8 proc.), auto-moto turizmas (3,8 proc.).

Šis klausimas taipogi nagrinėtas per demografinius lūžius. Išvados būtų tokios:

- Dvigubai daugiau moterų nei vyrų renkasi šias turizmo sritis Kaune: etninį, religinį, dviračių bei vandens turizmą.
- Aukštąjį universitetinį išsilavinimą turintys žmonės labiau nei kitus išsilavinimus įgijusieji domisi sveikatos turizmu. Tuo tarpu nebaigusieji vidurinės mokyklos renkasi religinį bei vandens turizmą. Šios sritys aktualios visiems apklaustiesiems neturintiems vidurinio išsilavinimo.
- Religinio turizmo ir vandens turizmo aktualumą pažymi ir didesnė dalis mokinių.
- Šiek tiek daugiau nei pusė Lietuvos miestuose gyvenančių piliečių aktualiausiomis nurodė religinį ir dviračių turizmą. Tuo tarpu daugiau užsieniečių renkasi auto-moto turizmą.

2.2.10. pav. Aktualiausios turizmo sritys Kauno mieste



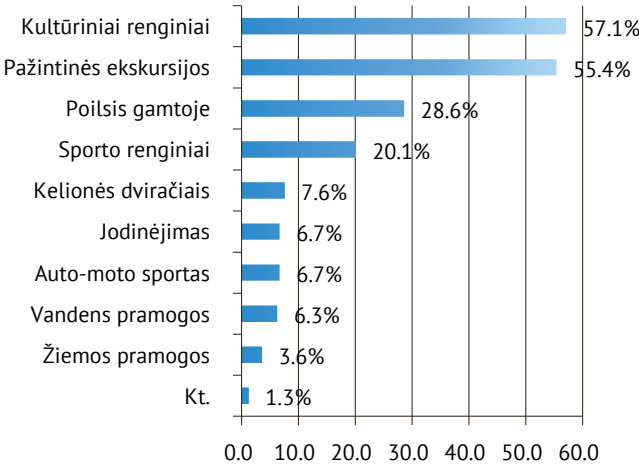
Kadangi dauguma turistų domisi kultūriniu ir gamtiniu-pažintiniu turizmu, nesunku nuspėti aktualiausias pramogas Kauno mieste: kultūriniai renginiai (57,1 proc.), pažintinės ekskursijos (55,4 proc.) bei poilsis gamtoje (28,6 proc.). Nemažą kiekį turistų pritraukia ir mieste vykstantys sporto renginiai, kurie aktualūs 20,1 proc. apklaustųjų. Mažiau nei po 10 proc. respondentų rinkosi šias pramogas: kelionės dviračiais (7,6 proc.), auto-moto sportas (6,7 proc.), jodinėjimas (6,7 proc.), vandens pramogos (6,3 proc.) ir žiemos pramogos (3,6 proc.). Kiti pasirinkimai sudaro 1,3 proc. tarp kurių minimos SPA paslaugos ir naktiniai klubai.

Vyrų ir moterų nuomonė išsiskyrė pažymint pažintines ekskursijas. Jų aktualumą pabrėžia moterys, vyrai jas pralenkia auto-moto sporte.

Atsižvelgiant į uždirbamų pajamų dydį nustatyta, kad auto-moto sportą daugiausiai renkasi 2501-3500 Lt uždirbantys asmenys. Kultūriniai renginiai ir pažintinės ekskursijos aktualiausios dviems apklaustųjų grupėms, kurių mėnesinės įplaukos yra šiame intervale – 1501-3500 Lt.

Net 60 proc. lietuvių aktualiausiais nurodė kultūrinius renginius. Tuo tarpu iš užsienio atvykusieji tuos pačius renginius kaip aktualius Kauno mieste nurodė apie 40 proc. apklaustųjų.

2.2.11. pav. Aktualiausios pramogos Kauno mieste



Didžiausias turistų noras yra turiningai praleisti laiką Kauno mieste. Tai paminėjo 43,7 proc. apklaustųjų. Po 37,6 proc. apklausos dalyvių nuomonių surinko kitų rekomendacijos ir noras geriau pažinti

miesto istoriją, kultūrą. Trečdalis (30,6 proc.) respondentų prie lemiamų veiksnių paminėjo bilietų ir įėjimo į lankytinus objektus kainas. Nemaža dalis (22,3 proc.) teigė, kad jiems svarbus susisieikimas ir objekto vieta (17,9 proc.). 15,3 proc. anketas pildžiusių turistų tarp svarbiausių veiksnių priskyrė objekto darbo laiką bei sezoniškumą.

Moterų sprendimui pasirenkant Kauno miesto lankytinus objektus daug dažniau nei vyrų turi įtakos noras turiningai praleisti laiką bei noras geriau pažinti miesto istoriją, kultūrą.

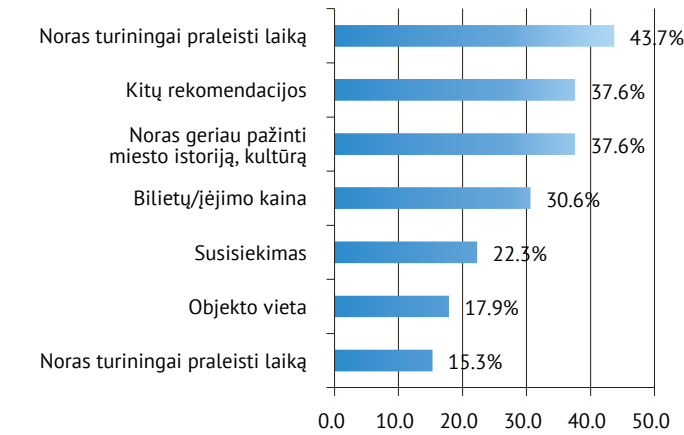
Visi nebaigusieji vidurinės, kaip sprendimus renkant lankytinus objektus mieste, nurodė norą turiningai praleisti laiką ir lankytinų objektų laiką (darbo laiką, sezoniškumą).

Šiuo klausimu dvi grupės vertintos pagal uždirbamas pajamas (1501-2500 Lt ir 2501-3500 Lt) dažniau nei kitos grupės minėjo susisieikimą.

Kaip ir anksčiau minėtieji taip ir studentai bei mokiniai pabrėžė norą turiningai praleisti laiką. Tai ir nulemia jų sprendimą pasirenkant Kauno miesto lankytinus objektus.

Lyginant lietuvių ir užsieniečių atsakymus pažymėtinas skirtumas, kad daug daugiau lietuvių nurodė norą turiningai praleisti laiką. Užsieniečiams aktualesnis susisieikimas.

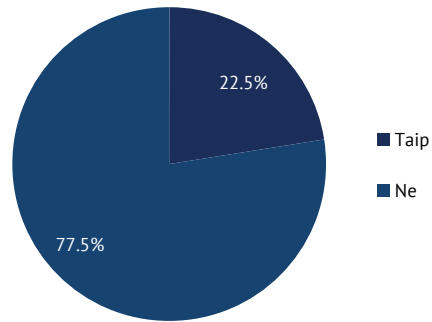
2.2.12. pav. Veiksniai lemiantys sprendimą pasirenkant Kauno miesto lankytinus objektus



Mažiau nei ketvirtadalis (22,5 proc.) iš 240 atsakiusių yra dalyvę Kauno miesto turistiniuose maršrutuose ar Turizmo informacijos centro organizuojamose ekskursijose. Likusioji dalis (77,5 proc.) šiomis paslaugomis nėra pasinaudoję.

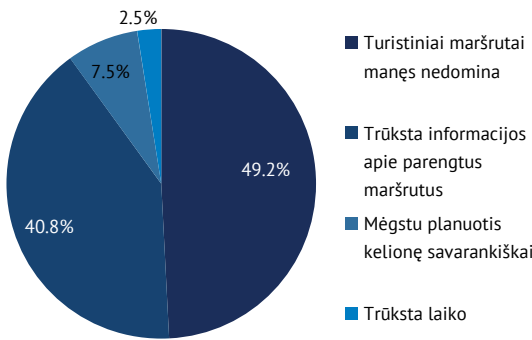
Akivaizdus skirtumas vertinant atsakiusiuosius į šį klausimą pagal demografinius rodiklius išsiskyrė tarp Lietuvos ir užsienio miestuose gyvenančių žmonių. Apie 14 proc. lietuvių esą naudojęsi minėtomis paslaugomis, o užsieniečių – 37 proc.

2.2.13. pav. Kiek procentų atsakiusių yra keliavę Kauno miesto turistiniais maršrutais ar dalyvavę Turizmo informacijos centro organizuojamose ekskursijose



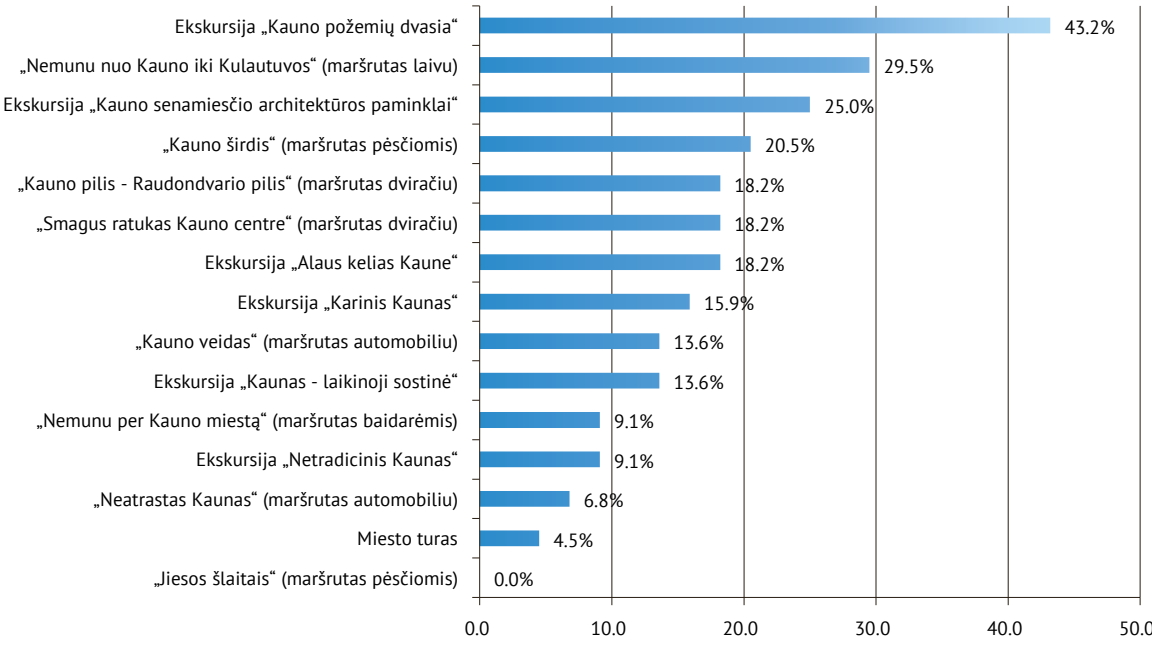
Dauguma (49,2 proc.) nesinaudojusių aukščiau minėtais Kauno miesto turistiniais maršrutais ar nedalyvavę Turizmo informacijos centro organizuojamose ekskursijose nurodė, kad šios paslaugos jų nedomina. Taip pat didelė dalis (40,8 proc.) Kauno miesto svečių teigė, kad trūksta informacijos apie parengtus maršrutus. Kiti pasirinko savo atsakymus iš kurių išskirta tai, kad apklaustieji mėgsta planuoti kelionę savarankiškai (7,5 proc.) arba neturi laiko (2,5 proc.).

2.2.14. pav. Kiek procentų atsakiusių yra keliavę Kauno miesto turistiniais maršrutais ar dalyvavę Turizmo informacijos centro organizuojamose ekskursijose



Remiantis Kauno turistais, kurie yra keliavę turistiniais maršrutais ar dalyvavę Turizmo informacijos centro organizuojamose ekskursijose matome, kad dažniausiai pasirenkama ekskursija „Kauno požemių dvasia“ (43,2 proc.). Sekantis pagal populiarumą yra „Nemunu nuo Kauno iki Kulautuvos“ maršrutas laivu, kuriame dalyvavo 29,5 proc. respondentų. 25 proc. apklaustųjų yra išmėginę ekskursiją „Kauno senamiesčio architektūros paminklai“. Turistai, mėgstantys pasivaikščioti, yra keliavę maršrutu pėsčiomis pavadinimu „Kauno širdis“ (20,5 proc.). Po 18,2 proc. dalyvių minėjo, kad yra dalyvavę šiuose maršrutuose ir ekskursijose: „Kauno pilis-Raudondvario pilis“, „Smagus ratukas Kauno centre“ bei „Alaus kelias Kaune“. Ekskursiją „Karinis Kaunas“ yra išmėginę 15,9 proc. turistų, o „Kaunas laikinoji sostinė“ – 13,6 proc. Tokia pati dalis (13,6 proc.) respondentų keliavę automobiliu maršrutu „Kauno veidas“. Mažiau nei dešimtadalis apklaustųjų minėjo, kad yra keliavę ir dalyvavę šiuose maršrutuose ir ekskursijose: „Neatrastas Kaunas“ (6,8 proc.), „Nemunu per Kauno miestą“ (9,1 proc.) ir „Netradicinis Kaunas“ (9,1 proc.). Nei vienas apklausos dalyvis nenurodė, kad yra išmėginę „Jiesos šlaito“ maršrutą pėsčiomis. Tarp atsakiusių pasitaikė pora žmonių, kurie paminėjo, kad yra dalyvavę miesto ture.

2.2.15. pav. Kokiais turistiniais maršrutais yra keliavę ar dalyvavę Turizmo informacijos centro organizuojamose ekskursijose

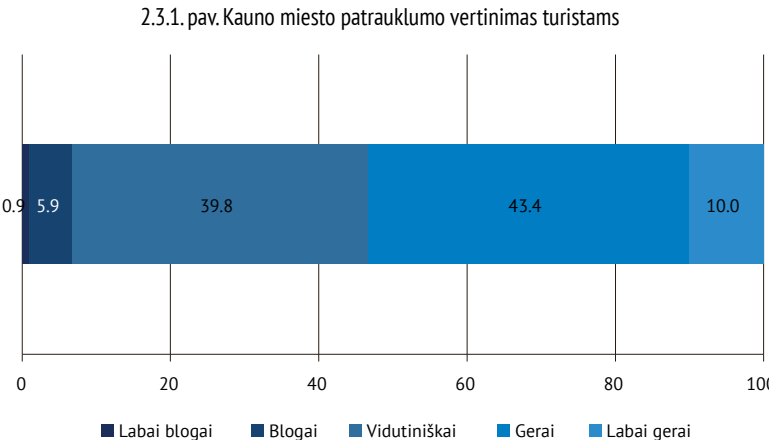


2.3. Kauno miesto infrastruktūros išvystymas bei turizmo paslaugų kokybė

Šioje ataskaitos dalyje nagrinėjama kaip apklausos dalyviai vertina Kauno miesto infrastruktūros išvystymą bei turizmo paslaugų kokybę.

Didžioji dauguma apklausos dalyvių (43,4 proc.) Kauno miesto patrauklumą turistams vertina gerai. Net 39,8 proc. pasisakė, kad miestas yra vidutiniškai patrauklus turistams. Labai gerai įvertino dešimtadalis turistų, blogai miestą mato 5,9 proc. atsakiusiųjų. Labai blogai Kauno patrauklumą vertino tik 0,9 proc. pasisakiusiųjų.

Kadangi vertinimus galima sužymėti skaičiais, kur 1 reiškia labai blogai, o 5– labai gerai, bendras Kauno miesto patrauklumas turistams atsakiusiųjų nuomone yra 3,56 balo.



Toliau nagrinėjama turistų nuomonė apie Kauno miesto turizmo vystymui svarbius lankytinus objektus. Apklaustiesiems reikėjo įvertinti lankytino objekto svarbumą Kauno miesto turizmo atžvilgiu. Jie galėjo rinktis tarp šių vertinimų (skliausteliuose pažymėta skaitinė vertinimų koduotė):

- Tikrai ne (1).
- Greičiau jau ne (2).
- Gal, sunku atsakyti (3).
- Greičiau jau taip (4).
- Tikrai taip (5).

Kauno Rotušei vystant Kauno miesto turizmą bendru vertinimu skirtas aukščiausias respondentų vertinimas – 4,63 balo. Po 4,59 taškus surinko senamiestis ir Kauno pilis. Taip pat vienas iš svarbesnių objektų laikomas Lietuvos liaudies buities muziejus Rumšiškėse, kuris surinko 4,5 balo. Kiti vystymui svarbūs lankytini objektai įvertinti tarp 4 ir 4,5 balo: Pažaislio kamaldulių vienuolyno ansamblis (4,49), Laisvės alėja (4,45), Nacionalinis M. K. Čiurlionio dailės muziejus (4,44), Vytauto Didžiojo karo muziejus (4,32), Kauno valstybinis muzikinis teatras (4,29), Kauno marių regioninis parkas (4,29), bažnyčios (4,29), Velnių muziejus (4,29), Kauno funikulieriai (4,28), gynybiniai fortai (4,25), VDU Kauno botanikos sodas (4,25), Vilniaus gatvė (4,2) Lietuvos zoologijos sodas (4,19), Perkūno namas (4,19), Kauno valstybinis dramos teatras (4,18), meno galerijos (4,17), Kauno Ažuolynas (4,07), Panemunės šilas (4). Šiek tiek mažiau bendro vertinimo sulaukė kiti teatrai (3,93) ir paminklai (3,9), tačiau apibendrinant matosi, kad visi minėti objektai vertinami kaip tikrai svarbūs ir svarbūs.

Analizuojant atskirai užsieniečių ir lietuvių vertinimus, pastebėta, kad lietuviai Kauno miesto turizmo vystymui svarbesniais laiko Lietuvos zoologijos sodą ir Kauno marių regioninį parką. Visų kitų svarbių objektų įtaka turizmo vystymui vertinama panašiai.

Pastebėta, kad bendras moterų ir vyrų vertinimas, kalbant apie minėtus vystymui svarbius objektus,

skiriasi. Moterys aukštesniais balais vertina šiuos svarbius objektus: Laisvės alėja, Vilniaus gatvė, Nacionalinis M. K. Čiurlionio dailės muziejus, Kauno funikulieriai, bažnyčios, Pažaislio kamadulių vienuolyno ansamblis, Kauno marių regioninis parkas, Panemunės šilas, Kauno valstybinis muzikinis teatras, Kauno valstybinis dramos bei kiti teatrai.

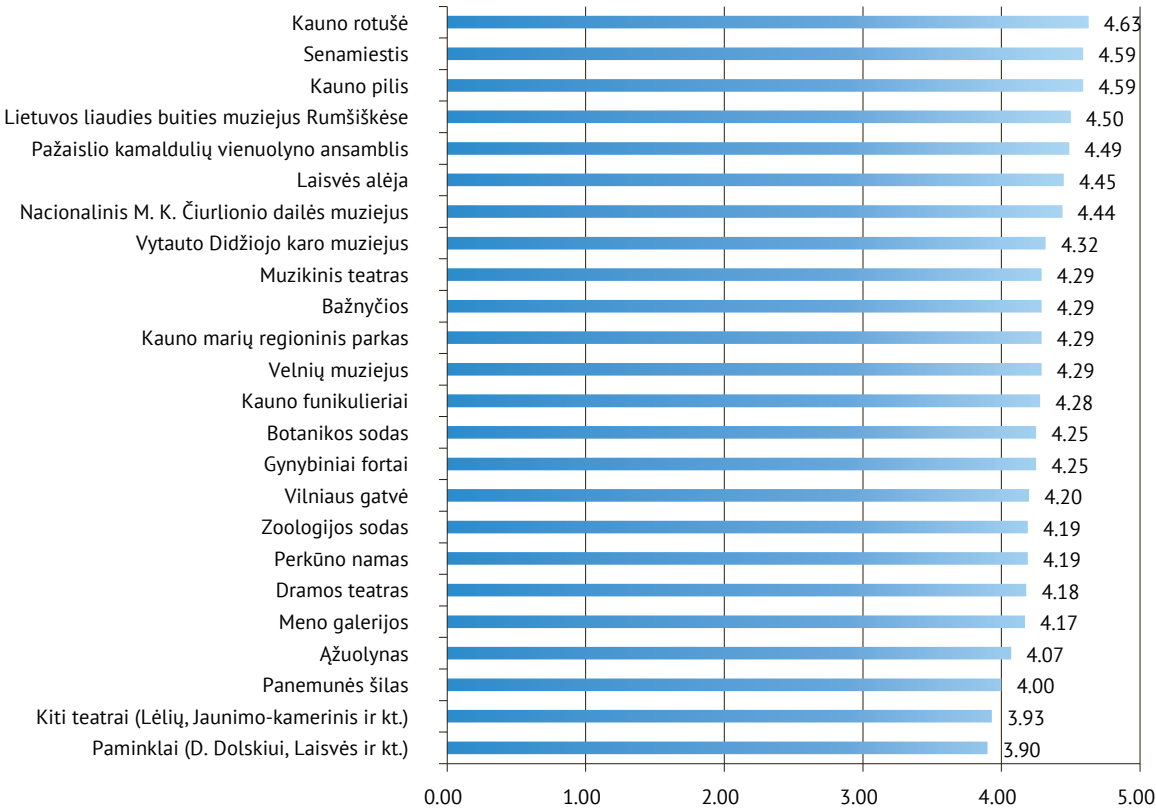
Lyginant atsakiusiųjų amžių išsiskyrė nuomonė dėl gynybinių fortų ir Kauno Ažuolyno. Palankiausiai šiuos objektus įvertino 56-65 metų amžiaus Kauno miesto svečiai skyrė 4,77 ir 4,75 balo. Tuo tarpu mažiausiu balų skaičium įvertino iki 18 metų jaunuoliai. Jie gynybiniams fortams skyrė 3,25 balo, o ažuolynui – 3,8 balo.

Pagal išsilavinimą aukštąjį neuniversitetinį diplomą turintys respondentai Kauno funikulierius vertino aukščiausiais balais palyginus su kitą išsilavinimą turinčiais apklaustaisiais. Visų kitų objektų svarbumas miesto turizmo vystymui vertintas panašiai, nepriklausomai nuo išsilavinimo.

Analizuojant objektų svarbumo vertinimą atsižvelgiant į gaunamas pajamas, išsiskyrė nuomonė ties šiais objektais: Kauno funikulieriai, gynybiniai fortai ir Lietuvos zoologijos sodas. Kauno funikulierius ir gynybinius fortus aukščiausiai vertino tie asmenys, kurių pajamos per mėnesį siekė 2501-3500 Lt. Zoologijos sodą labiausiai vertino 701-1501 Lt uždirbantys apklaustieji.

Kauno miesto svečiams pensininkams Velnių muziejus ir Kauno valstybinis muzikinis teatras yra svarbesni turizmo vystymuisi nei kitiems apklaustiesiems vertinant pagal užimtumą. Kauno funikulieriai aukščiausiai įvertinti tarnautojų.

2.3.2. pav. Kauno miesto turizmo vystymui svarbių lankytinų objektų vertinimas

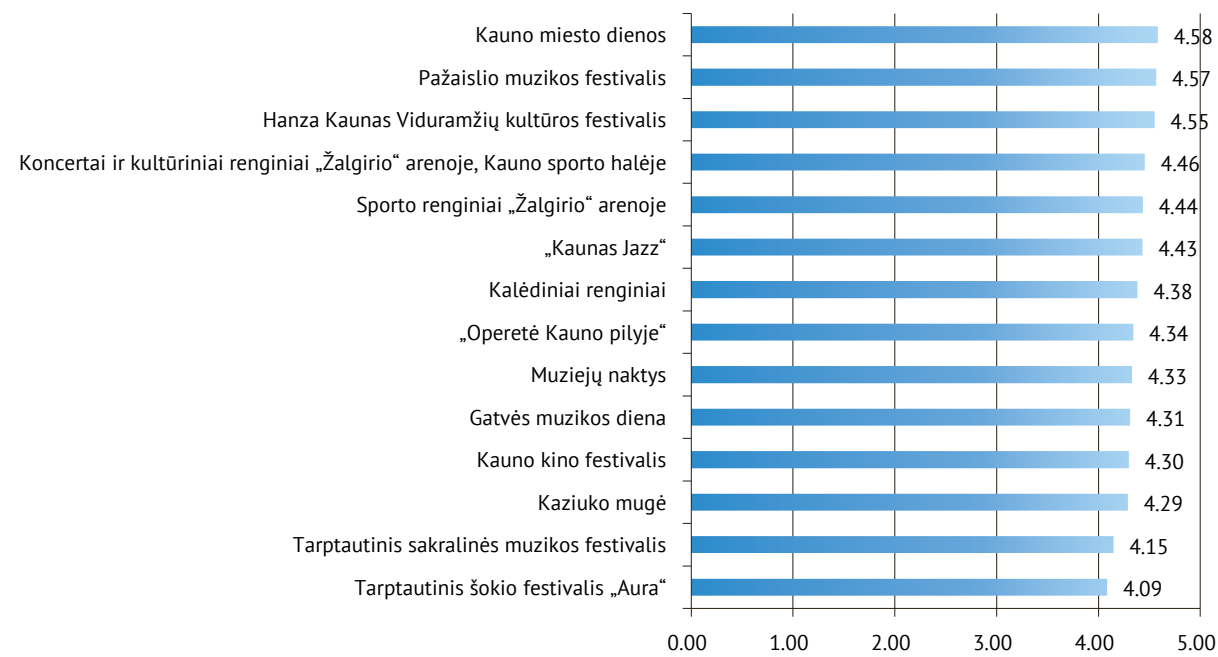


Visų atsakiusiųjų bendru vertinimu Kauno miesto turizmo vystymui svarbiausiais renginiais laikomi šie: Kauno miesto dienos (4,58), Pažaislio muzikos festivalis (4,57) bei Hanza Kaunas Viduramžių kultūros festivalis (4,55). Kiti renginiai irgi įvertinti labai aukštais balais, bet surinko mažiau nei po 4,5 balo. Koncertai ir kultūriniai renginiai „Žalgirio“ arenoje, Kauno sporto halėje (4,46), Sporto renginiai „Žalgirio“ arenoje (4,44),

„Kaunas Jazz“ (4,43), kalėdiniai renginiai (4,38), „Operetė Kauno pilyje“ (4,34), muziejų naktys (4,33), gatvės muzikos diena (4,31), Kauno kino festivalis (4,3), Kaziuko mugė (4,29), tarptautinis sakralinės muzikos festivalis (4,15), tarptautinis šokio festivalis „Aura“ (4,09).

Šį klausimą analizuojant pagal visus demografinius rodiklius vertinimai skyrėsi nežymiai, tačiau lietuviai aukštesniu balu įvertino koncertus ir kultūrinius renginius „Žalgirio“ arenoje, Kauno sporto halėje nei užsieniečiai. Moterys už vyrus svarbesniu laiko Pažaislio muzikos festivalį, o 56-65 metų amžiaus respondentai geriau nei kitų amžiaus grupių atstovai vertina tarptautinį šokio festivalį „Aura“ ir skyrė net 4,8 balo. Spec. vidurinį išsilavinimą turintys respondentai aukščiau nei kitus išsilavinimus įgiję apklaustieji vertino „Kaunas Jazz“, tarptautinį šokio festivalį „Aura“ bei kalėdinius renginius. Kalėdinius renginius tuo pačiu balu (4,33) įvertino ir aukštąjį neuniversitetinį išsilavinimą turintys Kauno miesto svečiai. 2501-3500 Lt per mėnesį uždirbantys apklaustieji aukščiausią įvertinimą (4,7) lyginant su kitas pajamas gaunančiaisiais skyrė „Kaunas Jazz“ renginiui. Tuo tarpu tarptautinį sakralinės muzikos festivalį geriausiai įvertino (4,35) 701-1500 Lt/mėn. pajamas generuojantys asmenys. Analizuojant respondentų Kauno miesto turizmo vystymui svarbių renginių vertinimus atsižvelgiant į svečių užimtumą „Kaunas Jazz“ renginys didžiausių balų susilaukė iš darbuotojų (4,58), o sakralinės muzikos festivalis – iš tarnautojų (4,43).

2.3.3. pav. Kauno miesto turizmo vystymui svarbūs renginiai



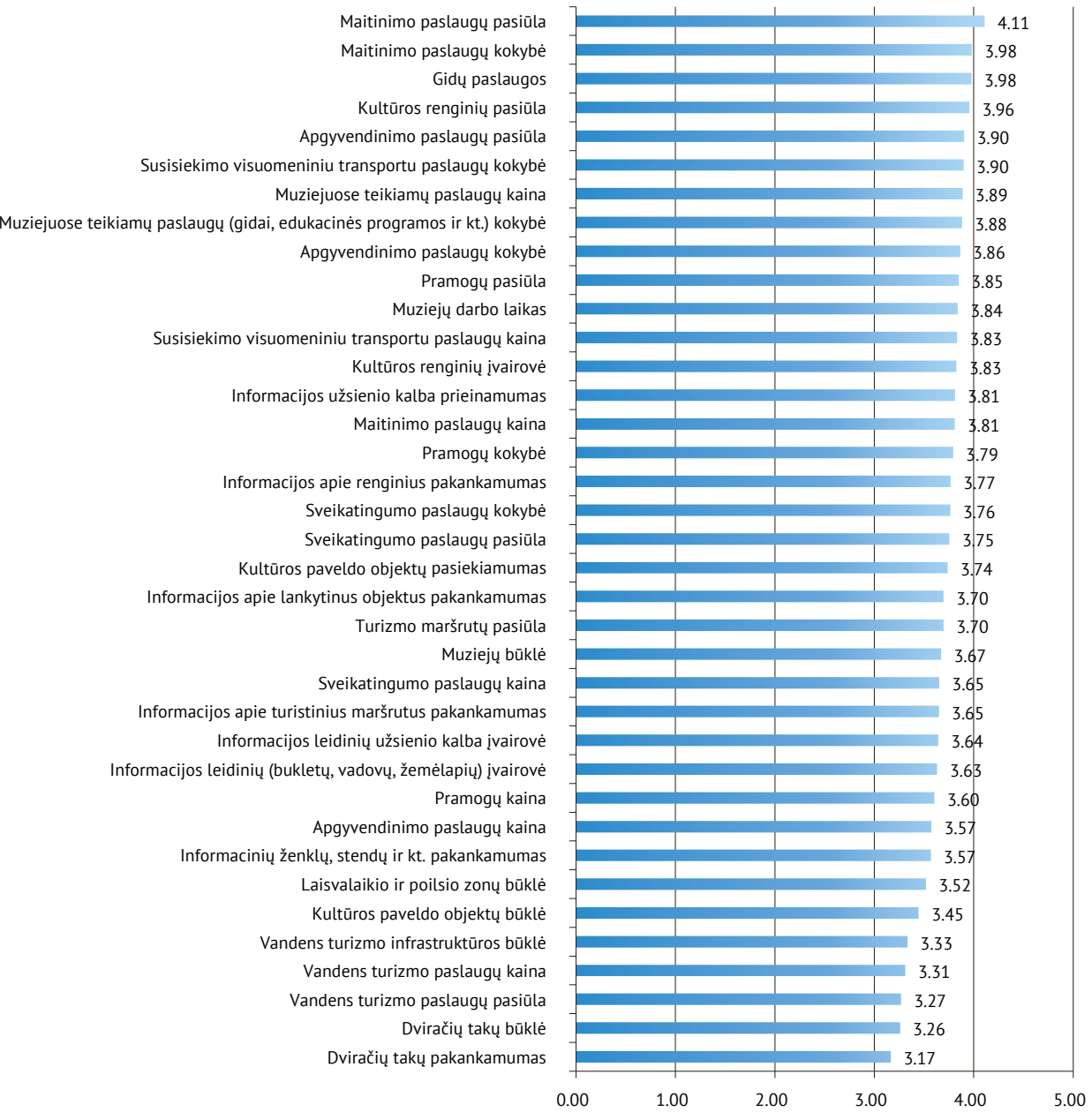
Kauno turistų klausta ar juos tenkina diagramoje išvardinti aspektai. Kaip ir aukščiau analizuotuose klausimuose jie galėjo rinktis vertinimus nuo tikrai ne (1) iki tikrai taip (5). Bendra atsakiusiųjų analizė parodė, kad geriausiai vertinama Kauno mieste esanti maitinimo paslaugų pasiūla. Jai skirta 4,1 balo. Visi kiti išvardinti aspektai vidutiniškai vertinti tarp gal, sunku atsakyti (3) bei greičiau jau taip (4). Į greičiau jau taip pusę linksta šie aspektai: maitinimo paslaugų kokybė (3,98), gidų paslaugos (3,98), kultūros renginių pasiūla (3,96), apgyvendinimo paslaugų pasiūla (3,9), susisiekimo visuomeniniu transportu paslaugų kokybė (3,9) ir t.t. Sekančių aspektų vidurkinis vertinimas žodine forma išreiškiamas kaip gal, sunku atsakyti: kultūros paveldo objektų būklė (3,45), vandens turizmo infrastruktūros būklė (3,33), vandens turizmo paslaugų kaina (3,31), vandens turizmo paslaugų pasiūla (3,27), dviračių takų būklė (3,26) ir dviračių takų pakankamumas (3,17).

Analizuojant išvardintų aspektų vertinimą atsižvelgus į demografinius rodiklius nustatyta, kad dauguma aspektų apie 0,5 balo yra geriau vertinami užsieniečių negu lietuvių. Šiems aspektams gyvenamoji

šalis neturėjo įtakos: maitinimo paslaugų pasiūla, maitinimo paslaugų kokybė, susisiekimo visuomeniniu transportu paslaugų kokybė, muziejuose teikiamų paslaugų kaina, muziejuose teikiamų paslaugų (gidai, edukacinės programos ir kt.) kokybė, muziejų darbo laikas, informacijos apie renginius pakankamumas, muziejų būklė.

56-65 metų amžiaus grupė lyginant su kitomis amžiaus grupėmis geriau įvertino kultūros renginių pasiūlą (4,6), kultūros renginių įvairovę (4,5) bei sveikatingumo paslaugų kainą (4,2). Jaunimas iki 18 metų aukštesnius vertinimus nei kiti skyrė apgyvendinimo paslaugų pasiūlai (4,33), apgyvendinimo paslaugų kokybei (4,33), informacijos apie lankytinus objektus pakankamumui (4,5), informacijos apie turistinius maršrutus pakankamumui (4,25), informacijos leidinių užsienio kalba įvairovei (4,75), informacijos leidinių (bukletų, vadovų, žemėlapių) įvairovei (maksimalus balas 5) bei apgyvendinimo paslaugų kainai (4,33).

2.3.4. pav. Išvardintų aspektų tenkinimo vertinimas



Išsiskyrė respondentų vertinimai atsižvelgiant į gaunamas pajamas per mėnesį ties dešimčia nagrinėtų aspektų. Aukščiausias įvertinimas iš 701-1500 Lt atlygio gaunančiųjų teko informacijos apie renginius (4,15) ir informacijos apie turistinius maršrutus (3,98) pakankamumui. 2501-3500 Lt per mėnesį gaunantys geriau už kitus įvertino apgyvendinimo paslaugų pasiūlą (4,26), informacijos apie lankytinus objektus pakankamumą (4,12), informacijos leidinių (bukletų, vadovų, žemėlapių) įvairovę (3,95) ir apgyvendinimo paslaugų kainą (4,1). Kauno miesto svečiai generuojantys daugiau nei 3500 Lt mėnesines įplaukas aukščiausiais balais lyginant su kitais respondентаis įvertino apgyvendinimo paslaugų kokybę (4,31), pramogų kokybę (4,2) bei po 4,08 balo skyrė sveikatingumo paslaugų kainai ir pramogų kainai.

Išnagrinėję paskutinį demografinį rodiklį – užimtumą, pastebėta, kad bedarbiai skyrė aukščiausius vertinimus lyginant su kitais respondентаis šiems aspektams: apgyvendinimo paslaugų pasiūla (4,38), apgyvendinimo paslaugų kokybė (4,5), maitinimo paslaugų kaina (4,63), informacijos apie renginius pakankamumas (4,5), sveikatingumo paslaugų pasiūla (4,4), informacijos apie lankytinus objektus pakankamumas (5), turizmo maršrutų pasiūla (4,5), sveikatingumo paslaugų kaina (4,4), informacijos apie turistinius maršrutus pakankamumas (4,33), pramogų kaina (4,17), apgyvendinimo paslaugų kaina (4,13), vandens turizmo infrastruktūros būklė (5), vandens turizmo paslaugų kaina (4,33), vandens turizmo paslaugų pasiūla (5), dviračių takų pakankamumas (4,5). Informacijos leidinių (bukletų, vadovų, žemėlapių) įvairovę tarp atsakiusių geriausiai vertino pensininkai (3,88).

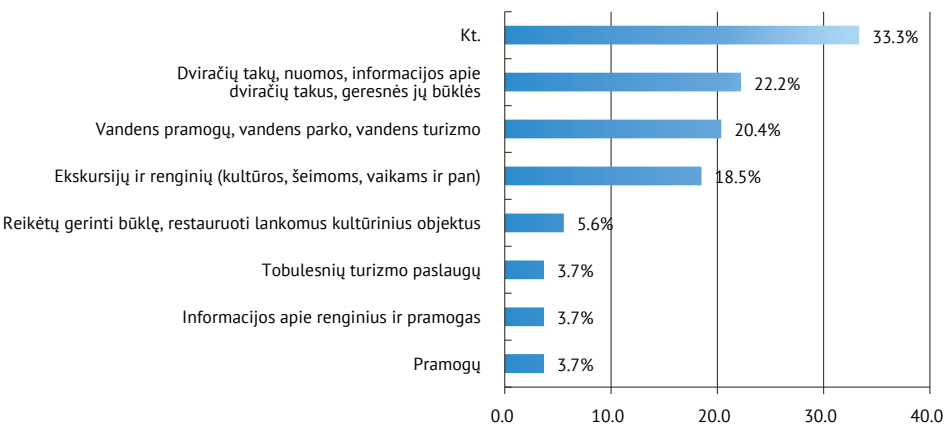
Į atvirą klausimą, kokių turizmo paslaugų trūksta Kauno mieste, pasisakė 54 apklausos dalyviai. Kai kurie jų minėjo po kelias trūkstamas paslaugas, kiti išsakė savo nuomonę apie esamas paslaugas, dar kiti pateikė tam tikrus pasiūlymus, aprašė norimas įgyvendinti svajones. Iš atsakiusių galima nustatyti tam tikrų paslaugų siūlymo tendencijas, tad diagramoje yra pateikiami vienodas paslaugas paminėjusių respondentų procentiniai dydžiai.

Daugiausia pastabų, siūlymų ir trūkumų išsakyta dėl dviračių takų. Net 22,2 proc. atsakiusių norėtų didesnės dviračių takų pasiūlos, geresnės jų kokybės ir prieinamesnės informacijos apie dviračių takų Kauno mieste maršrutus. Penktadaliui (20,4 proc.) respondentų Kauno mieste trūksta vandens paslaugų. Pasitaikė siūlymų įrengti vandens pramogų parką, didinti vandeniu siūlomų ekskursijų skaičių, plėsti maršrutų pasiūlą, plėtoti vandens turizmą. Taip pat nemaža dalis (18,5 proc.) atsakinėjusių į šį klausimą norėtų daugiau ekskursijų ir renginių. Keli iš jų pasisakė norintys, kad įvairūs renginiai vyktų ne tik savaitgaliais, bet ir darbo dienomis. Taip pat kaip trūkumas paminėta renginių vaikams, šeimoms stoka. 5,6 proc. anketos pildytojų išsakė nuomonę apie tai, kad pramogų Kaune pakanka, bet reikėtų gerinti esamų objektų būklę. Paminėtas ir bendras Kauno miesto įvaizdžio gerinimas, gatvių tvarkymas. Po 3,7 proc. surinko šios sritys: pramogos, informacija apie renginius ir pramogas, tobulesnės turizmo paslaugos.

33,3 proc. turistų paminėjo kitas trūkstamas paslaugas. Siūlymų įvairovė pateikiama lentelėje.

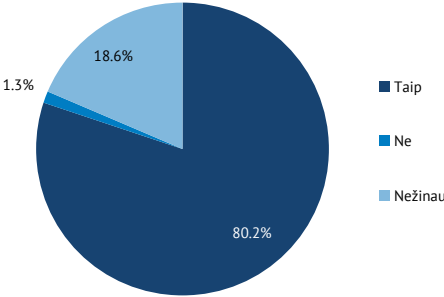
Kt. atsakymai:
Turisto paso, kortelės...nebrangių viešbučių...kažko įspūdingo (kaip Versalio rūmai)...kad Kaune būtų vežama rikšomis per didelį vaismedžių sodą į gražų "grojančių" fontanų parką...pasisėdėjimo vietų, poilsio zonų...netradicinės orientacijos žmonėms susibūrimo vietų...naktinio transporto...autentiškų vietų, specializuotų maitinimo vietų, gurmaniškų krautuvių...laikrodžio bokšto miesto centre...švaresnio, tvarkingesnio miesto vaizdo...nuolaidų ir renginių pensininkams...nuotykių ir atrakcionų parko...kultūrinio paveldo įtraukimo...kokybiškų SPA paslaugų...sporto turizmo...aktyvios veiklos...meno galerijų...informacijos centrų...tvarkingų kelių...

2.3.5. pav. Apklaustųjų nuomonė ir siūlymai dėl trūkstamų turizmo paslaugų Kauno mieste



Didžioji dalis (80,2 proc.) Kaune viešinčių turistų pažymėjo, kad norėtų dar kartą apsilankyti Kaune per artimiausius 5 metus. 18,6 proc. respondentų nežino ar norės sugrįžti į laikinąją sostinę artimiausiu metu. Tuo tarpu 1,3 proc. svečių tvirtai paneigė norintys aplankyti Kauną ateinančių penkerių metų laikotarpiu.

2.3.6. pav. Ar norėtų dar kartą apsilankyti Kauno mieste per artimiausius 5 metus?



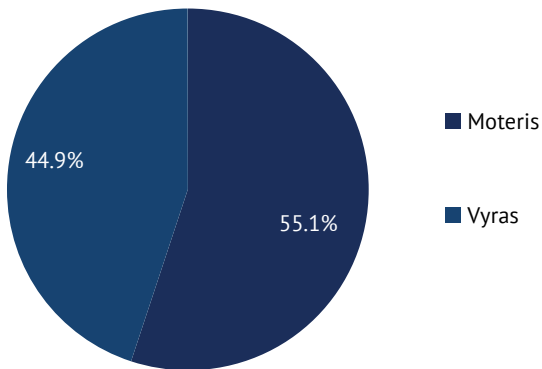
3. VERSLININKŲ APKLAUSOS REZULTATAI

Atliktu Kauno miesto turizmo tyrimu siekta nustatyti Kauno miesto turizmo produktų ir paslaugų poreikį, išsiaiškinti verslininkų lūkesčius. Remiantis verslininkų patirtimi, šioje ataskaitoje bus apžvelgta esama turizmo situacija Kauno mieste bei pokyčių perspektyvos.

3.1. Respondentų demografinės charakteristikos

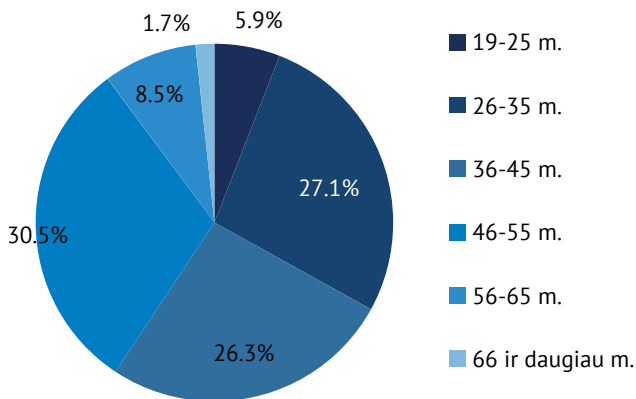
Pirmiausia apžvelgiamos esminės respondentų demografinės charakteristikos. Apklausoje dalyvavo 118 verslininkų. Respondentų pasiskirstymas lyties atžvilgiu gana tolygus. Moteriškos lyties atstovės aktyvumu apklausoje (55,1 proc.) nežymiai pralenkė vyrus (44,9 proc.).

3.1.1. pav. Respondentų pasiskirstymas pagal lytį



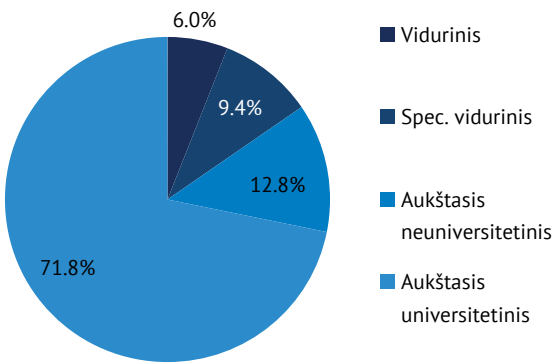
Trečdalis apklausos dalyvių (30,5 proc.) yra 46-55 metų amžiaus. Taip pat aktyviai tyrime dalyvavo 26-35 m. (27,1 proc.) bei 36-45 m. (26,3 proc.) amžiaus grupių atstovai. 56-65m. apklaustieji sudaro tik 8,5 proc. visų respondentų, o jauniausieji 19-25 m. amžiaus ir vyriausieji – daugiau nei 66 m. amžiaus – tiriamieji nesudaro net dešimtadalio respondentų kartu sudėjus. Verta pažymėti, jog toks respondentų pasiskirstymas pagal amžių gana teisingai atspindi Lietuvos darbo rinkos užimtumo tendencijas.

3.1.2. pav. Respondentų pasiskirstymas pagal amžių



Didžioji dauguma verslininkų (net 71,8 proc.) yra įgiję aukštąjį universitetinį išsilavinimą. Kitų išsilavinimo kategorijų atstovai sudaro mažiau nei trečdalį visų respondentų. Aukštąjį neuniversitetinį išsilavinimą turi 13 proc. respondentų, spec. vidurinį – 9,4 proc., o vidurinį išsilavinimą nurodė turintys vos 6 proc. tiriamųjų.

3.1.3. pav. Respondentų pasiskirstymas pagal išsilavinimą

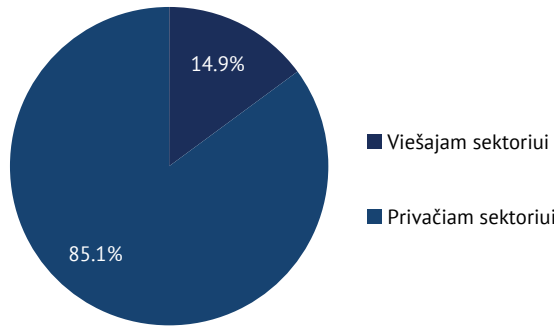


3.2. Verslo aplinka

Trumpai apžvelgę demografines charakteristikas toliau ataskaitoje pateiksime Kauno miesto turizmo verslo aplinkos tendencijas.

Didžioji dauguma (85,1 proc.) apklaustųjų nurodė, jog jų organizacija atstovauja privačiam sektoriui ir mažiau nei penktadalis (14,9 proc.) respondentų įvardijo savo organizaciją kaip priklausančią viešajam sektoriui. Norėdami patikrinti ryšį tarp atstovaujamo sektoriaus ir organizacijos veiklos, kėlėme hipotezę, jog ryšio tarp šių kintamųjų nėra. Išanalizavus duomenis, hipotezę teko patvirtinti, statistiškai reikšmingo priklausomumo tarp šių kategorijų nėra.

3.2.1. pav. Organizacijos pagal priklausymą viešajam/ privačiam sektoriui



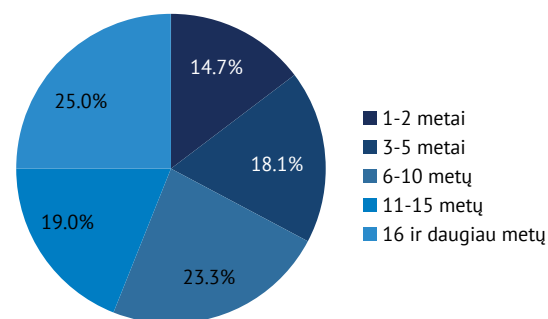
Kaip matome 2.2. pav. stulpelinėje diagramoje iš tyrime dalyvavusių organizacijų beveik pusė (44,9 proc.) nurodė, jog teikia maitinimo paslaugas. Verta pastebėti, jog respondentai galėjo pažymėti ne vieną veiklos sritį, bet kelias, todėl maitinimo paslauga nebūtinai yra pagrindinė organizacijos veikla. Penktadalis tyrime dalyvavusių įmonių teikia pramogų (20,3 proc.) bei renginių organizavimo paslaugas (18,6 proc.). 16,1 proc. respondentų nurodė, jog jų organizacija užsiima kelionių agentūrų veikla, 15,3 proc. teikia apgyvendinimo paslaugas, 14,4 proc. - konferencijų organizavimo paslaugas. Dešimtadalis (10,2 proc.) tiriamų įmonių organizuoja ekskursijas, užsiima transporto nuoma arba teikia keleivių vežimo paslaugas. Procentaliai šiek tiek mažiau (7,6 proc.) įmonių vykdo prekybą suvenyrais ir meno dirbiniais. Turistų informavimo paslaugos (3,4 proc.), vandens turizmo paslaugos (2,5 proc.) ir sveikatinimo paslaugos (2,5 proc.) tyrimo duomenimis yra mažiausiai populiarios tarp respondentų užsiimančių veikla, susijusia su turizmu. 8 tyrime dalyvavę respondentai įvardijo tokias veiklas kaip statyba, vertimai, klientų aptarnavimas, grožio paslaugos, gamyba, inovacijų vystymas, sporto aprangų gamyba, kaip kitas jų įmonės atliekamas paslaugas.

3.2.2. pav. Organizacijų atliekamos veiklos



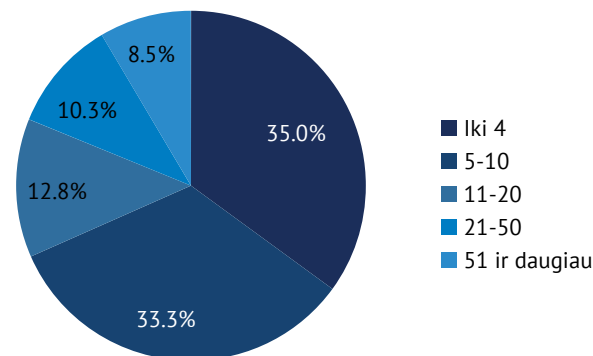
Pasiskirstymas pagal verslo patirtį gana tolydus. Daugiausia – ketvirtadalis – respondentų nurodė turintys ilgalaikę patirtį, siekiančią daugiau nei 16 metų. Taip pat beveik ketvirtadalis (23,3 proc.) verslininkų nurodė, turintys 6-10 patirtį šiame versle. 19 proc. respondentų turi 11-15 metų patirtį, o 18,1 proc. – 3-5 metų patirtį. Procentaliai mažiausiai (14,7 proc.) respondentų dirba 1-2 metus dabartiniame versle. Iš gautų duomenų matome, jog Kauno turizmo verslo aplinka yra sudaryta iš pakankamai didelę patirtį turinčių įmonių.

3.2.3. pav. Kiek metų dirbate dabartiniame versle?



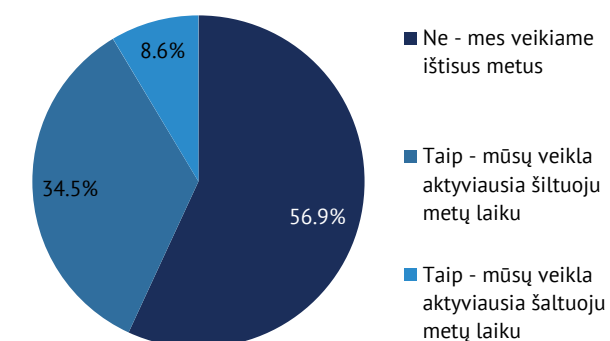
Analizuojant turimus duomenis taip pat matome, jog didžioji dalis (net 35 proc.) tiriamųjų vadovauja nedidelėms įmonėms, kuriose dirba ne daugiau 4 darbuotojų. Trečdalyje tiriamų įmonių dirba nuo 5 iki 10 darbuotojų. Daug mažiau – 12,8 proc. respondentų nurodė, jog jų įmonėje dirba 11-20 darbuotojų, 10,3 proc. nurodė, turintys 21-50 darbuotojų. Mažiau nei dešimtadalis (8,5 proc.) tyrime dalyvavusių įmonių turi 51 ir daugiau darbuotojų.

3.2.4. pav. Kiek darbuotojų dirba Jūsų įmonėje?



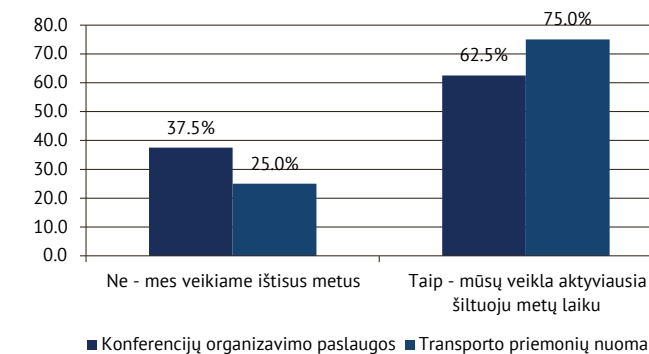
Remiantis duomenimis apie sezoniškumo įtaką turizmo verslo organizacijų veiklai, verta pastebėti, kad daugiau nei 40 proc. respondentų nurodė jaučiantys šio rodiklio įtaką savo versle. 34,5 proc. tiriamųjų atsakė, jog jų veikla yra aktyviausia šiltuoju metų laiku, o 8,6 proc. – šaltuoju metų sezonu. Nors sezoniškumo įtakos nebuvimą įvardijo daugiau nei pusė (56,9 proc.) respondentų, visgi sezoniškumas yra didelė problema įmonėse, kurių teikiamomis paslaugomis naudojasi turistai.

3.2.5. pav. Ar Jūsų veiklai turi įtakos sezoniškumas?



Norėdami sužinoti, ar yra priklausomybė tarp veiklos sezoniškumo ir organizacijos veiklos pobūdžio, kėlėme hipotezę, kad priklausomumo nėra ir dauguma atvejų hipotezę teko patvirtinti. Tačiau visgi išaiškėjo dvi veiklų kategorijos: konferencijų organizacijų paslaugos (imtis: 16 įmonių) bei transporto priemonių nuoma (imtis: 12 įmonių), kurioms sezoniškumas statistiškai reikšmingai daro įtaką. Dauguma įmonių, atliekančių šias veiklas, jaučia vartojimo pagyvėjimą šiltuoju metų laiku (62,5 proc. konferencijų organizavimo paslaugas teikiančių įmonių ir 75 proc. transporto priemonių nuomos paslaugas teikiančių įmonių vadovų nurodė, jog jų veikla aktyviausia šiltuoju metų periodu). 37,5 proc. konferencijų organizavimu bei 25 proc. transporto priemonių nuoma užsiimančių tiriamų įmonių užsiima šiuo verslu visus metus.

3.2.6. pav. Veiklos sezoniškumas ir organizacijos veikla (proc. skaičiuojamas nuo organizacijos veiklos)

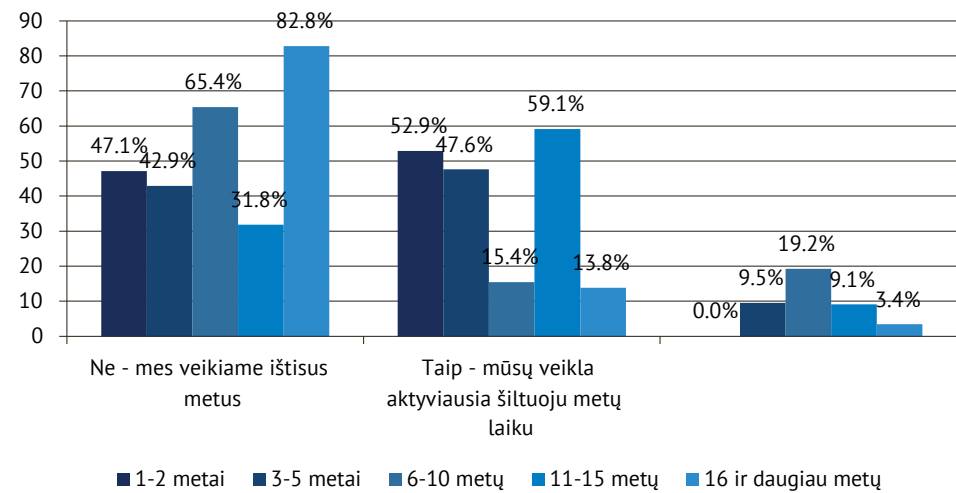


Patikrinę hipotezę, ar yra priklausomybė tarp veiklos sezoniškumo ir įmonės gyvavimo laikotarpio, nustatėme, jog egzistuoja ne itin stipri, tačiau statistiškai reikšminga koreliacija tarp šių kintamųjų.

Analizuojant surinktus duomenis (žr. 2.6. pav.) matome, kad sezoniškumo įtaka juntama trumpai gyvuojančiose įmonėse, o ilgą patirtį turinčios organizacijos vienodai dirba ištisus metus. 82,8 proc. Respondentų, kurių įmonė dirba 16 ir daugiau metų, nurodė, jog aktyviai dirba visus metus, nepaisant sezono. Tik 13,8 proc. ilgą amžių įmonių vadovų nurodė, jog jų veikla aktyviausia šiltuoju metų laiku. Daugiau nei pusė (59,1 proc.) taip pat didelę, 11-15 metų, patirtį turinčios įmonės nurodė, aktyviausiai dirbantys šiltuoju metų periodu. Beveik trečdalis (31,8 proc.) šios grupės įmonių vykdo veiklą ištisus metus. Dauguma (65,4 proc.) vidutinio amžiaus, 6-10 metų, įmonių veiklą vykdo ištisus metus. 19,2 proc. nurodė aktyviausiai dirbantys šaltuoju metų laiku ir tik 15,4 proc. aktyviausiai veiklą vykdo šiltuoju sezonu. Tuo tarpu daugiau nei pusė (52,9 proc.) jauniausių, 1-2 metų amžiaus, įmonių aktyviausiai veiklą vykdo šiltuoju metų sezonu. 47,1 proc. jaunų įmonių vykdo veiklą ištisus metus ir nei viena šios amžiaus grupės įmonė nevykdo veiklos šaltuoju metų

sezonu. Daugiausia įmonių (47,6 proc.), turinčių 3-5 metų patirtį, orientuoja savo veiklą į šiltąjį sezoną. 42,9 proc. įmonių aktyviai dirba ištisus metus, o 9,5 proc. respondentų nurodė, kad jų įmonė aktyviausia šaltuoju metų sezonu.

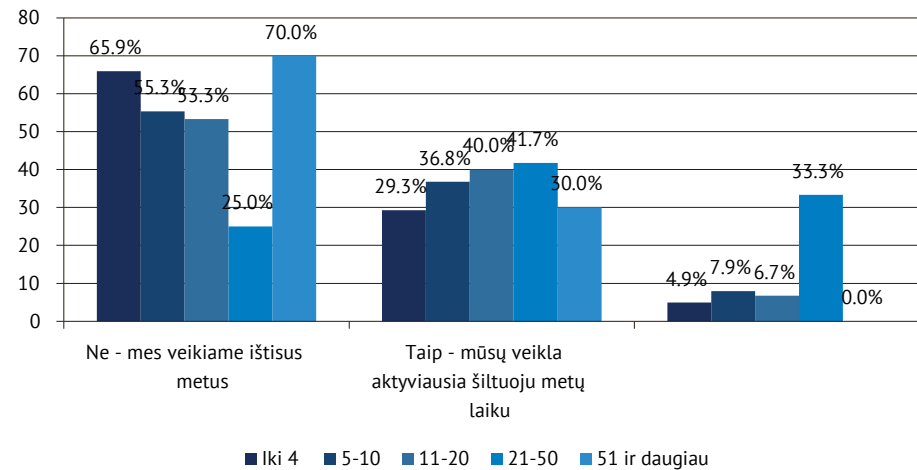
3.2.7. pav. Ar Jūsų veiklai turi įtakos sezoniškumas ir kiek metų dirbate dabartiniame versle? (proc. skaičiuojamas nuo darbo metų skaičiaus versle (n=17, n=21, n=26, n=22, n=29))



Patikrinus ryšį tarp sezoniškumo įtakos įmonėms ir darbuotojų įmonėje skaičiaus, gavome, kad šie du kintamieji turi statistiškai reikšmingą tarpusavio priklausomybę.

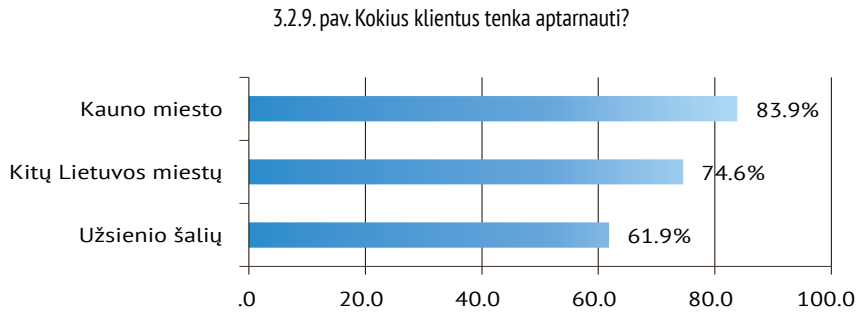
Analizuojant surinktus duomenis, matome, kad didžioji dauguma (70 proc.) didelių įmonių, turinčių 51 ir daugiau darbuotojų, savo veiklą aktyviai vykdo ištisus metus. 41,7 proc. respondentų, kurių įmonėse dirba 21-50 darbuotojų nurodė, jog aktyviausiai įmonė savo veiklą vykdo šiltuoju metų periodu. Trečdalis šios aprašomos kategorijos įmonių aktyviausiai veikia šaltuoju metų laiku ir tik 25 proc. įmonių vykdo aktyvią veiklą ištisus metus. Didžioji dauguma (65,95) pačių mažiausių įmonių, turinčių ne daugiau 4 darbuotojų, veiklą aktyviai vykdo ištisus metus.

3.2.8. pav. Ar Jūsų veiklai turi įtakos sezoniškumas ir kiek darbuotojų dirba Jūsų įmonėje? (proc. skaičiuojamas nuo darbuotojų skaičiaus įmonėje)



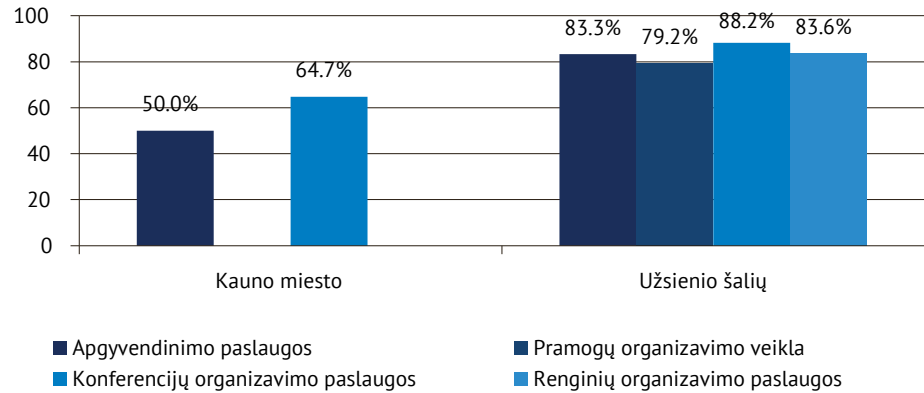
Pažymėtina, jog nors procentaliai labiausiai aktyvios ištisus metus yra įmonės, turinčios daugiau nei 50 darbuotojų, tokių duomenų negalime laikyti tendencija, nes tyrime dalyvavusių didelių įmonių imtis nėra didelė ir nėra statistiškai reikšminga. Tuo tarpu galime teigti, kad įmonės, turinčios mažiau darbuotojų, yra linkusios dirbti ištisus metus, sezoniškumas nedaro joms tokios didelės įtakos.

Kalbant apie klientus, kuriuos tenka aptarnauti verslo įmonėms Kaune, verta pastebėti, jog įmonės susiduria tiek su vietiniais, tiek su užsienio turistais. Ne toks jau mažas, tačiau mažiausias respondentų procentas (61,9 proc.) nurodė, jog jų vadovaujamoms įmonėms tenka aptarnauti užsienio šalių turistus. 83,9 proc. respondentų teigė, aptarnaujantys vietinius - Kauno miesto gyventojus, o 74,6 proc. tiriamųjų nurodė, jog susiduria su klientais iš kitų Lietuvos miestų.



Siekdami sužinoti, ar yra ryšys tarp aptarnaujamų klientų tipo ir organizacijos veiklos pobūdžio, kėlėme hipotezę, kad priklausomumo tarp šių dviejų kintamųjų nėra. Keliais atvejais hipotezę teko atmesti ir laikyti šiuos du kintamuosius tarpusavyje nors ir ne stipriai, bet statistiškai reikšmingai priklausomus. Tarp turistų atvykusių iš kitų Lietuvos miestų ir organizacijos veiklos koreliacijos neatradome.

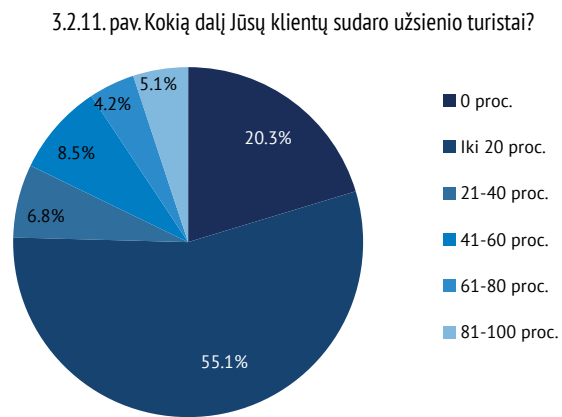
3.2.10. pav. Kokius klientus tenka aptarnauti ir kokia jūsų organizacijos veikla? (proc. skaičiuojamas nuo organizacijos veiklos)



Iš tyrimo duomenų matome, jog daugeliui įmonių tenka aptarnauti tiek vietinius turistus, tiek keliautojus iš kitų šalių. Didžioji dalis (88,2 proc.) įmonių, siūlančių renginių organizavimo paslaugas, sulaukia užsienio turistų dėmesio. 64,7 proc. tokias paslaugas siūlančių įmonių vadovai nurodė, kad joms tenka aptarnauti ir vietinius gyventojus. Taip pat net 83,6 proc. įmonių, organizuojančių renginius ir 79,2 proc. pramogas organizuojančių įmonių, nurodė aptarnaujančios turistus iš užsienio šalių, tačiau nei viena įmonė nenurodė, jog jai tenka aptarnauti Kauno miesto gyventojus. Didžioji dauguma (83,3 proc.) įmonių, teikiančių apgyvendinimo paslaugas nurodė, kad jie nuolatos aptarnauja užsienio turistus, ir net pusė respondentų nurodė, jog jiems tenka aptarnauti ir Kauno miesto gyventojus. Verta pastebėti, kad dauguma įmonių, teikiančių apgyvendinimo paslaugas, taip pat teikia ir kitas paslaugas.

Analizuojant tyrimo duomenis apie užsienio turistų srautus įmonėse, aiškiai matome (žr. 2.10. pav.), jog užsienio turistai sudaro ypatingai mažą klientų dalį Kauno miesto organizacijose. 20,3 proc. verslininkų išvis neatsakė į šį klausimą, o tai reiškia, jog net penktadaliui respondentų netenka aptarnauti užsienio klientų. Šiek tiek daugiau nei pusė verslo atstovų (55,1 proc.) nurodė, jog užsienio turistai sudaro iki 20 proc. visų jų klientų. Verta pastebėti, jog mažiau nei trečdalis visų tiriamųjų įmonių nurodė, kad užsienio turistai sudaro daugiau nei penktadalį visų klientų (6,8 proc. įmonių atstovų atsakė, kad užsienio turistai sudaro 21-40 proc. visų klientų, 8,5 proc. respondentų nurodė, jog tarptautiniai turistai sudaro 41-60 proc. jų klientūros). 61-80 proc. užsienio turistų dalį nurodė 4,2 proc. repondentų. Užsieniečius kaip pagrindinius klientus (81-100 proc.)

nurodė vos 5,1 proc. visų respondentų.



Remiantis tyrimo duomenimis, nustatėme, kad yra statistiškai reikšminga koreliacija tarp kintamojo, nusakančio, kokią dalį klientų sudaro užsienio turistai ir tarp kai kurių organizacijos veiklos pobūdžio kintamųjų: būtent tarp ekskursijų organizavimo (imtis: 12 įmonių), apgyvendinimo paslaugų (imtis: 18 įmonių), konferencijų organizavimo paslaugas teikiančių (imtis: 12 įmonių) ir įmonių, vykdančių prekybą suvenyrais ir meno dirbiniais (imtis: 12 įmonių).

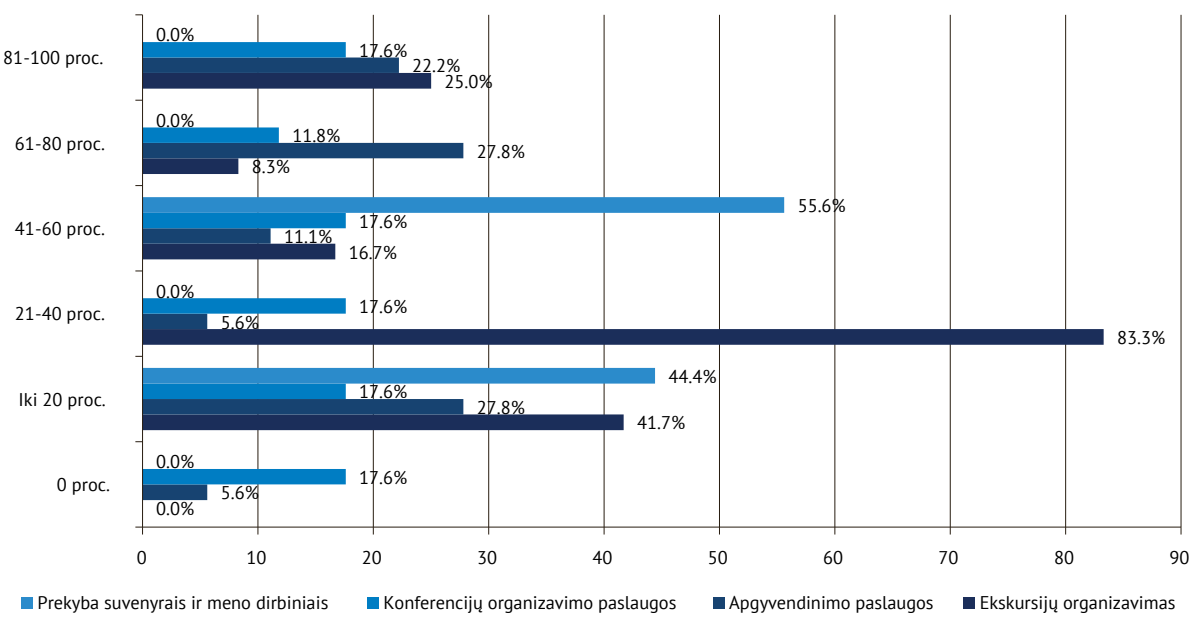
Kaip matome iš tyrimo rezultatų (žr. 2.11. pav.), daugiau nei pusė (55,6 proc.) suvenyrais ir meno dirbiniais prekiaujančių respondentų nurodė, jog užsienio turistai sudaro 41- 60 proc. jų klientų. 44,4 proc. respondentų pažymėjo, jog jų įmonės lankytojų dalį sudaro ne daugiau 20 proc. užsienio turistų. Tačiau visos šios srities įmonės sulaukia mažesnio ar didesnio užsienio lankytojų dėmesio.

Taip pat visos tyrime dalyvavusios ekskursijas organizuojančios kompanijos nurodė sulaukiančios užsienio turistų. Beveik pusė (44,4 proc.) respondentų nurodė, jog lankytojai iš užsienio šalių sudaro ne daugiau 20 proc. visų jų klientų. Ketvirtadalis verslininkų įvardijo užsienio turistus kaip dažniausią 81-100 proc. jų klientų dalį. 16,7 proc. respondentų nurodė, kad užsienio lankytojai sudaro 41-60 proc. jų klientūros, o mažiau nei dešimtadalis (8,3 proc.) pažymėjo, jog jų įmonė sulaukia 41-60 proc. užsienio turistų, tiek pat respondentų nurodė, jog užsienio lankytojai sudaro 21-40 proc. jų klientų

Apgyvendinimo paslaugas siūlančios įmonės sulaukia daugiau tarptautinių turistų dėmesio. Pusė tyrime dalyvavusių įmonių nurodė, jog užsienio lankytojai sudaro daugiau nei 60 proc. visų jų lankytojų. 11,1 proc. respondentų pažymėjo, kad užsienio turistai sudaro 41-60 proc. jų klientų; 5,6 proc. respondentų įvardijo sulaukiantys 21-40 proc. užsienio turistų. Taip pat gana didelis įmonių skaičius (27,8 proc.) nurodė, jog užsienio turistai sudaro ne daugiau 20 proc. visų klientų.

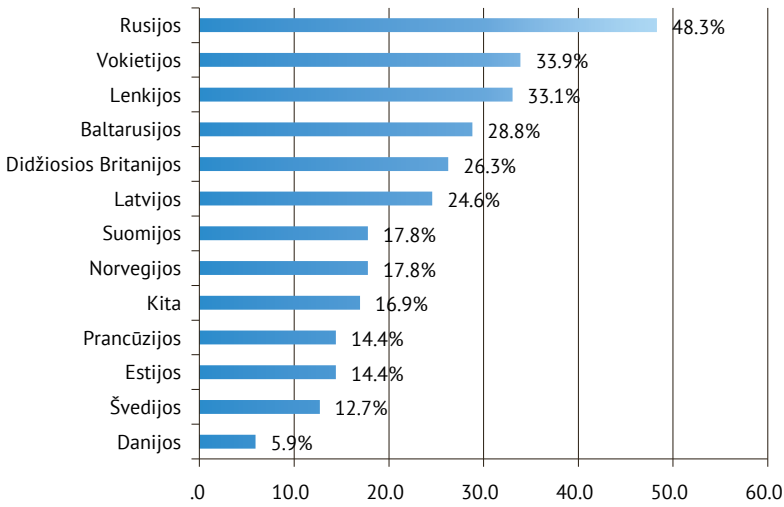
Konferencijas organizuojančios įmonės taip pat nesulaukia didelio užsieniečių dėmesio. Trečdalis įmonių arba išvis nesulaukia užsienio turistų, arba jie sudaro ne daugiau 20 proc. visų jų klientų. Taip pat kitas trečdalis konferencijas organizuojančių verslininkų nurodė, jog jų klientūrą sudaro šiek tiek daugiau - 21-60 proc. užsienio turistų. 17,6 proc. respondentų pažymėjo, jog tarptautiniai turistai sudaro 80-100 proc. jų klientų. 11,8 proc. įmonių įvardijo užsienio turistus kaip 61-80 proc. jų klientų auditorijos.

3.2.12. pav. Kokią dalį Jūsų klientų sudaro užsienio turistai ir kokia Jūsų veikla? (proc. skaičiuojamas nuo organizacijos veiklos)



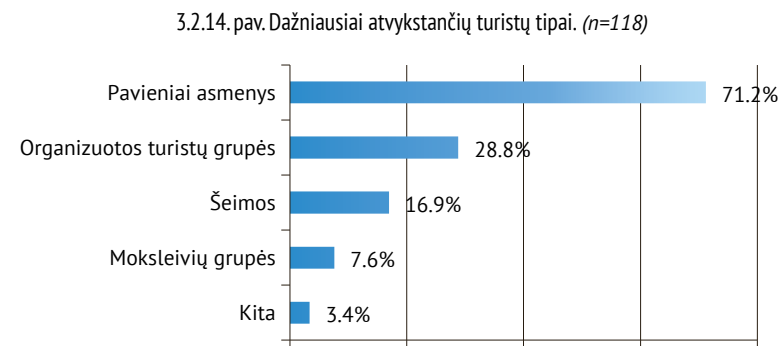
Kalbant apie turistų iš užsienio šalių tautybes, aiškiai pastebima, jog dominuoja turistai iš Rusijos (net 48,3 proc. įmonių atstovų nurodė, jog sulaukia klientų iš Rusijos). 33,9 proc. tyrime dalyvavusių Kauno verslo atstovų atsakė, kad jiems tenka aptarnauti turistus iš Vokietijos, taip pat nemaža dalis verslininkų nurodė, kad aptarnauja turistus iš kaimyninių šalių. Trečdaliui (33,1 proc.) respondentų tenka aptarnauti turistus iš Lenkijos, 28,8 proc. – iš Baltarusijos, 24,6 proc. - iš Latvijos. Ketvirtadalis (26,3 proc.) įmonių atstovų teigė, aptarnaujantys klientus iš Didžiosios Britanijos. Nemažai įmonių (17,8 proc.) respondentų nurodė, sulaukiantys turistų iš Norvegijos bei Suomijos. Šiek tiek mažiau įmonių atstovų teigė, jog aptarnauja turistus iš Prancūzijos (14,4 proc.), Estijos (14,4 proc.), Švedijos (12,7 proc.) ir Danijos (5,9 proc.). 20 respondentų įvardijo, sulaukiantys turistų iš tokių šalių kaip Ispanija, Italija, Olandija, Airija, Brazilija, JAV, Vengrija, Kinija, Japonija; taip pat iš NVS bei musulmoniškų šalių.

3.2.13. pav. Kokių užsienio šalių turistus tenka aptarnauti Kauno mieste?

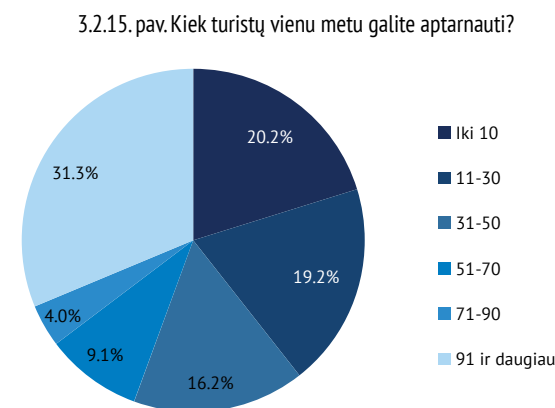


Iš gautų duomenų apie atvykstančių turistų tipus matome, kad didžioji dauguma atvykstančių turistų yra pavieniai asmenys (net 71,2 proc. respondentų nurodė šį turistų tipą). Beveik trečdalis (28,8 proc.) tiriamųjų nurodė organizuotas turistų grupes kaip dažniausiai atvykstančias. 16,9 proc. įmonių klientų sudaro atvykstančios šeimos. Mažiau nei dešimtadalis (7,6 proc.) respondentų atsakydami į šį klausimą nurodė

mokinių grupes. 4 respondentai paminėjo sulaukiantys ir kitokio tipo klientų: tokių, kaip sportininkai, įmonės ar draugų kompanijos.



Kalbant apie aptarnavimo galimybes, pastebima, kad net trečdalis (31,3 proc.) respondentų nurodė, jog jų verslo įmonė vienu metu gali aptarnauti ypatingai didelį – daugiau nei 90 – turistų skaičių. Beveik penktadalis (19,2 proc.) įmonių gali vienu metu aptarnauti 31-50 klientų, 16,2 proc. organizacijų atstovų nurodė, galintys aptarnauti 51-70 klientų. Tik 4 proc. įmonių vadovų nurodė galimybę aptarnauti 71-90 žmonių. Penktadalis (20,2 proc.) verslininkų nurodė, galintys aptarnauti ne daugiau 10 turistų.

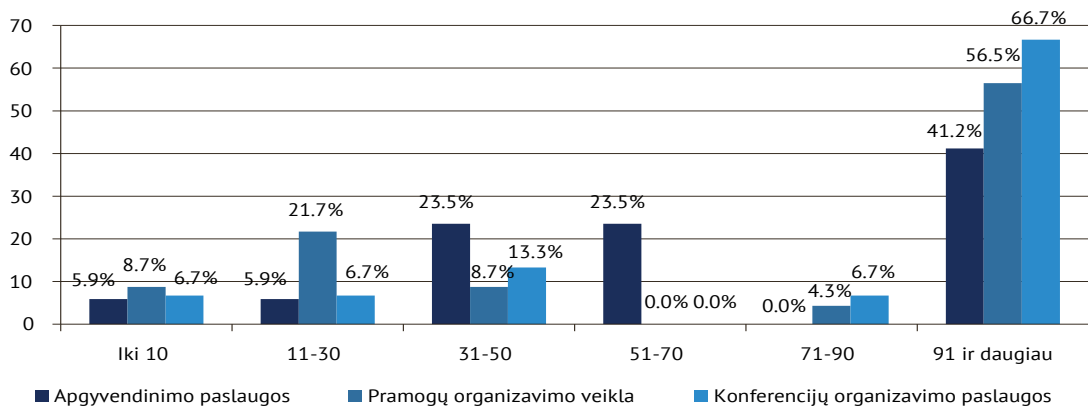


Bandant sužinoti ryšius tarp galimybių aptarnauti tam tikrą skaičių turistų ir įmonės veiklos pobūdžio, kėlėme hipotezę, kad tarpusavio suderinamumo nėra. Daugeliu atveju hipotezę priėmėme, statistiškai reikšmingų skirtumų neradome, tačiau tokios įmonių veiklos kaip apgyvendinimo paslaugos, pramogų organizavimo veikla, konferencijų organizavimo paslaugos statistiškai reikšmingai koreliuoja su tam tikro turistų skaičiaus aptarnavimo galimybėmis.

Iš gautų duomenų matome, kad tyrime dalyvavusios konferencijų organizavimo paslaugas teikiančios įmonės turi galimybę suteikti paslaugas didžiausiam skaičiui turistų vienu metu. Net du trečdaliai (66,7 proc.) respondentų, užsiimančių šia veikla nurodė, kad vienu metu gali aptarnauti daugiau nei 90 lankytojų. Taip pat didelį kiekį žmonių vienu metu gali aptarnauti pramogų organizavimo veikla užsiimančios įmonės. Daugiau nei pusė (56,5 proc.) nurodė, galintys vienu metu suteikti paslaugas 91 ir daugiau turistų. Trečdalis tyrime dalyvavusių pramogų organizuojančių įmonių labiau orientuojasi į mažesnio masto renginius. Beveik pusė tyrime dalyvavusių apgyvendinimo paslaugas teikiančių įmonių vadovų nurodė, kad jų įmonė vienu metu gali apgyvendinti vidutinį skaičių turistų: 47 proc. turizmo organizacijų gali vienu metu apgyvendinti 31-70 asmenų. Net 41,2 proc. respondentų pažymėjo galintys aptarnauti daugiau nei 91 lankytoją vienu metu ir tik dešimtadalis apklaustųjų nurodė, galintys apgyvendinti ne daugiau 30 žmonių.

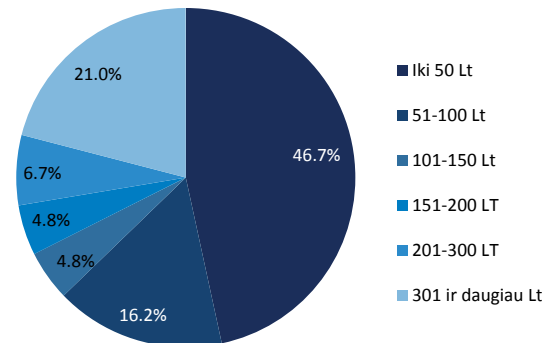
Iš tyrimo duomenų aiškiai matyti, jog didžiausią žmonių skaičių gali vienu metu aptarnauti būtent paslaugų sektoriaus įmonės, pagrinde užsiimančios patalpų nuoma.

3.2.16. pav. Kiek turistų galite vienu metu aptarnauti ir kokia Jūsų veikla? (proc. skaičiuojamas nuo organizacijos veiklos)



Paklausus respondentų, kiek vidutiniškai vienas klientas išleidžia litų vienu apsilankymu jų įmonėje, beveik pusė (46,7 proc.) apklaustųjų nurodė, jog turistai dažniausiai vienu kartu išleidžia ne daugiau 50 Lt. 16,2 proc. verslininkų nurodė, kad vidutiniškai klientai vienu apsilankymu išleidžia nuo 51 iki 100 Lt. Rečiau pasitaiko, jog klientai išleidžia 101-200 Lt (tokias sumas įvardijo 9,6 proc. respondentų). 6,7 proc. tiriamųjų pažymėjo 201-300 Lt kaip vidutinę jų klientų išleidžiamą sumą. Gana didelis procentas (21 proc.) apklaustųjų atsakė, kad vieno apsilankymo metu jų organizacijoje turistai vidutiniškai išleidžia 301 ir daugiau litų.

3.2.17. pav. Kiek vidutiniškai vienas klientas išleidžia vienu apsilankymu?



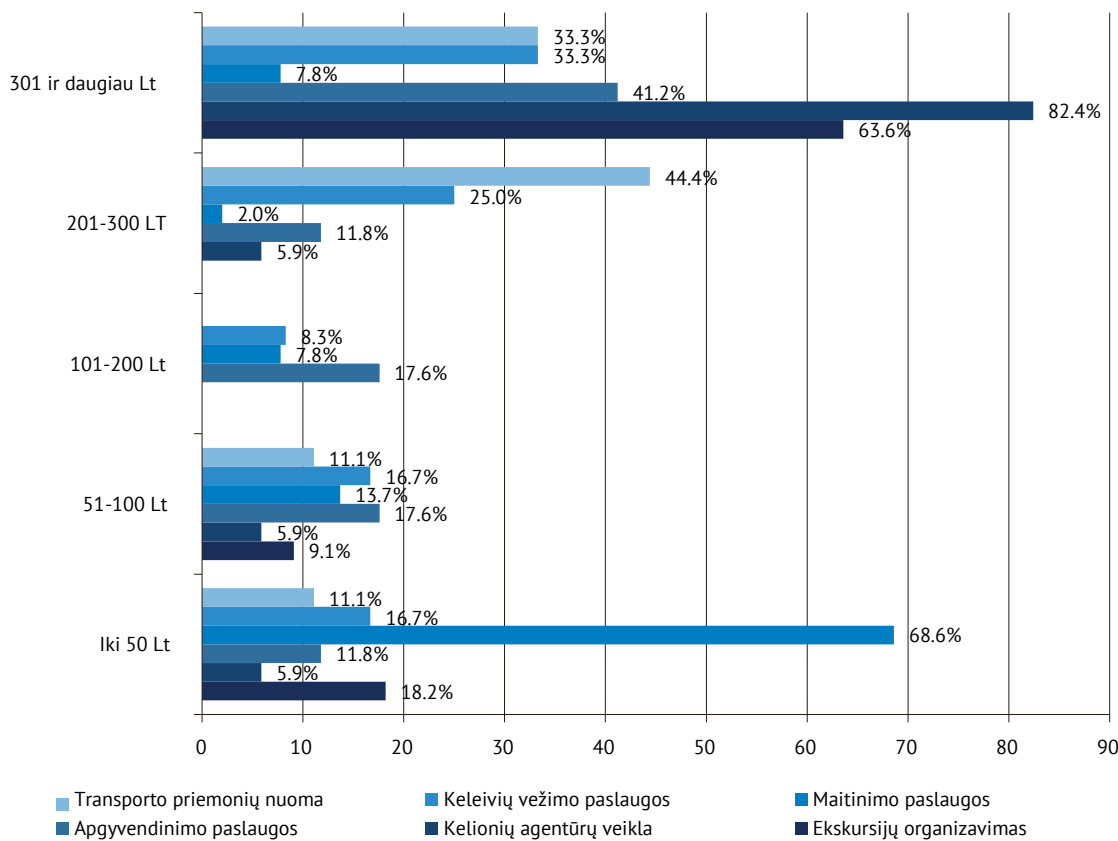
Ieškant požymių nepriklausomumo, gavome duomenis, rodančius statistiškai reikšmingas koreliacijas tarp vidutinės vieno kliento išleidžiamos sumos vieno apsilankymo metu ir įmonės veiklos pobūdžio.

Remiantis gautais rezultatais (žr. 2.17. pav.) matome, jog daugiausiai vienas klientas išleidžia kelionių agentūros paslaugas teikiančiose įmonėse. 82,4 proc. tyrime dalyvavusių kelionių agentūrų iš vieno kliento po vieno apsilankymo vidutiniškai gauna 301 ir daugiau litų. Taip pat daugiau nei pusė (63,6 proc.) įmonių, užsiimančių ekskursijų organizavimu nurodė, kad vidutiniškai vienas klientas išleidžia daugiau nei 300 Lt. Penktadalis (18,2 proc.) tiriamų ekskursijų organizatorių nurodė, kad vienos ekskursijos metu dalyvis vidutiniškai išleidžia ne daugiau 50 Lt. Taip pat didžioji dalis (41,2 proc.) respondentų, užsiimančių apgyvendinimo paslaugomis pažymėjo, jog vidutiniškai vienas lankytojas išleidžia 301 arba daugiau litų vieno apsilankymo jų įmonėje metu. Tuo tarpu maitinimo paslaugas teikiančiame versle vyrauja atvirkščiai proporcingos kainos lyginant su prieš tai analizuotomis verslo sritimis. Didžioji dauguma (68,6 proc.) respondentų nurodė, jog jų įstaigoje vienas klientas vidutiniškai išleidžia ne daugiau 50 Lt. Sąlyginai didelis (7,8 proc.) procentas įmonių nurodė, kad klientai išleidžia daugiau nei 300 Lt, tačiau verta atkreipti dėmesį, jog šie duomenys nerodo, jog vienas žmogus išleidžia maitinimuisi tokias dideles sumas. Tokias klientų išlaidas galėjo nurodyti ir apgyvendinimą suteikiančios įmonės, nes jos taip pat be apgyvendinimo dažnai teikia ir maitinimo paslaugą.

Dauguma (44,4 proc.) respondentų, kurių įmonės teikia transporto priemonių nuomos paslaugas nurodė, kad vidutiniškai vienas klientas už nuomą sumoka nuo 201 iki 300 Lt. Trečdalis keleivių vežimo

paslaugas teikiančių įmonių nurodė suteikiantys vidutiniškai paslaugas už 301 ar daugiau litų.

3.2.18. pav. Kiek vidutiniškai vienas klientas išleidžia ir kokia Jūsų veikla? (proc. skaičiuojamas nuo organizacijos veiklos)



Iš surinktų duomenų matome (žr. 2.18. pav.), kad turistų pagrindinis motyvas, lankantis Kauno miesto turizmo verslo įmonėse, yra darbo reikalai, įvairios komandiruotės (net 44,1 proc. respondentų nurodė, sulaukiantys verslo reikalais atvykusių turistų). 38,1 proc. tyrimo dalyvių pažymėjo sulaukiantys turistų, atvykusių atostogoms, norinčių pailsėti ir gerai praleisti laiką. 37,3 proc. tiriamų turizmo verslo atstovų kaip pagrindinį klientų traukos šaltinį nurodė turistinių objektų lankymą. Beveik trečdalis (29,7 proc.) turistų atvyksta aplankyti sporto renginius. 28,8 proc. respondentų teigė, jog pagrindiniai jų klientų atvykimo tikslai yra draugų, giminių lankymas; savaitgalio praleidimas. Šiek tiek mažiau (28 proc.) verslininkų nurodė, sulaukiantys svečių, atvykusių mokymosi tikslais. 16,1 proc. respondentai įvardijo tranzitu vykstančių sustojimą kaip dar vieną iš keliautojų motyvų. Procentaliai mažiausiai (12,7 proc.) tiriamųjų įvardijo sveikatinimo paslaugas kaip turistų atvykimo tikslą.

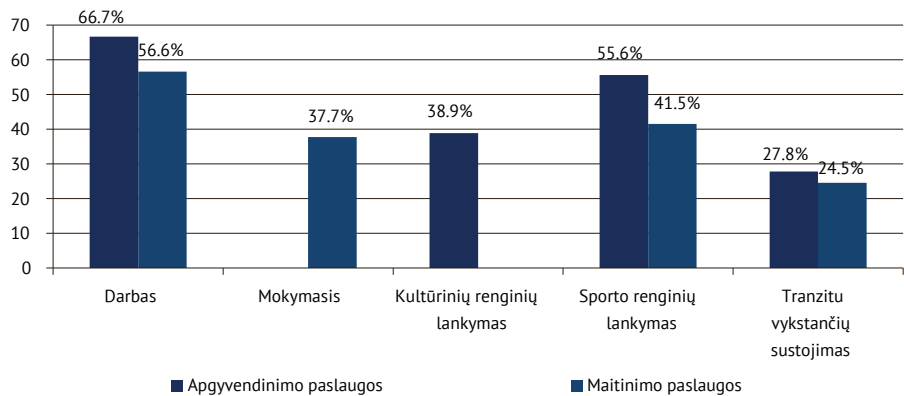
3.2.19. pav. Kokiu tikslu pas Jus atvyksta turistai?



Patikrinus ryšį tarp įmonės veiklos pobūdžio ir turistų atvykimo tikslo, paaiškėjo, jog du organizacijos veiklos kintamieji turi statistiškai reikšmingą tarpusavio priklausomybę su turistų atvykimo tikslu. Iš 2.19. pav. matome, kad du trečdaliai (66,7 proc.) apklausoje dalyvavusių apgyvendinimo paslaugas teikiančių įmonių sulaukia daugiausia lankytojų, atvykstančių verslo reikalais. Daugiau nei pusė (55,6 proc.) respondentų įvardijo sporto renginių lankymą kaip turistų atvykimo motyvą. 56,6 proc. maitinimo paslaugas teikiančios įmonės darbą įvardijo kaip pagrindinį turistų atvykimo tikslą, tačiau, kaip jau anksčiau minėta, dalis maitinimo įstaigų kaip pirminę paslaugą gali teikti apgyvendinimą.

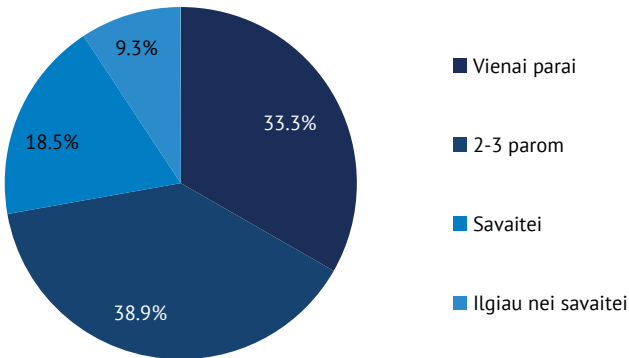
Daugiau nei trečdalis (37,7 proc.) maitinimo įstaigų vadovų mokymas į nurodė kaip vieną iš pagrindinių veiksnių, motyvuojančių atvykti į jų įstaigą. Tuo tarpu šiuo tikslu atvykstančių svečių apgyvendinimą teikiančios įmonės neįvardijo.

3.2.20. pav. Kokiu tikslu pas Jus atvyksta turistai ir kokia Jūsų veikla? (proc. skaičiuojamas nuo organizacijos veiklos)



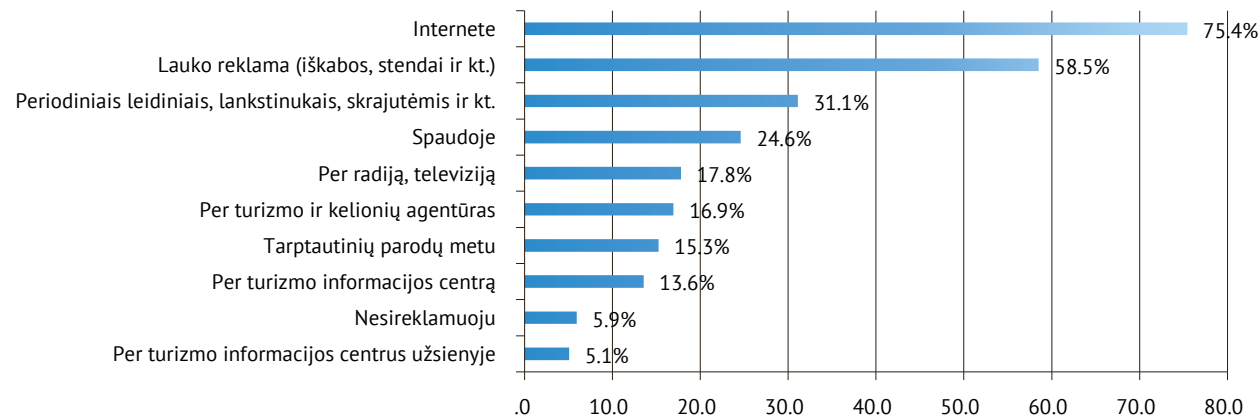
Dauguma (38,9 proc.) apgyvendinimą teikiančių įmonių (imtis: 36 įmonės) nurodė, jog dažniausiai jiems tenka apgyvendinti turistus 2-3 paroms, taip pat trečdalis apklaustųjų pažymėjo, kad pas juos keliautojai apsistoja tik vienai parai. Tik 9,3 proc. respondentų nurodė, dažniausiai sulaukiantys turistų ilgesniam nei vienos savaitės laikotarpiui.

3.2.21. pav. Kokiam laikotarpiui dažniausiai apsistoja turistai?



Didžioji dauguma (75,4 proc.) verslininkų, paklausti, kokiomis priemonėmis reklamuoja savo verslą, nurodė, jog dažniausiai naudojami internetine reklama. Taip pat daugiau nei pusė (58,5 proc.) respondentų pažymėjo naudojantys lauko reklamą, trečdalis (31,1 proc.) verslininkų informaciją apie įmonę skleidžia periodiniais leidiniais, lankstinukais bei skrajutėmis. Mažiausiai (5,1 proc.) įmonių naudojami užsienio turizmo informacijos centrų paslaugomis, o 5,9 proc. apklaustųjų nurodė apskritai nesireklamuojantys.

3.2.22. pav. Kokiomis priemonėmis reklamujete savo veiklą?

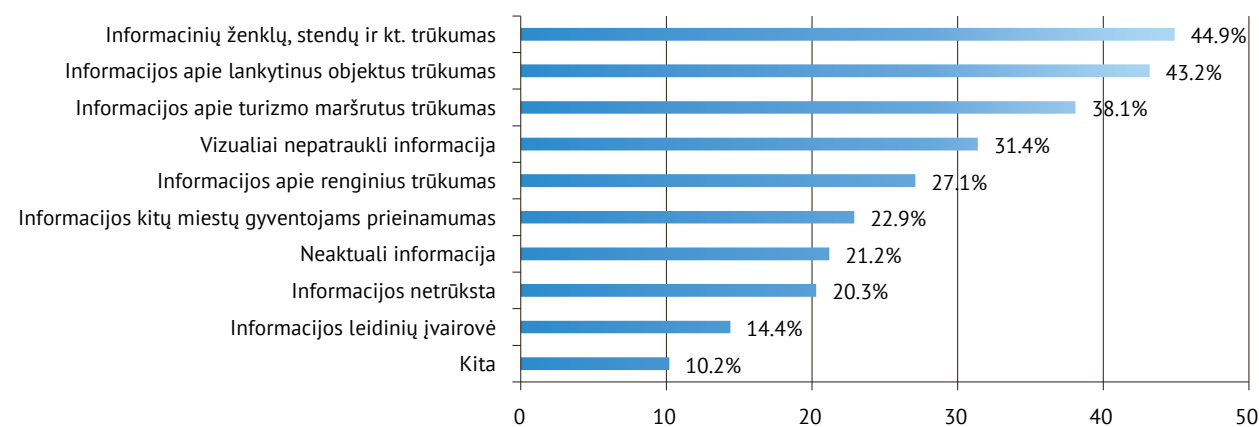


Norėdami sužinoti priklausomumo ryšius tarp priemonių, kuriomis verslininkai reklamuoja savo veiklą ir įmonės veiklos pobūdžio, ieškojome koreliacijų tarp šių dviejų rodiklių. Iš gautų rezultatų pamatėme, kad reklamos priemonės statistiškai reikšmingai priklauso nuo įmonės veiklos pobūdžio. Didžioji dauguma (77,4 proc.) maitinimo įstaigų savo veiklai reklamuoti naudoja įvairaus pobūdžio lauko reklamą. Dauguma (58 proc.) transporto priemonių nuoma užsiimančių tyrime dalyvavusių įmonių reklamuoja periodiniais leidiniais, lankstinukais, skrajutėmis. Tokiomis pačiomis priemonėmis savo veiklą reklamuoja net 50 proc. pramogų organizavimo paslaugas teikiančių įmonių. Beveik pusė (47,1 proc.) konferencijų organizavimo, taip pat 45,4 proc. renginių organizavimo, bei 41,7 proc. pramogų organizavimo paslaugas teikiančių įmonių savo reklamą talpina įvairaus pobūdžio spaudoje.

Aktyviausiai savo reklamą internete talpina ekskursijų, renginių organizavimo paslaugas teikiančios bei kelionių agentūrų veikla užsiimančios įmonės (net 100 proc. įmonių nurodė, besireklamuojančios internete). Taip pat net 50 proc. renginių, 47,1 proc. konferencijų organizavimo įmonių reklamuoja per turizmo ir kelionių agentūras. Aktyviausiai turizmo informacijos centruose reklamuoja apgyvendinimo paslaugas teikiančios įmonės (44,4 proc.) ir konferencijas organizuojančios organizacijos (41,2 proc.). 44 proc. tyrime dalyvavusių apgyvendinimo paslaugas teikiančių ir toks pats procentas konferencijas organizuojančių įmonių neretai reklamuoja tarptautinių parodų metu.

Kalbant apie problemas, susijusias su Kauno miesto turizmo objektų ir paslaugų informacijos platinimu, beveik pusė (44,9 proc.) verslininkų kaip pagrindinę problemą nurodė informacinių ženklių bei stendų trūkumą. 43,2 proc. respondentų nurodė, kad Kauno mieste yra informacijos apie lankytinus objektus trūkumas, 38,1 proc. tiriamųjų pažymėjo informacijos apie turizmo maršrutus trūkumą. Trečdalis (31,4 proc.) verslininkų pastebėjo, jog mieste yra pateikiama vizualiai nepatraukli informacija. Net penktadalis (20,3 proc.) respondentų problemų neįžvelgė ir nurodė, kad informacijos, susijusios su turizmu Kauno mieste netrūksta.

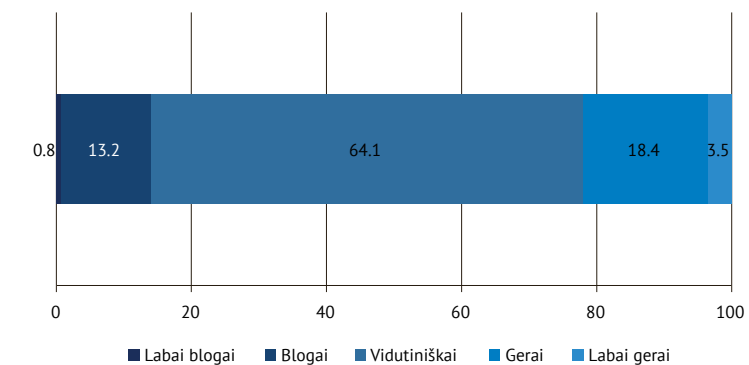
3.2.23. pav. Problemos, susijusios su Kauno miesto turizmo objektų ir paslaugų informacija



Ieškodami požymių priklausomumo tarp problemų, susijusių su Kauno miesto turizmo objektų ir paslaugų informacija ir tiriamosios įmonės veiklos pobūdžio, gavome rezultatus, jog kai kurie kintamieji statistiškai reikšmingai koreliuoja. Trečdalis ekskursijas organizuojančių įmonių ir 31,5 proc. kelionių agentūrų veikla užsiimančių įmonių vadovų kaip vieną iš pasitaikančių problemų įvardijo informacijos leidinių įvairovės trūkumą. Nėra koncentruotos informacijos, kurią galėtų pamatyti kiekvienas atvykęs turistai. Dauguma (58,8 proc.) konferencijas organizuojančių verslininkų ir pusė apgyvendinimą siūlančių įmonių vadovų įvardijo informacijos apie renginius trūkumą kaip vieną pagrindinių problemų. 50 proc. keleivių vežimo paslaugas siūlančių ir tokia pati dalis transporto priemonių nuoma užsiimančių įmonių pažymėjo informacijos užsienio kalbomis trūkumą. Penktadalis (18,9 proc.) maitinimo paslaugas teikiančių verslininkų mano, jog informacijos, susijusios su Kauno miesto turizmo objektų ir paslaugų informacijos platinimu netrūksta.

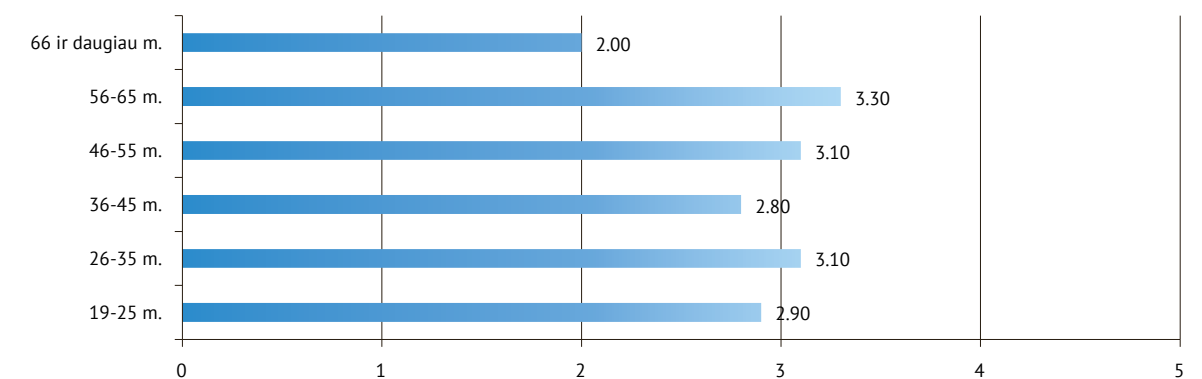
Remiantis tyrimo duomenimis (žr. 2.23. pav.), dauguma (64,1 proc.) respondentų Kauno miesto patrauklumą vertina vidutiniškai. Penktadalis (21,9 proc.) tyrime dalyvavusių verslininkų miesto patrauklumą vertina gerai arba labai gerai. Blogai arba labai blogai miesto patrauklumą įvertino truputį daugiau nei dešimtadalis (13,9 proc.) respondentų. Skaičiuojant penkiabalėje sistemoje gavome 3,1 balo bendrąjį respondentų vertinimo vidurkį.

3.2.24. pav. Kaip Jūs vertinate Kauno miesto patrauklumą turistams?



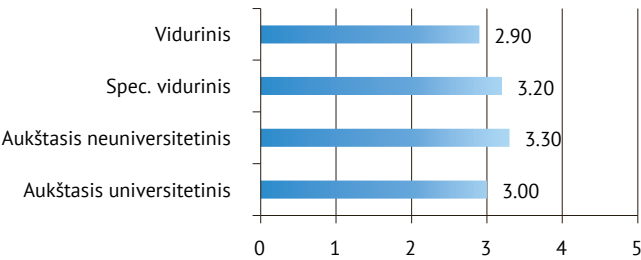
Siekiant surasti ryšius tarp miesto patrauklumo vertinimo ir įmonės veiklos, statistiškai reikšmingo vertinimų skirtingumo neradome. Tuo tarpu ieškodami priklausomumo tarp Kauno miesto patrauklumo vertinimo ir respondentų amžiaus, gavome, jog šie du kintamieji statistiškai reikšmingai vienas nuo kito priklauso, koreliacija stipri. Kaip jau anksčiau minėta, didžioji dauguma respondentų Kauno miesto patrauklumą vertina vidutiniškai. Prasčiausiai Kauno miesto patrauklumą turistams vertina jaunesnio amžiaus respondentai, nei vienas neįvardijo, jog vertina gerai arba labai gerai. Geriausiai patrauklumą įvertino vyresnio amžiaus respondentai, beveik trečdalis (30 proc.) įmonių vadovų pažymėjo gerai arba labai gerai vertinantys miesto patrauklumą.

3.2.25. pav. Kauno miesto patrauklumo turistams vertinimas ir respondentų amžius (vidurkis skaičiuojamas nuo amžiaus)



Analizuojant ryšių priklausomumą tarp Kauno miesto patrauklumo ir respondentų išsilavinimo, paaiškėjo, jog egzistuoja statistiškai reikšminga koreliacija tarp šių kintamųjų. Prasčiausiai miesto patrauklumą vertino vidurinį išsilavinimą turintys tiriamieji: beveik trečdalis (28,6 proc.) šios grupės respondentų nurodė blogai vertinantys miesto patrauklumą, tuo tarpu gerai įvertino tik 14,3 proc. respondentų. Geriausiai miesto patrauklumą vertina tyrime dalyvavę aukštąjį neuniversitetinį išsilavinimą turintys verslininkai, 26,7 proc. nurodė gerai arba labai gerai vertinantys Kauno miesto patrauklumą turistams.

3.2.26. pav. Kauno miesto patrauklumo turistams vertinimas ir respondentų išsilavinimas (vidurkis skaičiuojamas nuo amžiaus)



Į atvirą klausimą: „Kokių turizmo paslaugų Kauno mieste trūksta“ atsakė 40,7 proc. visų respondentų. Pateikti atsakymai labai įvairūs, todėl statistiškai reikšmingas jų sugrupavimas neįmanomas. Keletas verslininkų kaip pagrindinę problemą įvardijo informacijos trūkumą apie lankytinus objektus, informacinių kelio ženklų trūkumą, transporto infrastruktūros informacijos stoką. Vienas išvalgus respondentas pastebėjo, jog daugumai svarbiuose turistiniuose taškuose, kaip paštas, informacijos centrai, dirbantiems asmenims trūksta anglų kalbos žinių. Atvykę turistai neturi su kuo pasikonsultuoti dėl lankytinų vietų. Kai kurie verslininkai įvardijo sutvarkytų viešųjų tualetų stygių mieste.

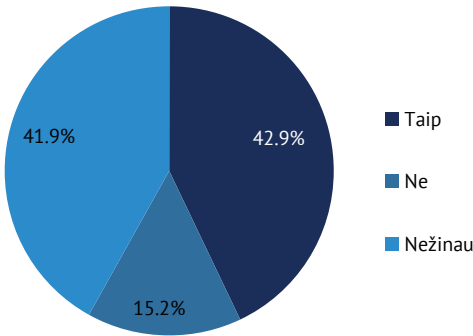
Taip pat keletas tyrime dalyvavusių respondentų nurodė problemas, susijusias su transportu. Trūksta apžvalginio autobuso, apžvalginių kelionių dviračiais, taip pat neišnaudojamos Kauno mieste esančios upės.

Dar viena grupė respondentų įvardijo, jog reikėtų miestą atgyvinančių renginių, pvz., kasdienių nemokamų ekskursijų, didesnių švenčių, festivalių ar sporto varžybų. Taip pat išvelgiamas saugumo mieste trūkumas ir visaverčio naktinio gyvenimo nebuvimas.

Dar kiti verslininkai minėjo, jog daugiau turistų galėtų pritraukti įrengti SPA, vandens atrakcionų parkai, kurių šiuo metu stokoja Kauno miestas. Taip pat, anot respondentų, būtų galima įrengti golfo aikštynus; šaltuoju sezonu trūksta žiemos slidinėjimo centrų.

Į klausimą apie verslo plėtros planavimą atsakė 112 respondentų. Beveik pusė (42,9 proc.) tiriamųjų į šį klausimą atsakė teigiamai. Panaši dalis (39,8 proc.) tyrime dalyvavusių verslininkų dar nėra tikri dėl tolimesnės verslo plėtros ir tik 15,2 proc. respondentų nurodė neturintys planų plėsti savo veiklą.

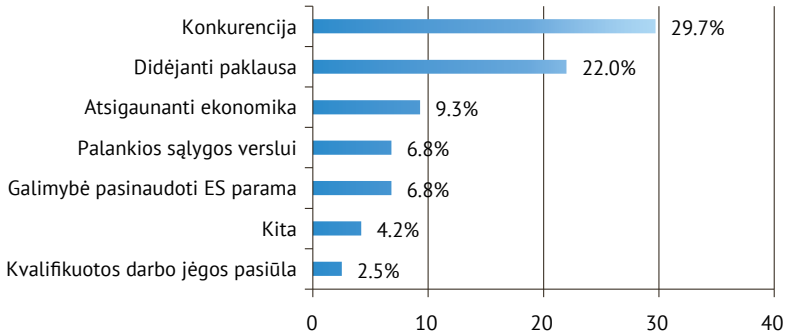
3.2.27. pav. Ar planuojate plėsti savo veiklą?



Iš 2.27. pav. matome, kad trečdalis (29,7 proc.) respondentų įvardijo konkurenciją kaip pagrindinį plėtros motyvą. Daugiau nei penktadalis (22 proc.) verslininkų nurodė, kad juos plėstis motyvuoja didėjanti paklausa. 9,3 proc. respondentų įvardijo, kad juos skatina atsigaunanti ekonomika. 6,8 proc. verslininkų mato galimybę pasinaudoti ES parama. Tokia pati dalis respondentų nurodė matantys palankias sąlygas verslui. Tik 2,5 proc. apklaustųjų įvardijo, jog juos plėsti įmonės veiklą motyvuoja kvalifikuotos darbo jėgos pasiūla. 4,2 proc. respondentų pasirinko kitą ataskymo variantą ir įvardijo tokias skatinančias plėstis priežastis, kaip optimizmą, norą būti išskirtiniu arba tiesiog norą išgyventi.

Bandydami atrasti ryšius tarp veiksnių, skatinančių plėsti verslą ir įmonės patirties bei darbuotojų skaičiaus, statistiškai reikšmingų duomenų negauta. Nei verslo patirtis, nei darbuotojų skaičius statistiškai reikšmingai nedaro įtakos norui plėsti veiklą.

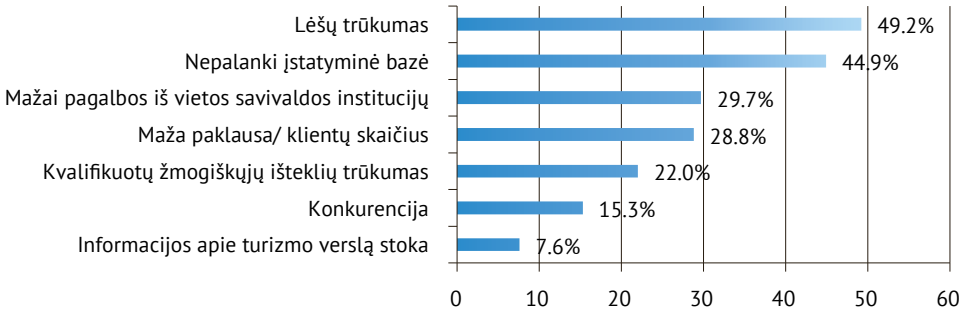
3.2.28. pav. Kas skatina Jūsų norą plėstis?



Beveik pusė (49,2 proc.) respondentų kaip pagrindinį veiksnių, ribojantį norą plėsti įmonės veiklą, nurodė lėšų trūkumą. 44,9 proc. verslininkų pažymėjo, jog įstatyminė bazė plėtrai yra nepalanki. Trečdalis (29,7 proc.) apklausos dalyvių pasigenda pagalbos iš vietos savivaldos institucijų. 28,8 proc. pažymėjo, jog jų norą plėtrai vystyti riboja maža paklausa rinkoje. Nemaža dalis (22 proc.) verslininkų išvelgia kvalifikuotų žmoniškųjų išteklių stoką. 15,3 proc. respondentų nurodė, jog jiems kliudo didelė konkurencija. Mažiau nei dešimtadalis (7,6 proc.) tyrimo dalyvių nurodė, kad jų norą plėstis trukdo informacijos apie turizmo verslą stoka.

Ieškant ryšių tarp plėsti įmonės veiklą ribojančių veiksnių ir verslo patirties bei darbuotojų skaičiaus, statistiškai reikšmingų korelacijų nenustatyta. Vadinas, verslo patirtis bei darbuotojų skaičius įmonėje nedaro didelės įtakos nenorui plėsti įmonės veiklą.

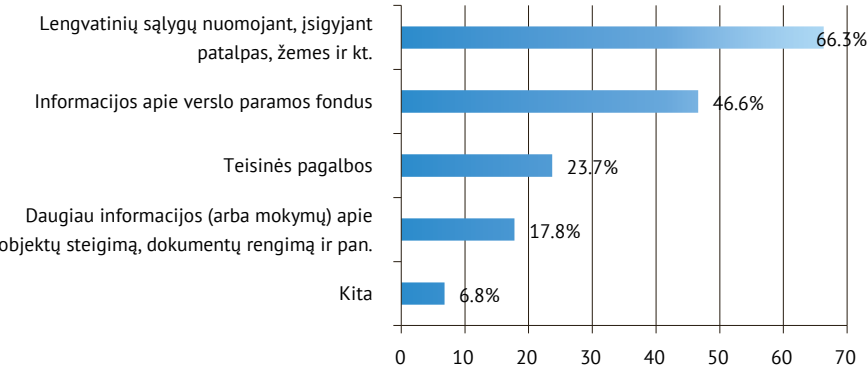
3.2.29. pav. Kas riboja Jūsų norą plėstis?



Kalbant apie paslaugas iš Kauno miesto savivaldybės verslo aplinkos gerinimui, kurios būtų aktualios verslininkams, matome, kad du trečdaliai (66,3 proc.) respondentų nurodė, jog jiems aktualios būtų lengvatinės sąlygos nuomojant, įsigyjant patalpas, žemės sklypus ir pan. Taip pat beveik pusei (46,6 proc.) verslininkų būtų aktualu gauti daugiau informacijos apie paramos fondus. Daugiau nei penktadalis (23,7 proc.) verslininkų nurodė, kad jiems norėtųsi gauti teisinių paslaugų iš Kauno miesto savivaldybės. 17,8 proc. respondentų norėtų gauti daugiau informacijos arba mokymų apie objektų steigimą, dokumentų rengimą ir pan.

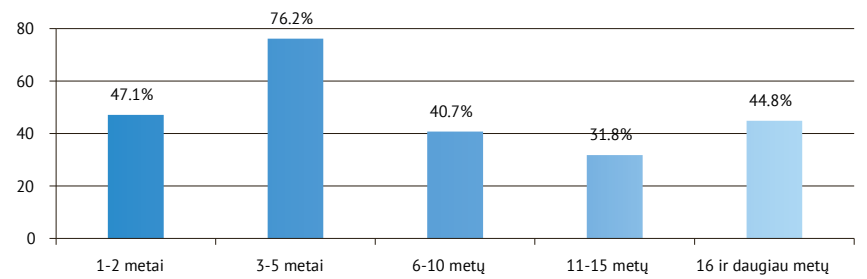
6,8 proc. respondentų, įrašiusių kitus lūkesčius iš Kauno miesto savivaldybės, pagrindinai išreiškė nusivylimą savivaldybės darbu. Kalbant apie turizmo paslaugas, pareikšta, jog Kauno mieste arba visai nėra jokios turizmo infrastruktūros, arba ji nevykdoma: „nėra infrastruktūros turistams, nesutvarkytas miestas“. Vienas verslininkas teigė, norintis didesnės veikiančių apgyvendinimo įstaigų kontrolės. Taip pat norėtų, kad būtų įkurta darbo grupė, sprendžianti apgyvendinimo klausimus ir reikėtų aktyvios jos veiklos, kontroliuojant apgyvendinimo objektus. Kiti respondentai labiau pasipiktinę savivaldybės darbu. Vienas repondentas nurodė, kad daug bendravo su įvairiomis savivaldybės institucijomis dėl verslo aplinkos gerinimo, tačiau jokių rezultatų iš to nesulaukė, todėl daugiau nieko nebesitiki iš savivaldybės. Kitas respondentas nurodė didelę biurokratijos problemą. Taip pat išreikštas susirūpinimas Kauno miesto gatvėmis: „neįmanoma pravažiuoti nelaužant automobilio, gėda prieš keleivius“.

3.2.30. pav. Kokios paslaugos Jums būtų aktualios iš Kauno miesto savivaldybės verslo aplinkos gerinimui?



Siekiant sužinoti, ar paslaugoms, kurių tikimasi iš Kauno miesto savivaldybės turi įtakos verslo patirtis, ieškojome koreliacijų tarp šių kintamųjų ir gavome, jog įmonės verslo patirtis statistiškai reikšmingai daro įtaką norui gauti daugiau informacijos apie verslo paramos fondus. Iš 2.28. pav. matome, jog jaunesnės įmonės yra labiau suinteresuotos gauti daugiau informacijos apie verslo paramos fondus (76,2 proc. 3-5 metus dirbančių įmonių vadovų nurodė tokį atsakymą ir 47,1 proc. 1-2 metus gyvuojančių įmonių vadovų). Mažiausiai suinteresuotos (31,8 proc.) tokiomis paslaugomis 11-15 metų įmonės. Kalbant apie ryšius tarp paslaugų, kurių tikimasi iš Kauno miesto savivaldybės ir darbuotojų skaičiaus, statistiškai reikšmingų koreliacijų nenustatyta.

3.2.31. pav. Informacija apie verslo paramos fondus ir įmonės verslo patirtis (proc. skaičiuojamas nuo įmonės verslo patirties)



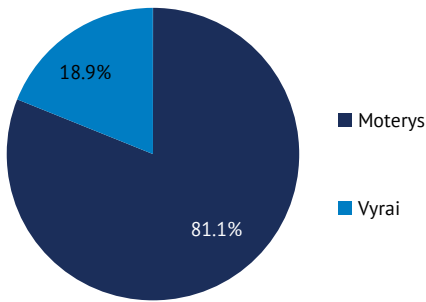
4. GYVENTOJŲ APKLAUSOS REZULTATAI

Atliktame Kauno miesto turizmo tyrimu siekta nustatyti Kauno miesto turizmo produktų ir paslaugų poreikį, išsiaiškinti svečių lūkesčius. Remiantis gyventojų išsakyta nuomone šioje ataskaitoje apžvelgiama esama turizmo situacija Kauno mieste bei pokyčių perspektyvos.

4.1. Respondentų demografinės charakteristikos

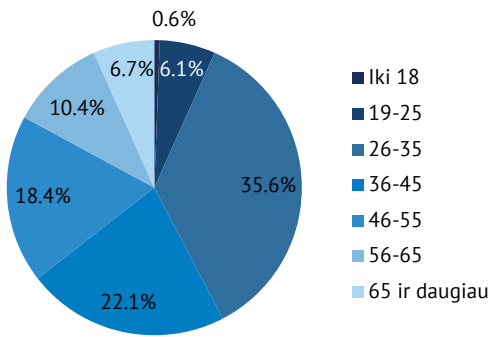
Pirmiausia, apžvelgiami esminiai respondentų demografiniai duomenys. Į klausimą atsakė 159 respondentai iš 164. Iš grafiko matome, kad daugiausiai tyrime dalyvavo moterys (81,1 proc.).

4.1.1 pav. Respondentų lytis



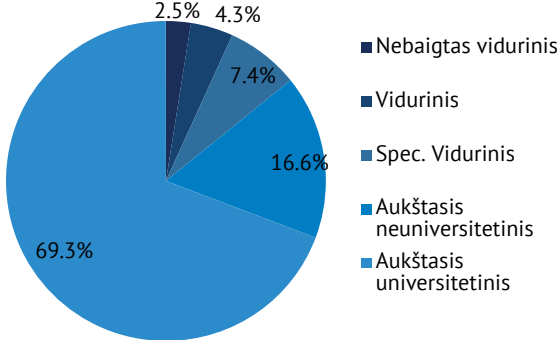
Aktyviausi apklausos dalyviai 26-55 metų respondentai (76 proc.). Tai yra jauni ir vidutinio amžiaus žmonės, kurie gali daryti įtaką Kauno miesto turizmui, todėl jų nuomonė yra ypač svarbi.

4.1.2 pav. Respondentų amžius

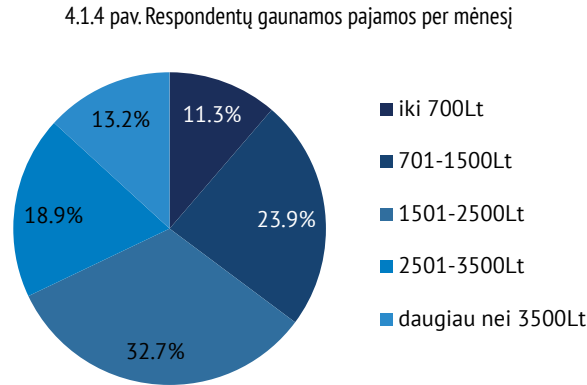


Daugiausiai anketą pildė Kauno miesto gyventojai, turintys aukštąjį universitetinį išsilavinimą.

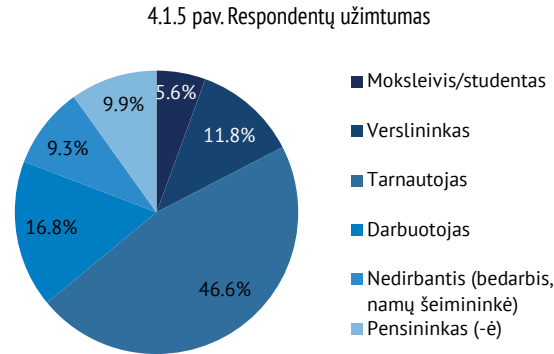
4.1.3 pav. Respondentų išsilavinimas



Iš grafiko matome, kad pagal pajamas respondentai pasiskirstė pakankamai vienodai. Daugiausiai tyrime dalyvavo tie, kurių pajamos vienam asmeniui yra 1501-2500 Lt per mėnesį, tačiau skirtumas nėra ryškus.

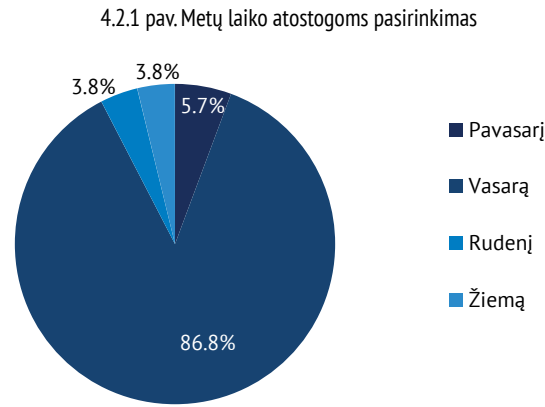


Tyrime daugiausiai dalyvavo tarnautojai, beveik pusė respondentų pažymėjo tokį atsakymų variantą.

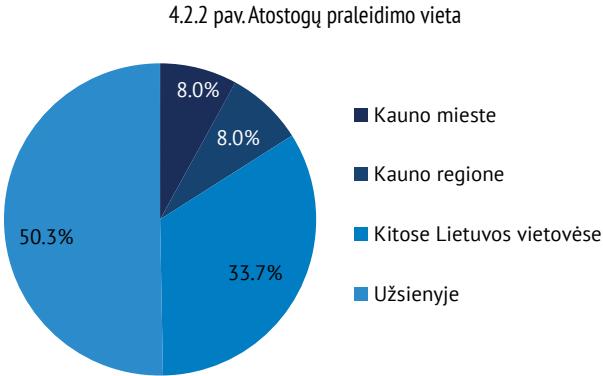


4.2. Kauno miesto turistų keliavimo įpročiai ir apsisprendimą keliauti lemiantys veiksniai

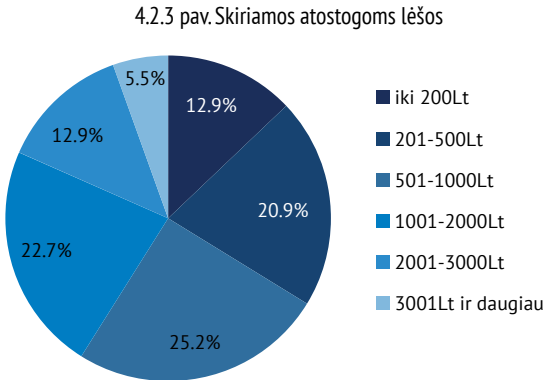
Trumpai apžvelgus demografines charakteristikas, toliau ataskaitoje pateikiami Kauno miesto gyventojų keliavimo įpročiai ir veiksniai, kurie daro įtaką apsisprendimui keliauti. Į klausimą atsakė 159 respondentai iš 164. Absoliuti dauguma respondentų, kalbant apie metų laiką atostogoms, pirmenybę teikia vasarai.



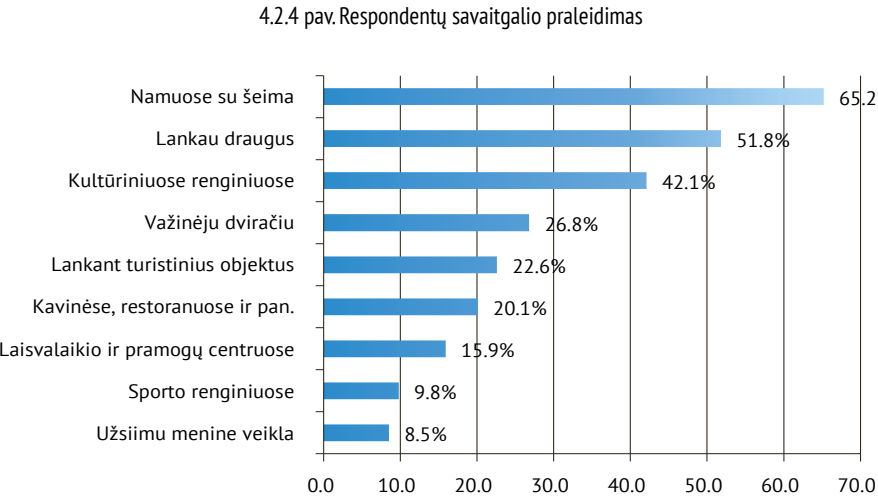
Pusė respondentų pasirenka užsienio šalis atostogoms. Trečdalis pasirenka kitas Lietuvos vietas. Tik apie 16 proc. pasirenka Kauno miestą ir jo regioną.



Lėšų atostogoms pasiskirstymas tarp respondentų yra labai skirtingas, tačiau daugiausia jų yra pasiryžę skirti 201-2000 Lt. Mažiausiai respondentų skiria daugiau negu 3000 Lt vienam asmeniui.



Kauno miesto gyventojai dažniausiai savaitgalius praleidžia namuose su šeima, pas draugus arba kultūriniuose renginiuose. Rečiausiai jie užsiima menine veikla arba lanko sportinius renginius. Apie penktadalis Kauno miesto gyventojų pasirenka kavines, restoranus, turistinius objektus bei važinėjimą dviračiu.



Analizuojant respondentų savaitgalio praleidimo įpročius pastebėta, kad moterys statistiškai reikšmingai dažniau pasirenka sporto renginius nei vyrai. Net 56,3 proc. iš tų, kurie pažymėjo, kad savaitgalį praleidžia sporto renginiuose, yra moterys (ryšys tarp kintamųjų Pearson Chi-Square $p = 0,019$, $p < 0,05$).

Kalbant apie savaitgalio praleidimą ir amžių, pastebėta, kad 26-35 metų respondentai linkę statistiškai reikšmingai dažniau praleidinėti savo savaitgalį pas draugus (45,9 proc. iš pasirinkusiųjų), užsiiminėti menine veikla (35,7 proc. iš pasirinkusiųjų), lankytis kavinėse, restoranuose (57,6 proc. iš pasirinkusiųjų), lankytis

sporto renginiuose (56,3 proc. iš pasirinkusiųjų) (ryšys tarp kintamųjų Pearson Chi-Square $p=0,012$, $p=0,039$, $p=0,005$, $p=0,036$; $p<0,05$).

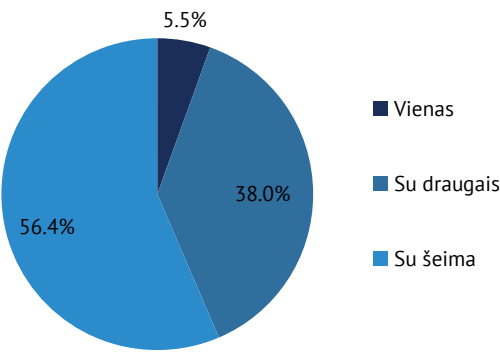
Nagrinėjant savaitgalio praleidimą ir užimtumą, pastebėta, jog tarnautojai, darbuotojai ir nedirbantys yra linkę dažniau nei kiti praleidinėti savaitgalius kavinėse, restoranuose (24,2 proc., 30,3 proc., 21,2 proc. iš pasirinkusiųjų atitinkamai) (ryšys tarp kintamųjų Pearson Chi-Square $p=0,004$, $p<0,05$).

Tarp savaitgalio praleidimo ir pajamų arba išsilavinimo ryšių nepastebėta.

Taigi, 26-35 m. žmonės linkę aktyviau praleidinėti savo savaitgalius negu kiti, o moterys dažniau nei vyrai pasirenka sportinius renginius.

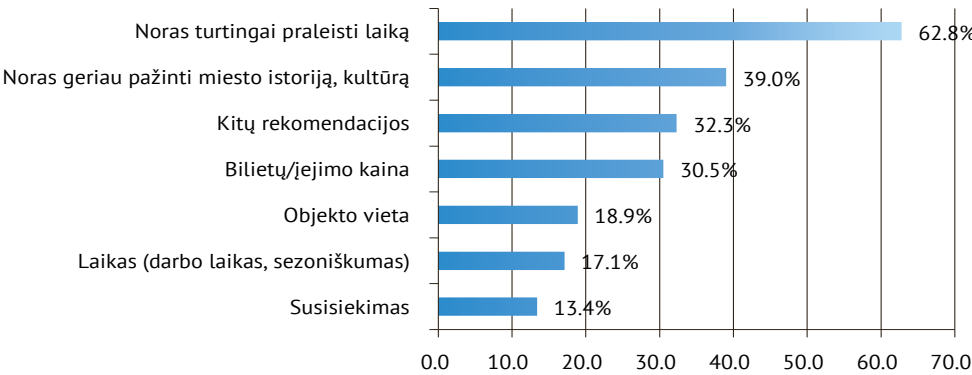
Dažniausiai Kauno miesto gyventojai linkę lankyti turistinius objektus su šeima arba su draugais. Tik 1 iš 20 Kauno miesto gyventojų linkęs lankyti turistinius objektus vienas.

4.2.5 pav. Respondentai dažniausiai lanko turistinius objektus



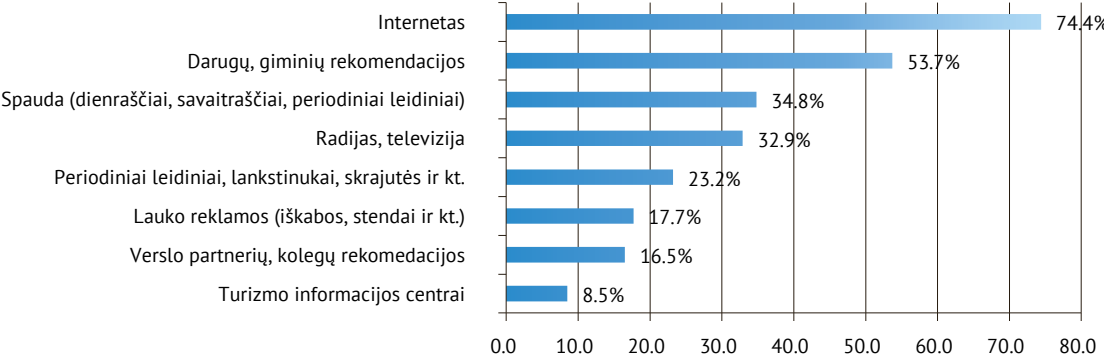
Pagrindinis Kauno miesto gyventojams įtaką darantys veiksnys – noras turiningai praleisti laiką. Taip pat apie trečdalį Kauno miesto gyventojų pasirenka lankytinus objektus, vadovaudamiesi kitų rekomendacijomis, bilietų kainomis arba noru geriau pažinti miesto istoriją, kultūrą.

4.2.6 pav. Kauno miesto lankytinų objektų pasirinkimą įtakoiantys veiksniai



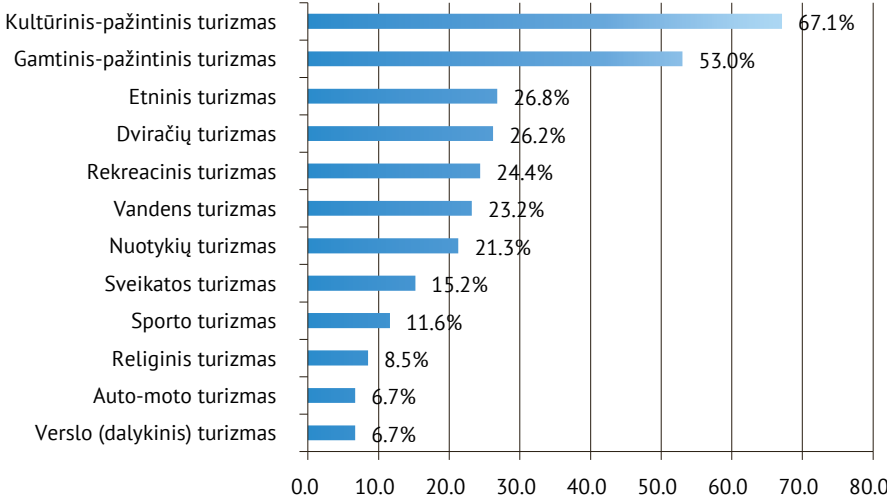
Pagrindinis informacijos šaltinis apie Kauno miesto lankytinus objektus yra internetas. Taip pat daugiau nei pusė respondentų apie lankytinus objektus sužino iš savo draugų ir pažįstamų.

4.2.7 pav. Informacijos apie Kauno miesto lankytinus objektus šaltiniai



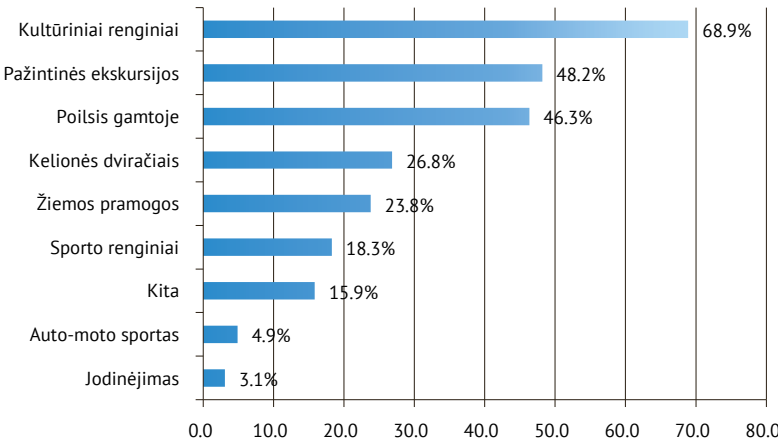
Iš grafiko matome, kad aktualiausios turizmo sritys daugiau nei pusei apklaustųjų Kauno miesto gyventojų yra kultūrinis-pažintinis bei gamtinis-pažintinis turizmas. Kitos turizmo sritys aktualiausios ketvirtadaliui ir mažiau, todėl kultūrinis-pažintinis ir gamtinis-pažintinis turizmas turi būti daugiausiai plėtojami Kauno mieste.

4.2.8 pav. Aktualiausios turizmo sritys Kauno mieste



Apklaustiems Kauno miesto gyventojams aktualiausios pramogos yra pažintinės ekskursijos ir poilsis gamtoje. Tačiau, beveik penktadalis Kauno miesto gyventojų mėgsta praleisti savo laisvalaikį keliaujant dviračiais, dalyvaujant žiemos pramogose ir sporto renginiuose.

4.2.9 pav. Aktualiausios pramogos Kauno mieste



Pastebėta, kad lytis daro įtaką pažintinių ekskursijų pasirinkimui. Moterys statistiškai reikšmingai dažniau pasirenka pažintines ekskursijas, net 89,9 proc. iš tų, kurie pažintines ekskursijas pasirenka kaip aktualiausias pramogas Kauno mieste, yra moterys (ryšys tarp kintamųjų Pearson Chi-Square $p=0,002$, $p<0,05$).

Analizuojant, kas daro įtaką pasirenkant kultūrinius renginius, pastebėta, kad statistiškai reikšmingai dažniau juos pasirenka moterys (89,4 proc. iš pasirinkusiųjų), 26-55 metų gyventojai (apie 25 proc. iš pasirinkusiųjų), gyventojai, gaunantys nuo 701 iki 3500 litų per mėnesį (apie 29 proc. iš pasirinkusiųjų) ir dirbantys tarnautojų darbą (50,4 proc. iš pasirinkusiųjų) (ryšys tarp kintamųjų Pearson Chi-Square $p=0,000$, $p=0,015$, $p=0,01$, $p=0,019$; $p<0,05$).

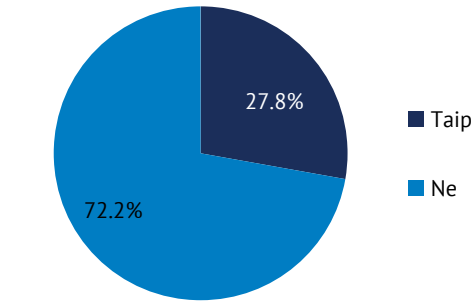
Kalbant apie sporto renginius, juos dažniausiai pasirenka 26-35 metų Kauno miesto gyventojai (46,7 proc. iš pasirinkusiųjų), kurie gauna pajamas nuo 701 iki 3500 litų per mėnesį (apie 25 proc. iš pasirinkusiųjų) (ryšys tarp kintamųjų Pearson Chi-Square $p=0,027$, $p=0,02$; $p<0,05$).

Auto-moto sportą statistiškai reikšmingai dažniau pasirenka 25-36 metų Kauno miesto gyventojai (50 proc. iš pasirinkusiųjų), turintys aukštąjį išsilavinimą (37,5 proc. iš pasirinkusiųjų) arba mokiniai, studentai (37,5 proc. iš pasirinkusiųjų), gaunantys iki 700Lt per mėnesį (50 proc. iš pasirinkusiųjų) (ryšys tarp kintamųjų Pearson Chi-Square $p=0,000$, $p=0,001$, $p=0,000$, $p=0,002$; $p<0,05$).

Keliones dviračiais statistiškai reikšmingai dažniau pasirenka moterys – net 70,5 proc. iš tų, kuriems tai yra aktuali pramoga (ryšys tarp kintamųjų Pearson Chi-Square $p=0,039$, $p<0,05$).

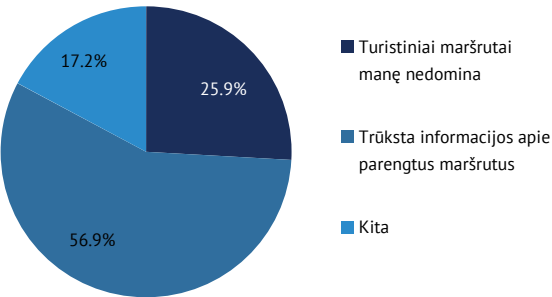
Matome, kad didžioji dalis Kauno miesto gyventojų nėra keliavę parengtais turistiniais maršrutais ir nėra dalyvavę Turizmo informacijos centro organizuojamose ekskursijose.

4.2.10 pav. Keliavimas parengtais turistiniais maršrutais ir dalyvavimas Turizmo informacijos centro organizuojamose ekskursijose



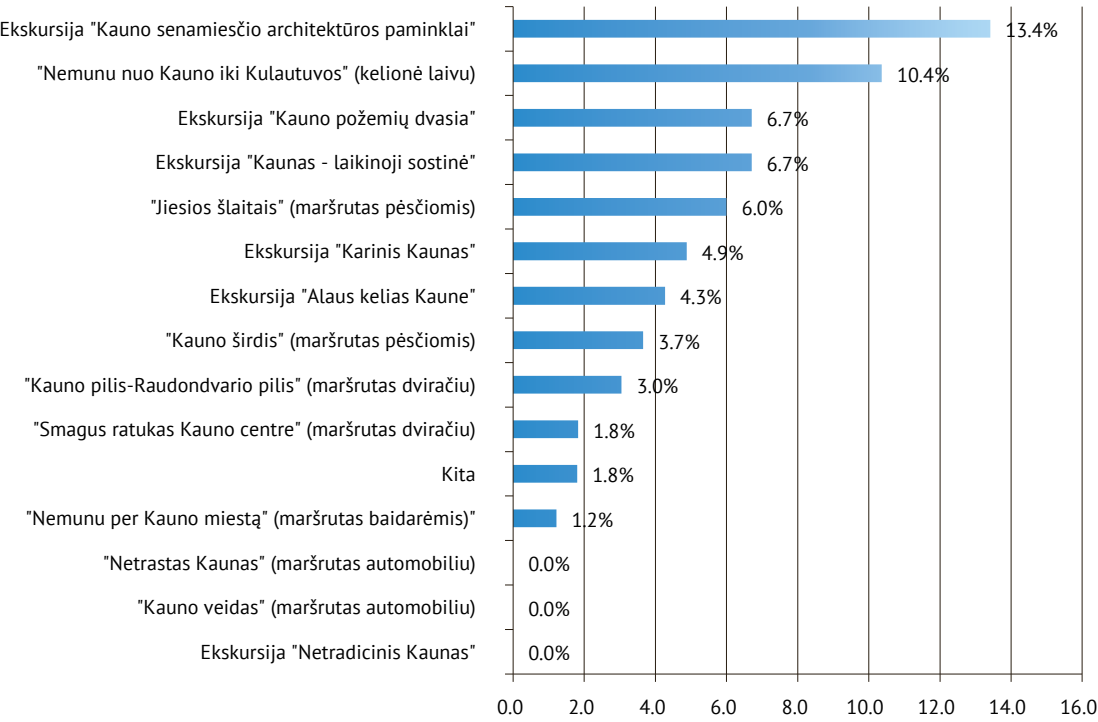
Į klausimą atsakė 116 respondentų iš 117, kurie turėjo į jį atsakinėti. Iš grafiko matome, kad daugeliui Kauno miesto gyventojų trūksta informacijos apie parengtus turistinius maršrutus. Taip pat verta atkreipti dėmesį, kad beveik penktadalis respondentų pažymėjo, kad tokie maršrutai jų nedomina. Respondentai taip pat paminėjo, kad nekeliauja turistiniais maršrutais dėl laiko stokos, sveikatos, dėl to, kad jie nėra pritaikyti keliauti su mažais vaikais.

4.2.11 pav. Priežastys, kodėl nekeliauja parengtais turistiniais maršrutais



Populiariausios ekskursijos tarp Kauno miesto gyventojų, kurie dalyvavo Turizmo informacijos centro organizuojamose ekskursijose, yra ekskursija „Kauno senamiesčio architektūros paminklai“ ir „Nemunu nuo Kauno iki Kulautuvos“ (kelionė laivu).

4.2.12 pav. Turistiniai maršrutai, ekskursijos, kuriuose dalyvavo



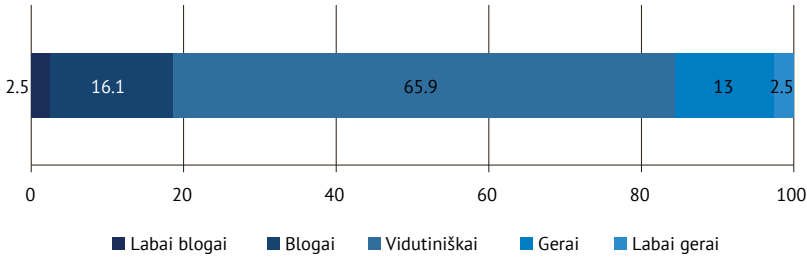
Pastebėta, kad statistiškai reikšmingai dažniau ekskursiją „Kauno senamiesčio architektūros paminklai“ pasirenka vyresnio 46-65 metų amžiaus žmonės (apie 30 proc. iš pasirinkusiųjų), gaunantys pajamas 2501-3500 litų per mėnesį (27,3 proc. iš pasirinkusiųjų) ir dirbantys tarnautojais (40,9 proc. iš pasirinkusiųjų) (ryšys tarp kintamųjų Pearson Chi-Square $p=0,005$, $p=0,03$, $p=0,006$; $p<0,05$).

Taip pat egzistuoja ryšys tarp ekskursijos „Smagus ratukas Kauno centre“ pasirinkimo ir gyventojų užimtumo. Darbuotojai ir nedirbantys statistiškai reikšmingai dažniau pasirenka tokią ekskursiją negu kiti (33,3 proc. iš pasirinkusiųjų) (ryšys tarp kintamųjų Pearson Chi-Square $p=0,002$, $p<0,05$).

4.3. Kauno miesto infrastruktūros išvystymas bei turizmo paslaugų kokybė

Kaip matome, daugelis Kauno miesto patrauklumą turistams įvertina vidutiniškai. Bendras pasitenkinimo indeksas yra 2,98 (visų atsakiusiųjų įvertinimų vidurkis).

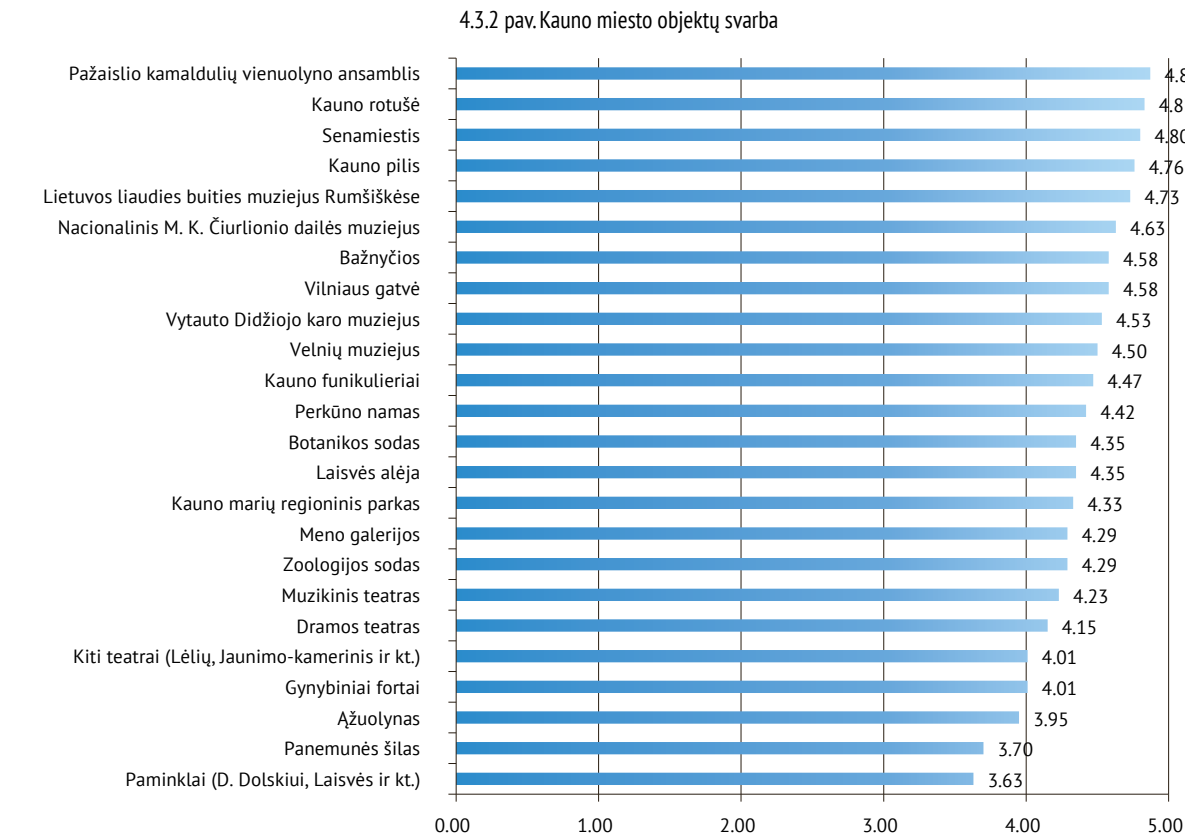
4.3.1 pav. Kauno miesto patrauklumas turistams



Pastebėta, kad vyresnio amžiaus žmonės (nuo 66 m. ir daugiau) blogiau vertina Kauno miesto patrauklumą turistams. Jų vidurkis statistiškai reikšmingai žemesnis negu kitų. Taip pat blogiau vertina Kauno miesto gyventojai, kurių išsilavinimas yra nebaigtas vidurinis arba vidurinis (ryšys tarp kintamųjų Pearson Chi-Square $p=0,043$, $p=0,001$, $p=0,000$; $p<0,05$).

Tačiau Kauno miesto gyventojai, kurių pajamos yra 1501-2500 litų per mėnesį, linkę geriau negu kiti vertinti Kauno miesto patrauklumą turistams (ryšys tarp kintamųjų Pearson Chi-Square $p=0,021$, $p<0,05$).

Žiūrint bendrai, visų Kauno miesto lankytinų objektų svarbą respondentai įvertino teigiamai, t. y. visi jie svarbūs Kauno miestui. Respondentų prašyta penkiabalėje sistemoje įvertinti kiekvieną iš šių lankytinų objektų pagal svarbumą Kauno turizmui. Šiame grafike pavaizduoti visų respondentų įvertinimų vidurkiai kiekvienam objektui. Išsiskiria Lietuvos liaudies buities muziejus Rumšiškėse, Pažaislio kamaldulių vienuolyno ansamblis, senamiestis, Kauno pilis ir Kauno rotušė. Šiuos objektus Kauno miesto gyventojai vertina ypač gerai.



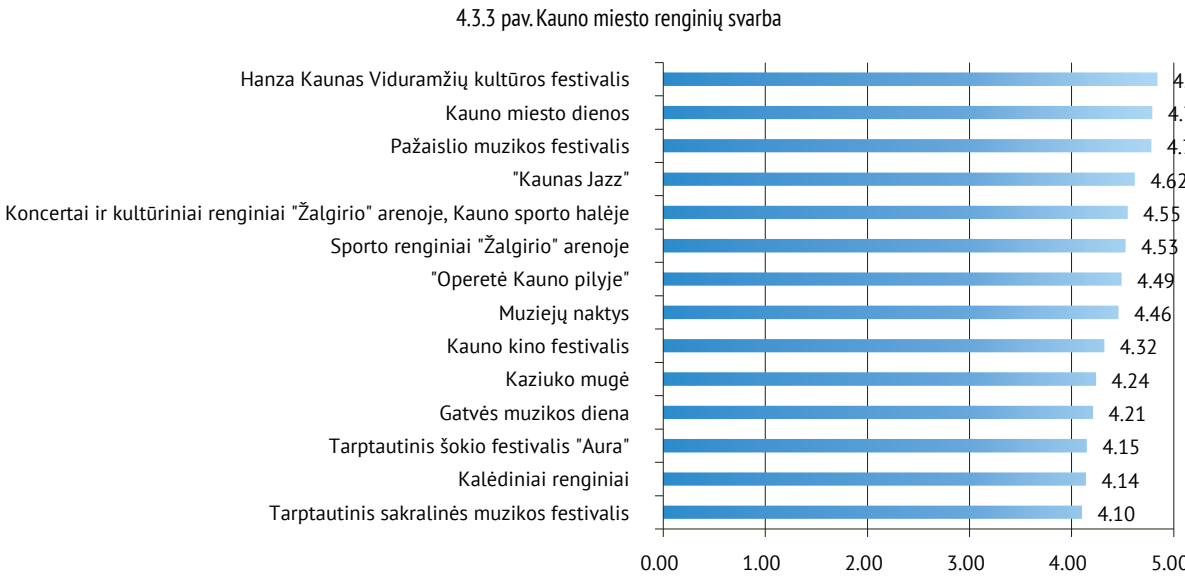
Pastebėta, kad lytis daro įtaką Kauno miesto lankytinų objektų įvertinimui. Moterys statistiškai reikšmingai geriau įvertina beveik visus objektus. Taip pat vyresni nei 46 metų Kauno miesto gyventojai statistiškai reikšmingai geriau vertina tokius objektus, kaip Kauno rotušė, Vilniaus gatvė, nacionalinis M.K. Čiurlionio dailės muziejus, Velnių muziejus, Vytauto Didžiojo karo muziejus, Kauno funikulieriai, gynybiniai fortai, zoologijos sodas, meno galerijos (ryšys tarp kintamųjų Pearson Chi-Square $p=0,006$, $p=0,015$, $p=0,003$, $p=0,011$, $p=0,015$, $p=0,008$, $p=0,004$, $p=0,023$, $p=0,034$; $p<0,05$).

Išsiaiškinome, kad Kauno marių regioninį parką ir Panemunės šilą statistiškai reikšmingai geriau vertina respondentai, turintys aukštąjį išsilavinimą (ryšys tarp kintamųjų Pearson Chi-Square $p=0,019$, $p=0,001$; $p<0,05$).

Pastebėta, kad Kauno miesto gyventojai, kurių pajamos yra žemesnės nei 700 litų per mėnesį, statistiškai reikšmingai blogiau vertina tokius lankytinus objektus, kaip senamiestis, Vilniaus gatvė, Lietuvos liaudies buities muziejus ir meno galerijos (ryšys tarp kintamųjų Pearson Chi-Square $p=0,042$, $p=0,017$, $p=0,037$, $p=0,022$; $p<0,05$).

Pažymėtina, kad pensininkai statistiškai reikšmingai geriau vertina tokius Kauno miesto lankytinus objektus, kaip Kauno funikulieriai, paminklai, meno galerijos. Tačiau, pensininkai statistiškai reikšmingai blogiau vertina tokius objektus – gynybiniai fortai, Kauno marių regioninis parkas, Panemunės šilas (ryšys tarp kintamųjų Pearson Chi-Square $p=0,001$, $p=0,03$, $p=0,04$, $p=0,01$, $p=0,003$, $p=0,026$; $p<0,05$).

Respondentų penkiabalėje sistemoje prašyta įvertinti renginius pagal svarbą Kauno miesto turizmo plėtrai. Grafike yra pavaizduoti įvertinimų vidurkiai. Iš grafiko matome, kad bendrai visi renginiai Kauno mieste įvertinti teigiamai. Išsiskiria Hanza Kaunas Viduramžių kultūros festivalis, Kauno miesto dienos ir Pažaislio muzikos festivalis. Šiuos renginius Kauno miesto gyventojai vertina ypač gerai, kaip svarbius Kauno miesto turizmo plėtrai.



Pastebėta, kad moterys statistiškai reikšmingai geriau įvertina tokius Kauno miesto renginius, kaip Kauno kino festivalis, „Operetės Kauno pilyje“, Pažaislio muzikos festivalis, tarptautinis sakralinės muzikos festivalis, tarptautinis šokio festivalis „Aura“, kalėdiniai renginiai (ryšys tarp kintamųjų Pearson Chi-Square $p=0,002$, $p=0,000$, $p=0,016$, $p=0,005$, $p=0,015$, $p=0,002$; $p<0,05$).

Taip pat, reikia atkreipti dėmesį, kad vyresni nei 46 m. Kauno miesto gyventojai statistiškai reikšmingai geriau vertina Pažaislio muzikos festivalį negu kiti (ryšys tarp kintamųjų Pearson Chi-Square $p=0,003$, $p<0,05$).

Pastebėta, kad kuo aukštesnį išsilavinimą turi Kauno miesto gyventojai, tuo geriau jie vertina tokius renginius, kaip Pažaislio muzikos festivalis, „Kaunas Jazz“, tarptautinis sakralinės muzikos festivalis (ryšys tarp kintamųjų Pearson Chi-Square $p=0,000$, $p=0,006$, $p=0,009$; $p<0,05$).

Reikia atkreipti dėmesį, kad kuo aukštesnės yra pajamos, tuo blogiau Kauno miesto gyventojai vertina renginį muziejų naktys (ryšys tarp kintamųjų Pearson Chi-Square $p=0,019$, $p<0,05$).

Nedirbantys Kauno miesto gyventojai ir pensininkai statistiškai reikšmingai geriau vertina tarptautinį šokio festivalį „Aura“ negu kiti (ryšys tarp kintamųjų Pearson Chi-Square $p=0,012$, $p<0,05$).

Respondentų prašyta įvertinti Kauno miesto paslaugas bei kitus aspektus penkiabalėje sistemoje. Iš grafiko matome, kad nei vienu aspektu Kauno miesto gyventojai nėra patenkinti labai gerai, geriausi įvertinimai nesiekia net 4 balų. Geriausius įvertinimus pelnė Kauno miesto muziejuose teikiamų paslaugų kaina, maitinimo paslaugų pasiūla, muziejų darbo laikas ir muziejuose teikiamų paslaugų kokybė. Blogiausius – laisvalaikio ir poilsio zonų būklė, dviračių takų būklė, vandens turizmo paslaugų kaina, kultūros paveldo objektų būklė, vandens turizmo infrastruktūros būklė, dviračių takų pakankamumas ir vandens turizmo paslaugų pasiūla.

4.3.4. pav. Kauno miesto paslaugų ir kitų aspektų įvertinimas



Pastebėta, kad vyresnio amžiaus žmonės (daugiau nei 66 m.) statistiškai reikšmingai dažniau geriau vertina pramogų, sveikatingumo ir susisiekimo paslaugų pasiūlą, kainas ir kokybę negu kiti. Išsiskiria tik susisiekimo kokybė, kurią vyresnio amžiaus žmonės bei jaunesni nei 35 metų linkę vertinti geriau nei kiti (ryšys tarp kintamųjų Pearson Chi-Square $p=0,036$, $p=0,046$, $p=0,012$, $p=0,003$, $p=0,006$; $p<0,05$).

Taip pat verta atkreipti dėmesį į tai, kad vyresnio amžiaus žmonės statistiškai reikšmingai blogiau vertina tokias paslaugas, kaip gidų paslaugos, kultūros paveldo objektų pasiekiamumas, dviračių takų pakankamumas, vandens turizmo infrastruktūros būklė ir paslaugų pasiūla, muziejų būklė (ryšys tarp kintamųjų Pearson Chi-Square $p=0,013$, $p=0,007$, $p=0,035$, $p=0,022$, $p=0,004$; $p<0,05$).

Analizuojant pastebėta, jog, kuo aukštesnį išsilavinimą turi Kauno miesto gyventojai, tuo geriau jie vertina tokias paslaugas ir aspektus, kaip pramogų kokybė, informacijos užsienio kalba prieinamumas ir pakankamumas, informacijos apie lankytinus objektus pakankamumas, kultūros paveldo objektų pasiekiamumas, dviračių takų būklė ir pakankamumas, vandens turizmo infrastruktūros būklė, pasiūla ir paslaugų kaina, muziejuose teikiamų paslaugų kokybė ir kaina, muziejų darbo laikas. Tačiau statistiškai reikšmingai nei kiti blogiau vertina gidų paslaugas Kauno mieste (ryšys tarp kintamųjų Pearson Chi-Square

$p=0,046$, $p=0,025$, $p=0,003$, $p=0,041$, $p=0,021$, $p=0,036$, $p=0,000$, $p=0,001$, $p=0,024$, $p=0,009$, $p=0,011$, $p=0,036$, $p=0,02$, $p=0,021$; $p<0,05$).

Pastebėta, kad kuo aukštesnės yra Kauno gyventojų pajamos, tuo blogiau jie vertina Kauno miesto dviračių takų pakankamumą, vandens turizmo infrastruktūros būklę ir paslaugų kainą, muziejų darbo laiką, kultūros paveldo objektų būklę (ryšys tarp kintamųjų Pearson Chi-Square $p=0,039$, $p=0,024$, $p=0,024$, $p=0,001$, $p=0,002$; $p<0,05$).

Taip pat verta atkreipti dėmesį, kad Kauno miesto gyventojai, kurių pajamos daugiau nei 3501 litų per mėnesį, statistiškai reikšmingai blogiau vertina susisiekimo visuomeniniu transportu paslaugų kokybę nei kiti (ryšys tarp kintamųjų Pearson Chi-Square $p=0,017$; $p<0,05$).

Analizuojant Kauno miesto paslaugas ir gyventojų užimtumą išsiaiškinome, kad pensininkai statistiškai reikšmingai geriau nei kiti vertina susisiekimo visuomeniniu transportu paslaugų kokybę, kultūros paveldo objektų pasiekiamumą, dviračių takų pakankamumą ir muziejų būklę (ryšys tarp kintamųjų Pearson Chi-Square $p=0,009$, $p=0,005$, $p=0,007$, $p=0,002$; $p<0,05$).

Tačiau pensininkai yra linkę statistiškai reikšmingai blogiau nei kiti vertinti sveikatingumo paslaugų pasiūlą, kainą ir kokybę, kultūros paveldo objektų būklę (ryšys tarp kintamųjų Pearson Chi-Square $p=0,032$, $p=0,029$, $p=0,000$, $p=0,04$; $p<0,05$).

Taip pat mokiniai, studentai ir pensininkai statistiškai reikšmingai blogiau vertina pramogų kainą. Be to, mokiniai, studentai, pensininkai ir nedirbantys yra linkę blogiau nei kiti vertinti gidų paslaugas ir muziejų darbo laiką. O pensininkai ir nedirbantys statistiškai reikšmingai blogiau nei kiti vertina turizmo maršrutų pasiūlą ir muziejuose teikiamų paslaugų kokybę (ryšys tarp kintamųjų Pearson Chi-Square $p=0,04$, $p=0,018$, $p=0,000$, $p=0,033$, $p=0,003$; $p<0,05$).

Kalbant apie verslininkus, jie statistiškai reikšmingai blogiau nei kiti vertina Kauno miesto vandens turizmo paslaugų pasiūlą, būklę ir kainą, tačiau studentai atvirkščiai linkę vertinti kainą geriau nei kiti (ryšys tarp kintamųjų Pearson Chi-Square $p=0,037$, $p=0,022$, $p=0,001$; $p<0,05$).

Respondentų prašyta parašyti kokių turizmo paslaugų jų nuomone trūksta Kaune. Į klausimą atsakė 49 respondentai iš 164. Iš grafiko matome, kad daugiausiai trūksta kompleksinių paslaugų, paslaugų pavieniams turistams, sveikatingumo ir pigesnių paslaugų, ekskursijų, renginių.

4.3.5. pav. Trūkstamos turizmo paslaugos Kaune



Pastebėta, kad moterims statistiškai reikšmingai dažniau rūpi pramogos su vaikais, o vyrams dviračių takai (ryšys tarp kintamųjų Pearson Chi-Square $p=0,009$; $p<0,05$).

1 priedas. Kauno miesto svečių lūkesčių bei Kauno miesto turizmo produktų ir paslaugų poreikio Kauno mieste tyrimo anketa

Gerbiami Turistai,

Kviečiame Jus dalyvauti Kauno miesto turizmo tyrime, kurio tikslas – išsiaiškinti Kauno miesto svečių lūkesčius bei nustatyti Kauno miesto turizmo produktų ir paslaugų poreikį. Jūsų nuoširdūs atsakymai į pateiktus klausimus padės išsiaiškinti esamą turizmo situaciją Kauno mieste ir planuoti jai palankius pokyčius. Todėl būtume dėkingi, jei sutiktumėte dalyvauti apklausoje ir prisidėtumėte prie Kauno miesto turizmo vystymo.

Apie klausimyno pildymą

Atsakant į 1-22 ir 27 klausimus, pažymėkite jums tinkančius variantus užbraukiant kryželiu ☒, o jei pildote elektroninį anketos variantą – paspaudus pelės žymekliui atitinkamą langelį. Dalyje klausimų, neradus tinkamo atsakymo varianto – galite pažymėti „kita“ ir įrašyti savo variantą.

Atsakant į 23-25 klausimus, išreikškite savo pritarimą/nepritaringą pateiktiems teiginiams, užbraukiant kryželiu ☒ Jūsų nuomonę atitinkantį raidinį atitikmenį:

☐ „Tikrai taip“ reiškia visišką pritarimą.

☐ „Tikrai ne“ – visišką nepritaringą.

☐ Jei Jūsų pritarimas ar nepritaringas teiginiui yra dalinis, prašome rinktis raidinius atitikmenis „greičiau jau taip“ ar „greičiau jau ne“.

☐ Jei neturite aiškos nuomonės pateikto teiginio atžvilgiu, galimas Jūsų atsakymo variantas – „gal, sunku pasakyti“.

☐ Jei nesate girdėję, lankę išvardintų objektų, renginių ar nesinaudojote išvardintomis paslaugomis, galimas Jūsų atsakymo variantas „Negaliu atsakyti“.

Atsakant į 26 klausimą, išreikškite savo nuomonę įrašydami ją į tuščias eilutes.

I. DEMOGRAFINIAI DUOMENYS

1. Jūsų lytis:

☐ Moteris ☐ Vyras

2. Jūsų amžius:

☐ iki 18 m. ☐ 26-35 m. ☐ 46-55 m. ☐ 66 ir daugiau m.
☐ 19-25 m. ☐ 36-45 m. ☐ 56-65 m.

3. Jūsų išsilavinimas:

☐ Nebaigtas vidurinis ☐ Spec. vidurinis ☐ Aukštasis universitetinis
☐ Vidurinis ☐ Aukštasis neuniversitetinis ☐ Nebaigtas vidurinis

4. Jūsų gaunamos pajamos Lt per mėnesį:

☐ Iki 700Lt ☐ 701-1500Lt ☐ 1501-2500 Lt ☐ 2501-3500 Lt ☐ daugiau nei 3501 Lt

5. Jūsų užimtumas:

☐ Moksleivis/studentas
☐ Verslininkas
☐ Tarnautojas
☐ Darbuotojas
☐ Nedarbantis (bedarbis, namų šeimininkė)
☐ Pensininkas (-ė)
☐ Kita (įrašykite) _____

6. Kokiam mieste gyvenate? (įrašykite) _____

II. KAUNO Miesto turistų keliaavimo įpročiai ir apsisprendimą keliauti įtakojantys veiksniai

7. Kiek kartų per metus keliaujate? (įrašykite) _____

8. Kokiu metų laiku dažniausiai atostogaujate?

☐ Pavasarį ☐ Vasarą ☐ Rudenį ☐ Žiemą

9. Kiek skiriate lėšų, turistinėms kelionėms Lt/1 asmeniui?

☐ iki 200 Lt ☐ 501-1000 Lt ☐ 2001-3000 Lt
☐ 201-500 Lt ☐ 1001-2000 Lt ☐ 3001 Lt ir daugiau

10. Kiek kartų esate lankęsi Kauno mieste?

☐ 3001 Lt ir daugiau Esu buvęs 1 kartą
☐ 3001 Lt ir daugiau Esu buvęs 2-5 kartus
☐ 3001 Lt ir daugiau Lankausi čia nuolatos

11. Kas įtakojo Jūsų apsisprendimą aplankyti Kauno miestą?

☐ Išskirtiniai lankytini objektai
☐ Patogus susisiekimas
☐ Žemos paslaugų kainos
☐ Noras geriau pažinti Kauną, Lietuvą
☐ Noras turiningai praleisti laiką
☐ Kitų rekomendacijos
☐ Kita (įrašykite) _____

12. Kiek laiko truko Jūsų paskutinė viešnagė Kauno mieste?

☐ Vieną dieną (be nakvynės)
☐ Vieną parą
☐ 2-3 paras
☐ Savaitę
☐ Ilgiau kaip savaitę

13. Kokios rūšies transportu naudojotės atvykdami į Kauną?

☐ Lėktuvu
☐ Traukiniu
☐ Autobusu
☐ Organizuotos ekskursijos autobusu
☐ Automobiliu (nuosavu, draugų, įmonės)
☐ Automobiliu (nuomotu)
☐ Dviračiu
☐ Kita (įrašykite) _____

14. Koks pagrindinis Jūsų apsilankymo Kauno mieste tikslas? (galimi keli atsakymo variantai)

- ☐ Darbas (verslo reikalai, komandiruotė ir pan.)
- ☐ Mokymasis (seminaras, konferencija, studijos ir pan.)
- ☐ Kultūrinių renginių lankymas
- ☐ Sporto renginių lankymas
- ☐ Turistinių objektų lankymas
- ☐ Sveikatinimasis
- ☐ Tranzitu vykstančių sustojimas
- ☐ Poilsis/atostogos
- ☐ Savaitgalio praleidimas
- ☐ Draugų, giminių lankymas
- ☐ Kita (įrašykite)_____

15. Kokiais informacijos šaltiniais naudojotės ruošdamiesi aplankyti Kauno miestą? (galimi keli atsakymo variantai)

- ☐ Lauko reklamos (iškabos, stendai ir kt.)
- ☐ Periodiniai leidiniai, lankstinukai, skrajutės ir kt.
- ☐ Spauda (dienraščiai, savaitraščiai, periodiniai leidiniai)
- ☐ Turizmo ir kelionių agentūros
- ☐ Turizmo informacijos centrai
- ☐ Turizmo informacijos centrai užsienyje
- ☐ Tarptautinės parodos
- ☐ Radijas, televizija
- ☐ Internetas
- ☐ Draugai, giminės
- ☐ Verslo partneriai, kolegos
- ☐ Ankstesnių vizitų į Kauną patirtis
- ☐ Kita (įrašyti)_____

16. Kurios turizmo sritys Jums aktualiausios Kauno mieste? (galimi keli atsakymo variantai)

- ☐ Gamtinis-pažintinis turizmas
- ☐ Kultūrinis-pažintinis turizmas
- ☐ Etninis turizmas (tradicinių vietos švenčių minėjimas, amatai)
- ☐ Religinis turizmas
- ☐ Rekreacinis turizmas
- ☐ Sveikatos turizmas
- ☐ Verslo (dalykinis) turizmas
- ☐ Auto-moto turizmas
- ☐ Sporto turizmas
- ☐ Dviračių turizmas
- ☐ Vandens turizmas
- ☐ Nuotykių turizmas
- ☐ Kita (įrašykite)_____

17. Kurios pramogos Jums aktualiausios Kauno mieste? (galimi keli atsakymo variantai)

- ☐ Pažintinės ekskursijos
- ☐ Kultūriniai renginiai
- ☐ Poilsis gamtoje
- ☐ Sporto renginiai
- ☐ Auto-moto sportas
- ☐ Kelionės dviračiais
- ☐ Jodinėjimas
- ☐ Vandens pramogos

- ☐ Žiemos pramogos
- ☐ Kita (įrašykite)_____

18. Kas įtakoja Jūsų sprendimą pasirenkant Kauno miesto lankytinus objektus? (galimi keli atsakymo variantai)

- ☐ Susisiekimas
- ☐ Bilietų/įėjimo kaina
- ☐ Noras geriau pažinti miesto istoriją, kultūrą
- ☐ Noras turiningai praleisti laiką
- ☐ Kitų rekomendacijos
- ☐ Laikas (darbo laikas, sezoniškumas)
- ☐ Objekto vieta
- ☐ Kita (įrašykite)_____

19. Ar esate keliavę parengtais Kauno miesto turistiniais maršrutais ar dalyvavę Turizmo informacijos centro organizuojamose ekskursijose?

- ☐ Taip (pereikite prie 21 klausimo)
- ☐ Ne (atsakę į 20 klausimą, pereikite prie 22 klausimo)

20. Kodėl nesate keliavę parengtais turistiniais maršrutais?

- ☐ Turistiniai maršrutai manęs nedomina
- ☐ Trūksta informacijos apie parengtus maršrutus
- ☐ Kita (įrašykite)_____

21. Pažymėkite, kokiais turistiniais maršrutais esate keliavę ar dalyvavę Turizmo informacijos centro organizuojamose ekskursijose? (galimi keli atsakymo variantai)

- ☐ Ekskursija „Alaus kelias Kaune“
- ☐ Ekskursija „Karinis Kaunas“
- ☐ Ekskursija „Kaunas – laikinoji sostinė“
- ☐ Ekskursija „Kauno požemių dvasia“
- ☐ Ekskursija „Kauno senamiesčio architektūros paminklai“
- ☐ Ekskursija „Netradicinis Kaunas“
- ☐ „Nemunu nuo Kauno iki Kulautuvos“ (kelionė laivu)
- ☐ „Nemunu per Kauno miestą“ (maršrutas baidarėmis)
- ☐ „Kauno veidas“ (maršrutas automobiliu)
- ☐ „Neatrastas Kaunas“ (maršrutas automobiliu)
- ☐ „Smagus ratukas Kauno centre“ (maršrutas dviračiu)
- ☐ „Kauno pilis-Raudondvario pilis“ (maršrutas dviračiu)
- ☐ „Kauno širdis“ (maršrutas pėsčiomis)
- ☐ „Jiesios šlaitais“ (maršrutas pėsčiomis)
- ☐ Kita (įrašykite)_____

III. KAUNO MIESTO INFRASTRUKTŪROS IŠVYSTYMAS BEI TURIZMO PASLAUGŲ KOKYBĖ

22. Kaip Jūs įvertintumėte Kauno miesto patrauklumą turistams ?

- ☐ Labai gerai
- ☐ Gerai
- ☐ Vidutiniškai
- ☐ Blogai
- ☐ Labai blogai

23. Ar pritariate, kad Kauno miesto turizmo vystymui svarbūs šie lankytini objektai:

Lankytini objektai	Tikrai ne	Greičiau jau ne	Gal, sunku atsakyti	Greičiau jau taip	Tikrai taip	Negaliu atsakyti
Kauno pilis	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Kauno rotušė	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Laisvės alėja	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Senamiestis	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Vilniaus gatvė	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Nacionalinis M. K. Čiurlionio dailės muziejus	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Velnių muziejus	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Vytauto Didžiojo karo muziejus	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Kauno funikulieriai	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Gynybiniai fortai	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Paminklai (D. Dolskiui, Laisvės ir kt.)	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Perkūno namas	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Bažnyčios	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Pažaislio kamaldulių vienuolyno ansamblis	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Kauno marių regioninis parkas	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ažuolynas	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Botanikos sodas	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Panemunės šilas	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Zoologijos sodas	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Lietuvos liaudies buities muziejus Rumšiškėse	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Muzikinis teatras	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Dramos teatras	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Kiti teatrai (lėlių, jaunimo-kamerinis ir kt.)	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Meno galerijos	☐	☐	☐	☐	☐	☐

24. Ar pritariate, kad Kauno miesto turizmo vystymui svarbūs šie renginiai:

Renginiai	Tikrai ne	Greičiau jau ne	Gal, sunku atsakyti	Greičiau jau taip	Tikrai taip	Negaliu atsakyti
Kauno miesto dienos	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Hanza Kaunas Viduramžių kultūros festivalis	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Kaziuko mugė	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Muziejų naktys	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Kauno kino festivalis	☐	☐	☐	☐	☐	☐
„Operetė Kauno pilyje“	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Pažaislio muzikos festivalis	☐	☐	☐	☐	☐	☐
„Kaunas Jazz“	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Tarptautinis sakralinės muzikos festivalis	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Gatvės muzikos diena	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Sporto renginiai „Žalgirio“ arenoje	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Koncertai ir kultūriniai renginiai „Žalgirio“ arenoje, Kauno sporto halėje	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Tarptautinis šokio festivalis „Aura“	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Kalėdiniai renginiai	☐	☐	☐	☐	☐	☐

25. Ar jus tenkina žemiau išvardinti aspektai:

	Tikrai ne	Greičiau jau ne	Gal, sunku atsakyti	Greičiau jau taip	Tikrai taip	Negaliu atsakyti
Apgyvendinimo paslaugų pasiūla	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Apgyvendinimo paslaugų kaina	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Apgyvendinimo paslaugų kokybė	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Maitinimo paslaugų pasiūla	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Maitinimo paslaugų kaina	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Maitinimo paslaugų kokybė	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Kultūros renginių pasiūla	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Kultūros renginių įvairovė	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Pramogų pasiūla	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Pramogų kaina	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Pramogų kokybė	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Sveikatingumo paslaugų pasiūla	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Sveikatingumo paslaugų kaina	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Sveikatingumo paslaugų kokybė	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Susisiekimo visuomeniniu transportu paslaugų kokybė	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Susisiekimo visuomeniniu transportu kaina	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Gidų paslaugos	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Informacijos užsienio kalba prieinamumas	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Informacinių ženklų, stendų ir kt. pakankamumas	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Informacijos leidinių (bukletų, vadovų, žemėlapių) įvairovė	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Informacijos leidinių užsienio kalba įvairovė	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Informacijos apie lankytinus objektus pakankamumas	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Informacijos apie renginius pakankamumas	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Informacijos apie turistinius maršrutus pakankamumas	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Turizmo maršrutų pasiūla	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Kultūros paveldo objektų būklė	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Kultūros paveldo objektų pasiekiamumas	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Laisvalaikio ir poilsio zonų būklė	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Dviračių takų būklė	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Dviračių takų pakankamumas	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Vandens turizmo infrastruktūros būklė	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Vandens turizmo paslaugų pasiūla	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Vandens turizmo paslaugų kaina	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Muziejų būklė	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Muziejuose teikiamų paslaugų (gidai, edukacinės programos ir kt.) kokybė	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Muziejuose teikiamų paslaugų kaina	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Muziejų darbo laikas	☐	☐	☐	☐	☐	☐

26. Kokių turizmo paslaugų Kauno mieste trūksta? (įrašykite)

27. Ar norėtumėte dar kartą apsilankyti Kauno mieste per artimiausius 5 metus?

☐ Taip ☐ Ne ☐ Nežinau

2 priedas. Kauno miesto svečių lūkesčių bei Kauno miesto turizmo produktų ir paslaugų poreikio Kauno mieste tyrimo suvestinė lentelė

KL. Nr.	Atsakymo variantas	Vidurkis*	Atsakiusiųjų skaičius (N)	Respondentų vertinimas (%)
I. DEMOGRAFINIAI RODIKLIAI				
1. Lytis				
1.1	Moterys	-	139	58,4
1.2	Vyrai	-	99	41,6
2. Amžius				
2.1	Iki 18	-	5	2,1
2.2	19-25	-	83	34,0
2.3	26-35	-	57	23,8
2.4	36-45	-	27	11,3
2.5	46-55	-	39	16,3
2.6	56-65	-	19	7,9
2.7	65 ir daugiau	-	10	4,2
3. Išsilavinimas				
3.1	Nebaigtas vidurinis	-	4	1,7
3.2	Vidurinis	-	27	11,3
3.3	Spec. vidurinis	-	18	7,5
3.4	Aukštasis neuniversitetinis	-	52	21,7
3.5	Aukštasis universitetinis	-	139	57,9
4. Gaunamos pajamos Lt per mėnesį				
4.1	iki 700Lt	-	38	16,2
4.2	701-1500Lt	-	81	34,5
4.3	1501-2500Lt	-	56	23,8
4.4	2501-3500Lt	-	28	11,9
4.5	daugiau nei 3500Lt	-	32	13,6
5. Užimtumas				
5.1	Mokinys/studentas	-	55	23,0
5.2	Verslininkas	-	19	7,9
5.3	Tarnautojas	-	61	25,5
5.4	Darbuotojas	-	84	35,1
5.5	Nedirbantis (bedarbis, namų šeimininkė)	-	8	3,3
5.6	Pensininkas (-ė)	-	12	3,0
6. Gyvenamoji vieta				
6.1	Lietuvis	-	145	63,3
6.2	Užsienietis	-	84	36,7
II. KAUNO Miesto turistų keliaavimo įpročiai ir apsisprendimą keliauti įtakojantys veiksniai				
7. Kiek kartų per metus keliaujate?				
7.1	Iki 5 kartų	-	193	87,7
7.2	5-9 kartus	-	20	9,1
7.3	10 ir daugiau	-	7	3,2
8. Kokiu metų laiku dažniausiai atostogaujate?				
8.1	Pavasarį	-	37	15,4

KL. Nr.	Atsakymo variantas	Vidurkis*	Atsakiusiųjų skaičius (N)	Respondentų vertinimas (%)
8.2	Vasarą	-	209	87,1
8.3	Rudenį	-	32	13,3
8.4	Žiemą	-	20	8,3
9. Kiek skirate lėšų, turistinėms kelionėms Lt/1 asmeniui?				
9.1	iki 200Lt	-	45	18,7
9.2	201-500Lt	-	53	22,0
9.3	501-1000Lt	-	59	24,5
9.4	1001-2000Lt	-	36	14,9
9.5	2001-3000Lt	-	20	8,3
9.6	3001Lt ir daugiau	-	28	11,6
10. Kiek kartų esate lankęsi Kauno mieste?				
10.1	Esu čia pirmą kartą	-	57	23,7
10.2	Esu buvęs vieną kartą anksčiau	-	24	10,0
10.3	Esu buvęs 2-5 kartus	-	80	33,2
10.4	Lankausi čia nuolat	-	80	33,2
11. Kas daro įtaką Jūsų sprendimui aplankyti Kauno miestą?				
11.1	Kitų rekomendacijos	-	24	52,2
11.2	Noras geriau pažinti Kauną, Lietuvą	-	47	33,6
11.3	Noras turiningai praleisti laiką	-	46	32,9
11.4	Išskirtiniai lankytini objektai	-	29	20,7
11.5	Patogus susisiekimas	-	19	13,6
11.6	Giminės, artimieji, draugai	-	7	5,0
11.7	Žemos paslaugų kainos	-	5	3,6
11.8	Studijos, mokymai	-	5	3,6
11.9	Darbas	-	3	2,1
12. Kuriam laikui čia apsistojote				
12.1	Vienai dienai, parai	-	97	40,4
12.2	2-3 paroms	-	93	38,8
12.3	Savaitei	-	30	12,5
12.4	Ilgiau kaip savaitei	-	20	8,3
13. Kokios rūšies transportu naudojotės atvykdami į Kauną?				
13.1	Automobiliu (nuosavu, draugų, įmonės)	-	107	44,6
13.2	Autobusu	-	69	28,8
13.3	Lėktuvu	-	58	24,2
13.4	Traukiniu	-	41	17,1
13.5	Organizuotos ekskursijos autobusu	-	6	2,5
13.6	Automobiliu (nuomotu)	-	4	1,7
13.7	Dviračiu	-	1	0,4
14. Koks pagrindinis Jūsų apsilankymo Kauno mieste tikslas?				
14.1	Turistinių objektų lankymas	-	90	37,3
14.2	Draugų, giminų lankymas	-	76	31,5
14.3	Kultūrinių renginių lankymas	-	69	28,6
14.4	Savaitgalio praleidimas	-	55	22,8
14.5	Poilsis/atostogos	-	45	18,7
14.6	Mokymasis (seminaras, konferencija, studijos ir pan.)	-	42	17,4
14.7	Darbas (verslo reikalai, komandiruotė ir pan.)	-	41	17,0
14.8	Sporto renginių lankymas	-	27	11,2
14.9	Sveikatinimasis	-	11	4,6
14.10	Tranzitu vykstančių sustojimas	-	6	2,5
15. Kokiais informacijos šaltiniais naudojotės ruošdamiesi aplankyti Kauno miestą?				
15.1	Internetas	-	129	54,0
15.2	Draugai, giminės	-	100	41,8
15.3	Ankstesnių vizitų į Kauną patirtis	-	69	28,9
15.4	Turizmo informacijos centrai	-	49	20,5
15.5	Radijas, televizija	-	27	11,4
15.6	Spauda (dienraščiai, savaitraščiai, periodiniai leidiniai)	-	26	10,9

KL. Nr.	Atsakymo variantas	Vidurkis*	Atsakiusiųjų skaičius (N)	Respondentų vertinimas (%)
15.7	Verslo partneriai, kolegos	-	24	10,0
15.8	Periodiniai leidiniai, lankstinukai, skrajutės ir kt.	-	23	9,6
15.9	Turizmo ir kelionių agentūros	-	23	9,6
15.10	Lauko reklamos (iškabos, standai ir kt.)	-	10	4,2
15.11	Turizmo informacijos centrai užsienyje	-	8	3,3
15.12	Tarptautinės parodos	-	8	3,3
16. Kurios turizmo sritys Jums aktualiausios Kauno mieste?				
16.1	Kultūrinis-pažintinis turizmas	-	153	64,0
16.2	Gamtinis-pažintinis turizmas	-	96	40,2
16.3	Nuotykinis turizmas	-	40	16,7
16.4	Verslo (dalykinis) turizmas	-	37	15,5
16.5	Etninis turizmas (tradicinių vietos švenčių minėjimas, amatai)	-	32	13,4
16.6	Rekreacinis turizmas	-	31	13,0
16.7	Sporto turizmas	-	29	12,1
16.8	Sveikatos turizmas	-	25	10,5
16.9	Religinis turizmas	-	12	5,0
16.10	Dviračių turizmas	-	12	5,0
16.11	Auto-moto turizmas	-	9	3,8
16.12	Vandens turizmas	-	9	3,8
17. Kokios pramogos Jums aktualios Kauno mieste?				
17.1	Kultūriniai renginiai	-	128	57,1
17.2	Pažintinės ekskursijos	-	124	55,4
17.3	Poilsis gamtoje	-	64	28,6
17.4	Sporto renginiai	-	45	20,1
17.5	Kelionės dviračiais	-	17	7,6
17.6	Auto-moto sportas	-	15	6,7
17.7	Jodinėjimas	-	15	6,7
17.8	Vandens pramogos	-	14	6,3
17.9	Žiemos pramogos	-	8	3,6
17.10	Kt.	-	3	1,3
18. Kas turi įtakos Jūsų sprendimui pasirenkant Kauno miesto lankytinus objektus?				
18.1	Noras turiningai praleisti laiką	-	100	43,7
18.2	Noras geriau pažinti miesto istoriją, kultūrą	-	86	37,6
18.3	Kitų rekomendacijos	-	86	37,6
18.4	Bilietai/įėjimo kaina	-	70	30,6
18.5	Susisiekimas	-	51	22,3
18.6	Objekto vieta	-	41	17,9
18.7	Laikas (darbo laikas, sezoniškumas)	-	35	15,3
19. Ar esate keliavę parengtais Kauno miesto turistiniais maršrutais ar dalyvavę Turizmo informacijos centro organizuojamose ekskursijose?				
19.1	Taip	-	54	22,5
19.2	Ne	-	186	77,5
20. Kodėl nesate keliavę parengtais turistiniais maršrutais?				
20.1	Turistiniai maršrutai manęs nedomina	-	59	49,2
20.2	Trūksta informacijos apie parengtus maršrutus	-	49	40,8
20.3	Mėgstu planuoti kelionę savarankiškai	-	9	7,5
20.4	Trūksta laiko	-	3	2,5
21. Pažymėkite, kokiais turistiniais maršrutais esate keliavę ar dalyvavę Turizmo informacijos centro organizuojamose ekskursijose?				
21.1	Ekskursija „Kauno požemių dvasia“	-	19	43,2
21.2	„Nemunu nuo Kauno iki Kulautuvos“ (maršrutas laivu)	-	13	29,5
21.3	Ekskursija „Kauno senamiesčio architektūros paminklai“	-	11	25,0
21.4	„Kauno širdis“ (maršrutas pėsčiomis)	-	9	20,5
21.5	Ekskursija „Alaus kelias Kaune“	-	8	18,2
21.6	„Smagus ratukas Kauno centre“ (maršrutas dviračiu)	-	8	18,2
21.7	„Kauno pilis-Raudondvario pilis“ (maršrutas dviračiu)	-	8	18,2
21.8	Ekskursija „Karinis Kaunas“	-	7	15,9

KL. Nr.	Atsakymo variantas	Vidurkis*	Atsakiusiųjų skaičius (N)	Respondentų vertinimas (%)
21.9	Ekskursija „Kaunas - laikinoji sostinė“	-	6	13,6
21.10	„Kauno veidas“ (maršrutas automobiliu)	-	6	13,6
21.11	Ekskursija „Netradicinis Kaunas“	-	4	9,1
21.12	„Nemunu per Kauno miestą“ (maršrutas baidarėmis)	-	4	9,1
21.13	„Neatrastas Kaunas“ (maršrutas automobiliu)	-	3	6,8
21.14	Miesto turas	-	2	4,5
21.15	„Jiesos šlaitais“ (maršrutas pėsčiomis)	-	0	0,0
III. KAUNO MIESTO INFRASTRUKTŪROS IŠVYSTYMAS BEI TURIZMO PASLAUGŲ KOKYBĖ				
22. Kaip Jūs vertintumėte Kauno miesto patrauklumą turistams?		3,56	221	91,7
23. Ar pritariate, kad Kauno miesto turizmui svarbūs šie lankytini objektai?				
23.1	Kauno rotušė	4,63	216	89,6
23.2	Kauno pilis	4,59	221	91,7
23.3	Senamiestis	4,59	219	90,9
23.4	Lietuvos liaudies buities muziejus Rumšiškėse	4,50	197	81,7
23.5	Pažaislio kamaldulių vienuolyno ansamblis	4,49	203	84,2
23.6	Laisvės alėja	4,45	221	91,7
23.7	Nacionalinis M. K. Čiurlionio dailės muziejus	4,44	207	85,9
23.8	Vytauto Didžiojo karo muziejus	4,32	209	86,7
23.9	Muzikinis teatras	4,29	194	80,5
23.10	Bažnyčios	4,29	212	88,0
23.11	Kauno marių regioninis parkas	4,29	196	81,3
23.12	Velnių muziejus	4,29	209	86,7
23.13	Kauno funikulieriai	4,28	207	85,9
23.14	Botanikos sodas	4,25	192	79,7
23.15	Gynybiniai fortai	4,25	203	84,2
23.16	Vilniaus gatvė	4,20	199	82,6
23.17	Zoologijos sodas	4,19	200	83,0
23.18	Perkūno namas	4,19	186	77,2
23.19	Dramos teatras	4,18	181	75,1
23.20	Meno galerijos	4,17	195	80,9
23.21	Ažuolynas	4,07	191	79,3
23.22	Panemunės šilas	4,00	175	72,6
23.23	Kiti teatrai (Lėlių, Jaunimo-kamerinis ir kt.)	3,93	179	74,3
23.24	Paminklai (D. Dolskiui, Laisvės ir kt.)	3,90	189	78,4
24. Ar pritariate, kad Kauno miesto turizmo vystymui svarbūs šie renginiai?				
24.1	Kauno miesto dienos	4,58	214	88,8
24.2	Pažaislio muzikos festivalis	4,57	204	84,6
24.3	Hanza Kaunas Viduramžių kultūros festivalis	4,55	199	82,6
24.4	Koncertai ir kultūriniai renginiai „Žalgirio“ arenoje, Kauno sporto halėje	4,46	193	80,1
24.5	Sporto renginiai „Žalgirio“ arenoje	4,44	193	80,1
24.6	„Kaunas Jazz“	4,43	201	83,4
24.7	Kalėdiniai renginiai	4,38	198	82,2
24.8	„Operetė Kauno pilyje“	4,34	181	75,1
24.9	Muziejų naktys	4,33	198	82,2
24.10	Gatvės muzikos diena	4,31	186	77,2
24.11	Kauno kino festivalis	4,30	191	79,3
24.12	Kaziuko mugė	4,29	201	83,4
24.13	Tarptautinis sakralinės muzikos festivalis	4,15	183	75,9
24.14	Tarptautinis šokio festivalis „Aura“	4,09	174	72,2
25. Ar jus tenkina žemiau išvardinti aspektai				
25.1	Maitinimo paslaugų pasiūla	4,11	218	90,5
25.2	Maitinimo paslaugų kokybė	3,98	218	90,5
25.3	Gidų paslaugos	3,98	143	59,3
25.4	Kultūros renginių pasiūla	3,96	210	87,1
25.5	Apgyvendinimo paslaugų pasiūla	3,90	166	68,9

Kl. Nr.	Atsakymo variantas	Vidurkis*	Atsakiusių skaičius (N)	Respondentų vertinimas (%)
25.6	Susisiekimo visuomeniniu transportu paslaugų kokybė	3,90	187	77,6
25.7	Muziejuose teikiamų paslaugų kaina	3,89	177	73,4
25.8	Muziejuose teikiamų paslaugų (gidai, edukacinės programos ir kt.) kokybė	3,88	170	70,5
25.9	Apgyvendinimo paslaugų kokybė	3,86	168	69,7
25.10	Pramogų pasiūla	3,85	197	81,7
25.11	Muziejų darbo laikas	3,84	179	74,3
25.12	Susisiekimo visuomeniniu transportu paslaugų kaina	3,83	184	76,3
25.13	Kultūros renginių įvairovė	3,83	207	85,9
25.14	Informacijos užsienio kalba prieinamumas	3,81	153	63,5
25.15	Maitinimo paslaugų kaina	3,81	219	90,9
25.16	Pramogų kokybė	3,79	193	80,1
25.17	Informacijos apie renginius pakankamumas	3,77	184	76,3
25.18	Sveikatingumo paslaugų kokybė	3,76	148	61,4
25.19	Sveikatingumo paslaugų pasiūla	3,75	151	62,7
25.20	Kultūros paveldo objektų pasiekiamumas	3,74	186	77,2
25.21	Informacijos apie lankytinus objektus pakankamumas	3,70	178	73,9
25.22	Turizmo maršrutų pasiūla	3,70	151	62,7
25.23	Muziejų būklė	3,67	171	71,0
25.24	Sveikatingumo paslaugų kaina	3,65	147	61,0
25.25	Informacijos apie turistinius maršrutus pakankamumas	3,65	177	73,4
25.26	Informacijos leidinių užsienio kalba įvairovė	3,64	157	65,1
25.27	Informacijos leidinių (bukletų, vadovų, žemėlapių) įvairovė	3,63	173	71,8
25.28	Pramogų kaina	3,60	192	79,7
25.29	Apgyvendinimo paslaugų kaina	3,57	169	70,1
25.30	Informacinių ženklų, stendų ir kt. pakankamumas	3,57	181	75,1
25.31	Laisvalaikio ir poilsio zonų būklė	3,52	181	75,1
25.32	Kultūros paveldo objektų būklė	3,45	186	77,2
25.33	Vandens turizmo infrastruktūros būklė	3,33	132	54,8
25.34	Vandens turizmo paslaugų kaina	3,31	129	53,5
25.35	Vandens turizmo paslaugų pasiūla	3,27	130	53,9
25.36	Dviračių takų būklė	3,26	158	65,6
25.37	Dviračių takų pakankamumas	3,17	157	65,1
26. Kokių turizmo paslaugų trūksta Kauno mieste?				
26.1	Kt.	-	18	33,3
26.2	Dviračių takų, nuomos, informacijos apie dviračių takus, geresnės jų būklės	-	12	22,2
26.3	Vandens pramogų, vandens parko, vandens turizmo	-	11	20,4
26.4	Ekskursijų ir renginių (kultūros, šeimoms, vaikams ir pan.)	-	10	18,5
26.5	Reikėtų gerinti būklę, restauruoti lankomus kultūrinius objektus	-	3	5,6
26.6	Pramogų	-	2	3,7
26.7	Informacijos apie renginius ir pramogas	-	2	3,7
26.8	Tobulesnių turizmo paslaugų	-	2	3,7
27. Kaip manote, ar norėtumėt aplankyti Kauno miestą per artimiausius 5 metus?				
27.1	Taip	-	190	80,2
27.2	Ne	-	3	1,3
27.3	Nežinau	-	44	18,6
* vertinimas penkiabalėje sistemoje				

3 priedas. Kauno miesto verslo, susijusio su turizmu, atstovų tyrimo anketa

Gerbiami verslininkai,

Kviečiame Jus dalyvauti Kauno miesto turizmo tyrime, kurio tikslas – nustatyti Kauno miesto turizmo produktų ir paslaugų poreikį, išsiaiškinti verslininkų lūkesčius. Jūsų nuoširdūs atsakymai į pateiktus klausimus padės išsiaiškinti esamą turizmo situaciją Kauno mieste ir planuoti jai palankius pokyčius. Todėl būtume dėkingi, jei sutiktumėte dalyvauti apklausoje ir prisidėtumėte prie Kauno miesto turizmo vystymo.

Apie klausimyno pildymą

Atsakant į 1-23 klausimus, pažymėkite jums tinkančius variantus užbraukiant kryželiu ☒, o jei pildote elektroninį anketos variantą – paspaudus pelės žymekliu atitinkamą langelį. Dalyje klausimų, neradus tinkamo atsakymo varianto – galite pažymėti „kita“ ir įrašyti savo variantą. Pažymėkite tik vieną, labiausiai Jums tinkantį atsakymą, jei prie klausimo nenurodyta, kad galimi keli atsakymo variantai. Atsakant į 24 klausimą, išreikškite savo nuomonę įrašydami ją į tuščias eilutes.

I. DEMOGRAFINIAI DUOMENYS

1. Jūsų lytis:

☐ Moteris☐ Vyras

2. Jūsų amžius:

☐ iki 18 m.☐ 26-35 m.☐ 46-55 m.☐ 66 ir daugiau m.

☐ 19-25 m.☐ 36-45 m.☐ 56-65 m.

3. Jūsų išsilavinimas:

☐ Nebaigtas vidurinis☐ Spec. vidurinis☐ Aukštasis universitetinis

☐ Vidurinis☐ Aukštasis neuniversitetinis

II. VERSLO APLINKA

4. Jūsų organizacija atstovauja:

☐ Viešajam sektoriui☐ Privačiam sektoriui

5. Kokia(-ios) Jūsų organizacijos veikla(-os)? (galimi keli atsakymo variantai)

☐ Ekskursijų organizavimas

☐ Kelionių agentūrų veikla

☐ Turistų informavimo paslaugos

☐ Apgyvendinimo paslaugos

☐ Maitinimo paslaugos

☐ Pramogų organizavimo veikla

☐ Konferencijų organizavimo paslaugos

☐ Renginių organizavimo paslaugos

☐ Prekyba suvenyrais ir meno dirbiniais

☐ Sveikatinimo paslaugos

☐ Keleivių vežimo paslaugos

☐ Transporto priemonių nuoma

☐ Vandens turizmo paslaugos

☐ Kita (įrašykite) _____

6. Kiek metų dirbate dabartiniame versle?

☐ 1-2 metai☐ 6-10 metų☐ 16 ir daugiau metų

☐ 3-5 metai ☐ 11-15 metų

7. Kiek darbuotojų dirba Jūsų įmonėje?

☐ Iki 4 ☐ 5-10 ☐ 11-20 ☐ 21-50 ☐ 51 ir daugiau

8. Ar Jūsų veiklai turi įtakos sezoniškumas?

☐ Ne – mes veikiame ištisus metus
☐ Taip – mūsų veikla aktyviausia šiltuoju metų laiku
☐ Taip – mūsų veikla aktyviausia šaltuoju metų laiku

9. Kokius klientus tenka aptarnauti? (galimi keli atsakymo variantai)

☐ Kauno miesto ☐ Kitų Lietuvos miestų ☐ Užsienio šalių

10. Kokią dalį Jūsų klientų sudaro užsienio turistai? (atsakykite tik tuo atveju, jei aptarnaujate užsienio turistus)

☐ Iki 20 proc. ☐ 41-60 proc. ☐ 81-100 proc.
☐ 21-40 proc. ☐ 61-80 proc.

11. Kokių užsienio šalių turistus tenka aptarnauti dažniausiai Kauno mieste? (atsakykite tik tuo atveju, jei aptarnaujate užsienio turistus; galimi keli atsakymo variantai)

☐ Baltarusijos
☐ Danijos
☐ Didžiosios Britanijos
☐ Estijos
☐ Latvijos
☐ Lenkijos
☐ Norvegijos
☐ Prancūzijos
☐ Rusijos
☐ Suomijos
☐ Švedijos
☐ Vokietijos Kitos (įrašykite): _____

12. Dažniausi atvykstantys turistai yra (galimi keli atsakymo variantai):

☐ Pavieniai asmenys
☐ Moksleivių grupės
☐ Organizuotos turistų grupės
☐ Šeimos
☐ Kita (įrašykite) _____

13. Kiek turistų vienu metu galite aptarnauti?

☐ Iki 10
☐ 11-30
☐ 31-50
☐ 51-70
☐ 71-90
☐ 91 ir daugiau

14. Kiek vidutiniškai vienas klientas išleidžia naudodamasis Jūsų paslaugomis vienu apsilankymu?

☐ Iki 50 Lt
☐ 51-100 Lt
☐ 101-150 Lt

☐ 151-200 Lt
☐ 201 -300 Lt
☐ 301 Lt ir daugiau

15. Kokių tikslų pas Jus atvyksta svečiai/turistai? (galimi keli atsakymo variantai)

☐ Darbas (verslo reikalai, komandiruotė ir pan.)
☐ Mokymasis (seminaras, konferencija, studijos ir pan.)
☐ Kultūrinių renginių lankymas
☐ Sporto renginių lankymas
☐ Turistinių objektų lankymas
☐ Sveikatinimasis
☐ Tranzitu vykstančių sustojimas
☐ Poilsis/atostogos
☐ Savaitgalio praleidimas
☐ Draugų, giminių lankymas
☐ Kita (įrašykite) _____

16. Kokiam laikotarpiui dažniausiai apsistoja turistai? (atsakykite tik tuo atveju, jei teikiate apgyvendinimo paslaugas):

☐ Vienai parai
☐ 2-3 paroms
☐ Savaitei
☐ Ilgiau nei savaitei

17. Kokiomis priemonėmis reklamuojate savo veiklą? (galimi keli atsakymo variantai)

☐ Lauko reklama (iškabos, stendai ir kt.)
☐ Periodiniais leidiniais, lankstinukais, skrajutėmis ir kt.
☐ Spauldoje (dienraščiuose, savaitraščiuose, periodiniuose leidiniuose)
☐ Per radiją, televiziją
☐ Internetu
☐ Per turizmo ir kelionių agentūras
☐ Per turizmo informacijos centrą
☐ Per turizmo informacijos centrus užsienyje
☐ Tarptautinių parodų metu
☐ Nesireklamuoja
☐ Kita (įrašyti) _____

18. Kokias problemas, susijusias su Kauno miesto turizmo objektų ir paslaugų informacijos platinimu, įžvelgiate? (galimi keli atsakymo variantai)

☐ Neaktuali informacija
☐ Vizualiai nepatraukli informacija
☐ Informacijos leidinių įvairovė
☐ Informacinių ženklų, stendų ir kt. trūkumas
☐ Informacijos apie lankytinus objektus trūkumas
☐ Informacijos apie turizmo maršrutus trūkumas
☐ Informacijos apie renginius trūkumas
☐ Informacijos užsienio kalba prieinamumas
☐ Informacijos kitų miestų gyventojams prieinamumas
☐ Informacijos netrūksta
☐ Kita (įrašykite) _____

19. Kaip Jūs įvertintumėte Kauno miesto patrauklumą turistams ?

- ☐ Labai gerai
- ☐ Gerai
- ☐ Vidutiniškai
- ☐ Blogai
- ☐ Labai blogai

20. Kokių turizmo paslaugų Kauno mieste trūksta? (įrašykite)

21. Ar planuojate plėsti savo veiklą?

- ☐ Taip
- ☐ Ne
- ☐ Nežinau, negaliu atsakyti

22. Kas skatina Jūsų norą plėstis? (galimi keli atsakymo variantai)

- ☐ Atsigaunanti ekonomika
- ☐ Didėjanti paklausa
- ☐ Galimybė pasinaudoti ES parama
- ☐ Kvalifikuotos darbo jėgos pasiūla
- ☐ Palankios sąlygos verslui
- ☐ Konkurencija
- ☐ Kita (įrašykite)_____

23. Kas riboja Jūsų norą plėstis? (galimi keli atsakymo variantai)

- ☐ Informacijos apie turizmo verslą stoka
- ☐ Kvalifikuotų žmoniškųjų išteklių trūkumas
- ☐ Lėšų trūkumas
- ☐ Maža paklausa/klientų skaičius
- ☐ Mažai pagalbos iš vietos savivaldos institucijų
- ☐ Nepalanki įstatyminė bazė
- ☐ Konkurencija
- ☐ Kita (įrašykite)_____

24. Kokios paslaugos Jums būtų aktualios iš Kauno miesto savivaldybės verslo aplinkos gerinimui? (galimi keli atsakymo variantai)

- ☐ Lengvatinių sąlygų nuomojant, įsigyjant patalpas, žemes ir kt.
- ☐ Daugiau informacijos (arba mokymų) apie objektų steigimą, dokumentų rengimą ir pan.
- ☐ Informacijos apie verslo paramos fondus
- ☐ Teisinės pagalbos
- ☐ Kita (įrašykite)_____

4 priedas. Kauno miesto verslo, susijusio su turizmu, atstovų tyrimo suvestinė lentelė

Kl. Nr.	Atsakymo variantas	Vidurkis*	Atsakiusiųjų skaičius (N)	Respondentų vertinimas (%)
I. DEMOGRAFINIAI DUOMENYS				
1. Jūsų lytis				
1.1.	Moteris	-	65	55,1
1.2.	Vyras	-	53	44,9

Kl. Nr.	Atsakymo variantas	Vidurkis*	Atsakiusiųjų skaičius (N)	Respondentų vertinimas (%)
2. Jūsų amžius				
2.1.	19-25 m.	-	7	5,9
2.2.	26-35 m.	-	32	27,1
2.3.	36-45 m.	-	31	26,3
2.4.	46-55 m.	-	36	30,5
2.5.	56-65 m.	-	10	8,5
2.6.	66 ir daugiau m.	-	2	1,7
3. Jūsų išsilavinimas				
3.1.	Vidurinis	-	7	5,9
3.2.	Spec. vidurinis	-	11	9,3
3.3.	Aukštasis neuniversitetinis	-	15	12,7
3.4.	Aukštasis universitetinis	-	84	71,2
II. VERSLO APLINKA				
4. Jūsų organizacija atstovauja:				
4.1.	Viešajam sektoriui	-	17	14,4
4.2.	Privačiam sektoriui	-	97	82,2
5. Kokia (-ios) Jūsų organizacijos veikla?				
5.1.	Ekskursijų organizavimas	-	12	10,2
5.2.	Kelionių agentūrų veikla	-	19	16,1
5.3.	Turistų informavimo paslaugos	-	4	3,4
5.4.	Apgyvendinimo paslaugos	-	18	15,3
5.5.	Maitinimo paslaugos	-	53	44,9
5.6.	Pramogų organizavimo veikla	-	24	20,3
5.7.	Konferencijų organizavimo paslaugos	-	17	14,4
5.8.	Renginių organizavimo paslaugos	-	22	18,6
5.9.	Prekyba suvenyrais ir meno dirbiniais	-	9	7,6
5.11.	Keleivių vežimo paslaugos	-	12	10,2
5.12.	Transporto priemonių nuoma	-	12	10,2
5.10.	Sveikatinimo paslaugos	-	3	2,5
5.13.	Vandens turizmo paslaugos	-	3	2,5
5.14.	Kita	-	8	6,8
6. Kiek metų dirbate dabartiniame versle?				
6.1.	1-2 metai	-	17	14,4
6.2.	3-5 metai	-	21	17,8
6.3.	6-10 metų	-	27	22,9
6.4.	11-15 metų	-	22	18,6
6.5.	16 ir daugiau metų	-	29	24,6
7. Kiek darbuotojų dirba Jūsų įmonėje?				
7.1.	Iki 4	-	41	34,7
7.2.	5-10	-	39	33,1
7.3.	11-20	-	15	12,7
7.4.	21-50	-	12	10,2
7.5.	51 ir daugiau	-	10	8,5
8. Ar Jūsų veiklai turi įtakos sezoniškumas?				
8.1.	Ne - mes veikiame ištisus metus	-	66	55,9
8.2.	Taip - mūsų veikla aktyviausia šiltuoju metų laiku	-	40	33,9
8.3.	Taip - mūsų veikla aktyviausia šaltuoju metų laiku	-	10	8,5
9. Kokius klientus tenka aptarnauti?				
9.1.	Kauno miesto	-	99	83,9
9.2.	Kitų Lietuvos miestų	-	88	74,6
9.3.	Užsienio šalių	-	73	61,9
10. Kokią dalį Jūsų klientų sudaro užsienio turistai				
10.1.	Iki 20 proc.	-	65	55,1
10.2.	21-40 proc.	-	8	6,8
10.3.	41-60 proc.	-	10	8,5
10.4.	61-80 proc.	-	5	4,2

Kl. Nr.	Atsakymo variantas	Vidurkis*	Atsakiusiųjų skaičius (N)	Respondentų vertinimas (%)
10.5.	81-100 proc.	-	6	5,1
11. Kokių užsienio turistų tenka aptarnauti Kauno mieste?				
11.1.	Rusijos	-	57	48,3
11.2.	Vokietijos	-	40	33,9
11.3.	Lenkijos	-	39	33,1
11.4.	Baltarusijos	-	34	28,8
11.5.	Didžiosios Britanijos	-	31	26,3
11.6.	Latvijos	-	29	24,6
11.7.	Norvegijos	-	21	17,8
11.8.	Suomijos	-	21	17,8
11.9.	Kita	-	20	16,9
11.10.	Estijos	-	17	14,4
11.11.	Prancūzijos	-	17	14,4
11.12.	Švedijos	-	15	12,7
11.13.	Danijos	-	7	5,9
12. Dažniausiai atvykstantys turistai yra				
12.1.	Pavieniai asmenys	-	84	71,2
12.2.	Organizuotos turistų grupės	-	34	28,8
12.3.	Šeimos	-	20	16,9
12.4.	Mokinių grupės	-	9	7,6
12.5.	Kita	-	4	3,4
13. Kiek turistų vienu metu galite aptarnauti?				
13.1.	Iki 10	-	20	16,9
13.2.	11-30	-	19	16,1
13.3.	31-50	-	16	13,6
13.4.	51-70	-	9	7,6
13.5.	71-90	-	4	3,4
13.6.	91 ir daugiau	-	31	26,3
14. Kiek vidutiniškai vienas klientas išleidžia vienu apsilankymu?				
14.1.	Iki 50 Lt	-	49	41,5
14.2.	51-100 Lt	-	17	14,4
14.3.	101-150 Lt	-	5	4,2
14.4.	151-200 LT	-	5	4,2
14.5.	201-300 LT	-	7	5,9
14.6.	301 ir daugiau Lt	-	22	18,6
15. Kokiu tikslu pas Jus atvyksta svečiai/ turistai?				
15.1.	Darbas (verslo reikalai, komandiruotė ir pan.)	-	52	44,1
15.2.	Mokymasis (seminaras, konferencijos, studijos ir pan.)	-	33	28,0
15.3.	Kultūrinių renginių lankymas	-	25	21,2
15.4.	Sporto renginių lankymas	-	35	29,7
15.5.	Turistinių objektų lankymas	-	44	37,3
15.6.	Sveikatinimasis	-	15	12,7
15.7.	Tranzitu vykstančių sustojimas	-	19	16,1
15.8.	Poilsis/ atostogos	-	45	38,1
15.9.	Savaitgalio praleidimas	-	34	28,8
15.10.	Draugų, giminių lankymas	-	34	28,8
16. Kokiam laikotarpiui dažniausiai apsistoja turistai?				
16.1.	Vienai parai	-	12	10,2
16.2.	2-3 parom	-	14	11,9
16.3.	Savaitei	-	7	5,9
16.4.	Ilgiau nei savaitei	-	3	2,5
17. Kokiomis priemonėmis reklamuojate savo veiklą?				
17.1.	Lauko reklama (iškabos, stendai ir kt.)	-	69	58,5
17.2.	Periodiniais leidiniais, lankstinukais, skrajutėmis ir kt.	-	39	31,1
17.3.	Spaudoje (dienraščiuose, savaitraščiuose, periodiniuose leidiniuose)	-	29	24,6

Kl. Nr.	Atsakymo variantas	Vidurkis*	Atsakiusiųjų skaičius (N)	Respondentų vertinimas (%)
17.4.	Per radiją, televiziją	-	21	17,8
17.5.	Internetu	-	89	75,4
17.6.	Per turizmo ir kelionių agentūras	-	20	16,9
17.7.	Per turizmo informacijos centrą	-	16	13,6
17.8.	Per turizmo informacijos centrus užsienyje	-	6	5,1
17.9.	Tarptautinių parodų metu	-	18	15,3
17.10.	Nesireklamuoju	-	7	5,9
18. Kokias problemas, susijusias su Kauno miesto turizmo objektų ir paslaugų informacijos platinimu, įžvelgiate?				
18.1.	Informacinių ženklų, stendų ir kt. trūkumas	-	53	44,9
18.2.	Informacijos apie lankytinus objektus trūkumas	-	51	43,2
18.3.	Informacijos apie turizmo maršrutus trūkumas	-	45	38,1
18.4.	Vizualiai nepatraukli informacija	-	37	31,4
18.5.	Informacijos apie renginius trūkumas	-	32	27,1
18.6.	Informacijos kitų miestų gyventojams prieinamumas	-	27	22,9
18.7.	Neaktuali informacija	-	25	21,2
18.8.	Informacijos netrūksta	-	24	20,3
18.9.	Informacijos leidinių įvairovė	-	17	14,4
18.10.	Kita	-	12	10,2
19. Kaip Jūs įvertintumėte Kauno miesto patrauklumą turistams? * vertinama penkiabalėje sistemoje				
19.1.	Labai blogai	3,1	1	0,8
19.2.	Blogai		15	12,7
19.3.	Vidutiniškai		73	61,9
19.4.	Gera		21	17,8
19.5.	Labai gerai		4	3,4
20. Ar planuojate plėsti savo veiklą?				
20.1.	Taip	-	48	40,7
20.2.	Ne	-	17	14,4
20.3.	Nežinau	-	47	39,8
20.4.	Neatsakė	-	6	5,1
21. Kas skatina Jūsų norą plėstis?				
21.1.	Atsigaunanti ekonomika	-	11	9,3
21.2.	Didėjanti paklausa	-	26	22
21.3.	Galimybė pasinaudoti ES parama	-	8	6,8
21.4.	Kvalifikuotos darbo jėgos pasiūla	-	3	2,5
21.5.	Palankios sąlygos verslui	-	8	6,8
21.6.	Konkurencija	-	35	29,7
21.7.	Kita	-	5	4,2
22. Kas riboja Jūsų norą plėstis?				
22.1.	Informacijos apie turizmo verslą stoka	-	9	7,6
22.2.	Kvalifikuotų žmogiškųjų išteklių trūkumas	-	26	22
22.3.	Lėšų trūkumas	-	58	49,2
22.4.	Maža paklausa/ klientų skaičius	-	34	28,8
22.5.	Mažai pagalbos iš vietos savivaldos institucijų	-	35	29,7
22.6.	Nepalanki įstatyminė bazė	-	53	44,9
22.7.	Konkurencija	-	18	15,3
23. Kokios paslaugos Jums būtų aktualios iš Kauno miesto savivaldybės verslo aplinkos gerinimui?				
23.1.	Lengvatinių sąlygų nuomojant, įsigyjant patalpas, žemes ir kt.	-	77	66,3
23.2.	Daugiau informacijos (arba mokymų) apie objektų steigimą, dokumentų rengimą ir pan.	-	21	17,8
23.3.	Informacijos apie verslo paramos fondus	-	55	46,6
23.4.	Teisinės pagalbos	-	28	23,7
23.5.	Kita	-	8	6,8

5 priedas. Kauno miesto gyventojų lūkesčių bei Kauno miesto turizmo produktų ir paslaugų poreikio Kauno mieste tyrimo anketa

Gerbiami Kauno miesto gyventojai,

Kviečiame Jus dalyvauti Kauno miesto turizmo tyrime, kurio tikslas – nustatyti Kauno miesto turizmo produktų ir paslaugų poreikį, išsiaiškinti gyventojų lūkesčius turizmo, laisvalaikio atžvilgiu. Jūsų nuoširdūs atsakymai į pateiktus klausimus padės išsiaiškinti esamą turizmo situaciją Kauno mieste ir planuoti jai palankius pokyčius. Todėl būtume dėkingi, jei sutiktumėte dalyvauti apklausoje ir prisidėtumėte prie Kauno miesto turizmo vystymo.

Apie klausimyno pildymą

Atsakant į 1-18 klausimus, pažymėkite jums tinkančius variantus užbraukiant kryželiu ☒, o jei pildote elektroninį anketos variantą – paspaudus pelės žymekliu atitinkamą langelį. Dalyje klausimų, neradus tinkamo atsakymo varianto – galite pažymėti „kita“ ir įrašyti savo variantą.

Atsakant į 19-21 klausimus, išreikškite savo pritarimą/nepritaringą pateiktiems teiginiams, užbraukiant kryželiu ☒ jūsų nuomonę atitinkantį raidinį atitikmenį:

„Tikrai taip“ reiškia visišką pritarimą.

„Tikrai ne“ – visišką nepritaringą.

Jei jūsų pritarimas ar nepritaringas teiginiui yra dalinis, prašome rinktis raidinius atitikmenis „greičiau jau taip“ ar „greičiau jau ne“.

Jei neturite aiškos nuomonės pateikto teiginio atžvilgiu, galimas jūsų atsakymo variantas – „gal, sunku pasakyti“.

Jei nesate girdėję, lankę išvardintų objektų, renginių ar nesinaudojote išvardintomis paslaugomis, galimas Jūsų atsakymo variantas „Negaliu atsakyti“.

Atsakant į 22 klausimą, išreikškite savo nuomonę įrašydami ją į tuščias eilutes.

I.DEMOGRAFINIAI DUOMENYS

1. Jūsų lytis:

☐ Moteris ☐ Vyras

2. Jūsų amžius:

☐ iki 18 m.
☐ 19-25 m.
☐ 26-35 m.
☐ 36-45 m.
☐ 46-55 m.
☐ 56-65 m.
☐ 66 ir daugiau m.

3. Jūsų išsilavinimas:

☐ Nebaigtas vidurinis
☐ Vidurinis
☐ Spec. vidurinis

☐ Aukštasis neuniversitetinis
☐ Aukštasis universitetinis

4. Jūsų gaunamos pajamos Lt per mėnesį:

☐ Iki 700Lt
☐ 701-1500Lt
☐ 1501- 2500 Lt
☐ 2501-3500 Lt
☐ daugiau nei 3501 Lt

5. Jūsų užimtumas:

☐ Moksleivis/studentas
☐ Verslininkas
☐ Tarnautojas
☐ Darbuotojas
☐ Nedirbantis (bedarbis, namų šeimininkė)
☐ Pensininkas (-ė)
☐ Kita (įrašykite)_____

II. KAUNO Miesto gyventojų turizmo, laisvalaikio leidimo įpročiai ir apsisprendimą keliauti įtakojančys veiksniai

6. Koku metų laiku atostogaujate?

☐ Pavasarį
☐ Vasarą
☐ Rudenį
☐ Žiemą

7. Kur dažniausiai atostogaujate?

☐ Kauno mieste
☐ Kauno regione
☐ Kitose Lietuvos vietovėse
☐ Užsienyje

8. Kiek skirate/skirtumėte lėšų atostogoms vienam asmeniui?

☐ iki 200 Lt
☐ 201-500 Lt
☐ 501-1000 Lt
☐ 1001-2000 Lt
☐ 2001-3000 Lt
☐ 3001 Lt ir daugiau

9. Kaip dažniausiai leidžiate savaitgalį? (galimi keli atsakymo variantai)

☐ Namuose su šeima
☐ Lankau draugus
☐ Užsiimu menine veikla
☐ Kavinėse, restoranuose ir pan.
☐ Lankant turistinius objektus
☐ Sporto renginiuose
☐ Kultūriniuose renginiuose
☐ Laisvalaikio ir pramogų centruose
☐ Važinėju dviračiu
☐ Kita (įrašykite)_____

10. Dažniausiai Jūs lankote turistinius objektus:

- ☐ Vienas
☐ Su draugais
☐ Su šeima
☐ Kita (įrašykite)_____

11. Kas įtakoja Jūsų sprendimą pasirenkant Kauno miesto lankytinus objektus? (galimi keli atsakymo variantai)

- ☐ Susisiekimas
☐ Bilietų/jėjimo kaina
☐ Noras geriau pažinti miesto istoriją, kultūrą
☐ Noras turiningai praleisti laiką
☐ Kitų rekomendacijos
☐ Laikas (darbo laikas, sezoniškumas)
☐ Objekto vieta
☐ Kita (įrašykite)_____

12. Kokiais informacijos šaltiniais naudojėtės ruošdamiesi aplankyti Kauno miesto lankytinus objektus? (galimi keli atsakymo variantai)

- ☐ Lauko reklamos (iškabos, stendai ir kt.)
☐ Periodiniai leidiniai, lankstinukai, skrajutės ir kt.
☐ Spauda (dienraščiai, savaitraščiai, periodiniai leidiniai)
☐ Turizmo informacijos centrai
☐ Radijas, televizija
☐ Internetas
☐ Draugų, giminių rekomendacijos
☐ Verslo partnerių, kolegų rekomendacijos
☐ Kita (įrašyti)_____

13. Kurios turizmo sritys Jums aktualiausios Kauno mieste? (galimi keli atsakymo variantai)

- ☐ Gamtinis-pažintinis turizmas
☐ Kultūrinis-pažintinis turizmas
☐ Etninis turizmas (tradicinių vietos švenčių minėjimas, amatai)
☐ Religinis turizmas
☐ Rekreacinis turizmas
☐ Sveikatos turizmas
☐ Verslo (dalykinis) turizmas
☐ Auto-moto turizmas
☐ Sporto turizmas
☐ Dviračių turizmas
☐ Vandens turizmas
☐ Nuotykių turizmas
☐ Kita (įrašykite)_____

14. Kurios pramogos Jums aktualiausios Kauno mieste? (galimi keli atsakymo variantai)

- ☐ Pažintinės ekskursijos
☐ Kultūriniai renginiai
☐ Poilsis gamtoje
☐ Sporto renginiai
☐ Auto-moto sportas
☐ Kelionės dviračiais
☐ Jodinėjimas

- ☐ Vandens pramogos
☐ Žiemos pramogos
☐ Kita (įrašykite)_____

15. Ar esate keliavę parengtais Kauno miesto turistiniais maršrutais ar dalyvavę Turizmo informacijos centro organizuojamose ekskursijose?

- ☐ Taip (pereikite prie 17 klausimo) ☐ Ne (atsakę į 16 klausimą, pereikite prie 18 klausimo)

16. Kodėl nesate keliavę parengtais turistiniais maršrutais?

- ☐ Turistiniai maršrutai manęs nedomina
☐ Trūksta informacijos apie parengtus maršrutus
☐ Kita (įrašykite)_____

17. Pažymėkite, kokiais turistiniais maršrutais esate keliavę ar dalyvavę Turizmo informacijos centro organizuojamose ekskursijose? (galimi keli atsakymo variantai)

- ☐ Ekskursija „Alaus kelias Kaune“
☐ Ekskursija „Karinis Kaunas“
☐ Ekskursija „Kaunas – laikinoji sostinė“
☐ Ekskursija „Kauno požemių dvasia“
☐ Ekskursija „Kauno senamiesčio architektūros paminklai“
☐ Ekskursija „Netradicinis Kaunas“
☐ „Nemunu nuo Kauno iki Kulautuvos“ (kelionė laivu)
☐ „Nemunu per Kauno miestą“ (maršrutas baidarėmis)
☐ „Kauno veidas“ (maršrutas automobiliu)
☐ „Neatrastas Kaunas“ (maršrutas automobiliu)
☐ „Smagus ratukas Kauno centre“ (maršrutas dviračiu)
☐ „Kauno pilis-Raudondvario pilis“ (maršrutas dviračiu)
☐ „Kauno širdis“ (maršrutas pėsčiomis)
☐ „Jiesios šlaitais“ (maršrutas pėsčiomis)
☐ Kita (įrašykite)_____

III. KAUNO MIESTO INFRASTRUKTŪROS IŠVYSTYMAS BEI TURIZMO PASLAUGŲ KOKYBĖ

18. Kaip Jūs įvertintumėte Kauno miesto patrauklumą turistams ?

- ☐ Labai gerai ☐ Gerai ☐ Vidutiniškai ☐ Blogai ☐ Labai blogai

19. Ar pritariate, kad Kauno miesto turizmo vystymui svarbūs šie lankytini objektai:

Lankytini objektai	Tikrai ne	Greičiau jau ne	Gal, sunku atsakyti	Greičiau jau taip	Tikrai taip	Negaliu atsakyti
Kauno pilis	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Kauno rotušė	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Laisvės alėja	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Senamiestis	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Vilniaus gatvė	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Nacionalinis M. K. Čiurlionio dailės muziejus	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Velnių muziejus	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Vytauto Didžiojo karo muziejus	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Kauno funikulieriai	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Gynybiniai fortai	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Paminklai (D. Dolskiui, Laisvės ir kt.)	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Lankytini objektai	Tikrai ne	Greičiau jau ne	Gal, sunku atsakyti	Greičiau jau taip	Tikrai taip	Negaliu atsakyti
Perkūno namas	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Bažnyčios	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Pažaislio kamaldulių vienuolyno ansamblis	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Kauno marių regioninis parkas	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ažuolynas	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Botanikos sodas	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Panemunės šilas	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Zoologijos sodas	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Lietuvos liaudies buities muziejus Rumšiškėse	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Muzikinis teatras	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Dramos teatras	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Kiti teatrai (lėlių, jaunimo-kamerinis ir kt.)	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Meno galerijos	☐	☐	☐	☐	☐	☐

20. Ar pritariate, kad Kauno miesto turizmo vystymui svarbūs šie renginiai:

Renginiai	Tikrai ne	Greičiau jau ne	Gal, sunku atsakyti	Greičiau jau taip	Tikrai taip	Negaliu atsakyti
Kauno miesto dienos	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Hanza Kaunas Viduramžių kultūros festivalis	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Kaziuko mugė	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Muziejų naktys	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Kauno kino festivalis	☐	☐	☐	☐	☐	☐
„Operetė Kauno pilyje“	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Pažaislio muzikos festivalis	☐	☐	☐	☐	☐	☐
„Kaunas Jazz“	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Tarptautinis sakralinės muzikos festivalis	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Gatvės muzikos diena	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Sporto renginiai „Žalgirio“ arenoje	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Koncertai ir kultūriniai renginiai „Žalgirio“ arenoje, Kauno sporto halėje	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Tarptautinis šokio festivalis „Aura“	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Kalėdiniai renginiai	☐	☐	☐	☐	☐	☐

21. Ar jus tenkina žemiau išvardinti aspektai:

	Tikrai ne	Greičiau jau ne	Gal, sunku atsakyti	Greičiau jau taip	Tikrai taip	Negaliu atsakyti
Apgyvandinimo paslaugų pasiūla	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Apgyvandinimo paslaugų kaina	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Apgyvandinimo paslaugų kokybė	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Maitinimo paslaugų pasiūla	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Maitinimo paslaugų kaina	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Maitinimo paslaugų kokybė	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Kultūros renginių pasiūla	☐	☐	☐	☐	☐	☐

	Tikrai ne	Greičiau jau ne	Gal, sunku atsakyti	Greičiau jau taip	Tikrai taip	Negaliu atsakyti
Kultūros renginių įvairovė	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Pramogų pasiūla	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Pramogų kaina	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Pramogų kokybė	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Sveikatingumo paslaugų pasiūla	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Sveikatingumo paslaugų kaina	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Sveikatingumo paslaugų kokybė	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Susisiekimo visuomeniniu transportu paslaugų kokybė	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Susisiekimo visuomeniniu transportu kaina	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Gidų paslaugos	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Informacijos užsienio kalba prieinamumas	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Informacinių ženklų, stendų ir kt. pakankamumas	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Informacijos leidinių (bukletų, vadovų, žemėlapių) įvairovė	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Informacijos leidinių užsienio kalba įvairovė	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Informacijos apie lankytinus objektus pakankamumas	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Informacijos apie renginius pakankamumas	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Informacijos apie turistinius maršrutus pakankamumas	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Turizmo maršrutų pasiūla	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Kultūros paveldo objektų būklė	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Kultūros paveldo objektų pasiekiamumas	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Laisvalaikio ir poilsio zonų būklė	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Dviračių takų būklė	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Dviračių takų pakankamumas	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Vandens turizmo infrastruktūros būklė	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Vandens turizmo paslaugų pasiūla	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Vandens turizmo paslaugų kaina	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Muziejų būklė	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Muziejuose teikiamų paslaugų (gidai, edukacinės programos ir kt.) kokybė	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Muziejuose teikiamų paslaugų kaina	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Muziejų darbo laikas	☐	☐	☐	☐	☐	☐

22. Kokių turizmo paslaugų Kauno mieste trūksta? (įrašykite)

6 priedas. Kauno miesto gyventojų lūkesčių bei Kauno miesto turizmo produktų ir paslaugų poreikio Kauno mieste tyrimo suvestinė lentelė

Kl. Nr.	Atsakymo variantas	Vidurkis*	Atsakiusiųjų skaičius (N)	Respondentų vertinimas (%)
I. DEMOGRAFINIAI RODIKLIAI				
1. Lytis				
1.1	Moterys	-	129	81,1
1.2	Vyrai	-	30	18,9
2. Amžius				
2.1	Iki 18	-	1	0,6%
2.2	19-25	-	10	6,1%
2.3	26-35	-	58	35,6%
2.4	36-45	-	36	22%
2.5	46-55	-	30	18,4%
2.6	56-65	-	17	10,4%
2.7	65 ir daugiau	-	11	6,7%
3. Išsilavinimas				
3.1	Nebaigtas vidurinis	-	4	2,5%
3.2	Vidurinis	-	7	4,3%
3.3	Spec. vidurinis	-	12	7,4%
3.4	Aukštasis neuniversitetinis	-	27	16,6%
3.5	Aukštasis universitetinis	-	113	69,3%
4. Gaunamos pajamos Lt per mėnesį				
4.1	iki 700Lt	-	18	11%
4.2	701-1500Lt	-	38	23,9%
4.3	1501-2500Lt	-	52	32,7%
4.4	2501-3500Lt	-	30	18,9%
4.5	daugiau nei 3500Lt	-	21	13,2%
5. Užimtumas				
5.1	Mokinys/studentas	-	9	5,6%
5.2	Verslininkas	-	19	11,8%
5.3	Tarnautojas	-	75	46,6%
5.4	Darbuotojas	-	27	16,8%
5.5	Nedirbantis (bedarbis, namų šeimininkė)	-	15	9,3%
5.6	Pensininkas (-ė)	-	16	9,9%
II. KAUNO Miesto gyventojų keliaavimo įpročiai ir apsisprendimą keliauti įtakojantys veiksniai				
6. Kokiu metų laiku dažniausiai atostogaujate?				
6.1	Pavasarį	-	9	5,7%
6.2	Vasarą	-	138	86,8%
6.3	Rudenį	-	6	3,8%
6.4	Žiemą	-	6	3,8%
7. Kur dažniausiai atostogaujate?				
7.1	Kauno mieste	-	13	8,0%
7.2	Kauno regione	-	13	8,0%
7.3	Kitose Lietuvos vietovėse	-	55	33,7%
7.4	Užsienyje	-	82	50%
8. Kiek skiriate lėšų, turistinėms kelionėms Lt/1 asmeniui?				
8.1	iki 200Lt	-	21	12,9%
8.2	201-500Lt	-	34	20,9%
8.3	501-1000Lt	-	41	25,2%
8.4	1001-2000Lt	-	37	22,7%
8.5	2001-3000Lt	-	21	12,9%
8.6	3001Lt ir daugiau	-	9	5,5%
9. Kaip dažniausiai leidžiate savaitgalį?				
9.1	Namuose su šeima	-	107	65,2%
9.2	Lankau draugus	-	85	51,8%
9.3	Užsiimu menine veikla	-	14	8,5%

Kl. Nr.	Atsakymo variantas	Vidurkis*	Atsakiusiųjų skaičius (N)	Respondentų vertinimas (%)
9.4	Kavinėse, restoranuose ir pan.	-	33	20,1%
9.5	Lankant turistinius objektus	-	37	22,6%
9.6	Sporto renginiuose	-	16	9,8%
9.7	Kultūriniuose renginiuose	-	69	42,1%
9.8	Laisvalaikio ir pramogų centruose	-	26	15,9%
9.9	Važinėju dviračiu	-	44	26,8%
10. Dažniausiai Jūs lankot turistinius objektus:				
10.1	Vienas	-	9	5,5%
10.2	Su draugais	-	62	38,0%
10.3	Su šeima	-	92	56,4%
11. Kas įtakoja Jūsų sprendimą pasirenkant Kauno miesto lankytinus objektus?				
11.1	Susisiekimas	-	22	13,4%
11.2	Biliety/jėjimo kaina	-	50	30,5%
11.3	Noras geriau pažinti miesto istoriją, kultūrą	-	64	39%
11.4	Noras turtingai praleisti laiką	-	103	62,8%
11.5	Kitų rekomendacijos	-	53	32,3%
11.6	Laikas (darbo laikas, sezoniškumas)	-	28	17,1%
11.7	Objekto vieta	-	31	18,9%
12. Kokiais informacijos šaltiniais naudojotės ruošdamiesi aplankyti Kauno miesto lankytinus objektus?				
12.1	Lauko reklamos (iškabos, standai ir kt.)	-	29	17,7%
12.2	Periodiniai leidiniai, lankstinukai, skrajutės ir kt.	-	38	23,2%
12.3	Spauda (dienraščiai, savaitraščiai, periodiniai leidiniai)	-	57	34,8%
12.4	Turizmo informacijos centrai	-	14	8,5%
12.5	Radijas, televizija	-	54	32,9%
12.6	Internetas	-	122	74,4%
12.7	Draugų, giminių rekomendacijos	-	88	53,7%
12.8	Verslo partnerių, kolegų rekomendacijos	-	27	16,5%
13. Kurios turizmo sritys Jums aktualiausios Kauno mieste?				
13.1	Gamtinis-pažintinis turizmas	-	87	53%
13.2	Kultūrinis-pažintinis turizmas	-	110	67,1%
13.3	Etninis turizmas	-	44	26,8%
13.4	Religinis turizmas	-	14	8,5%
13.5	Rekreacinis turizmas	-	40	24,4%
13.6	Sveikatos turizmas	-	25	15,2%
13.7	Verslo (dalykinis) turizmas	-	11	6,7%
13.8	Auto-moto turizmas	-	11	6,7%
13.9	Sporto turizmas	-	19	11,6%
13.10	Dviračių turizmas	-	43	26,2%
13.11	Vandens turizmas	-	38	23,2%
13.12	Nuotykių turizmas	-	35	21,3%
14. Kurios pramogos Jums aktualiausios Kauno mieste?				
14.1	Pažintinės ekskursijos	-	79	48,2%
14.2	Kultūriniai renginiai	-	113	68,9%
14.3	Poilsis gamtoje	-	76	46,3%
14.4	Sporto renginiai	-	30	18,3%
14.5	Auto-moto sportas	-	8	4,9%
14.6	Kelionės dviračiais	-	44	26,8%
14.7	Jodinėjimas	-	5	3,1%
14.8	Žiemos pramogos	-	39	23,8%
14.9	Kita	-	26	15,9%
15. Ar esate keliavę parengtais Kauno miesto turistiniais maršrutais ar dalyvavę Turizmo informacijos centro organizuojamose ekskursijose?				
15.1	Taip	-	45	27,8%
15.2	Ne	-	117	72,2%
16. Kodėl esate keliavę parengtais turistiniais maršrutais				
16.1	Turistiniai maršrutai manę nedomina	-	30	25,9%
16.2	Trūksta informacijos apie parengtus maršrutus	-	66	56,9%
16.3	Kita	-	20	17,2%

Kl. Nr.	Atsakymo variantas	Vidurkis*	Atsakiusiųjų skaičius (N)	Respondentų vertinimas (%)
17. Pažymėkite, kokiais turistiniais maršrutais esate keliavę ar dalyvavę Turizmo informacijos centro organizuojamose ekskursijose?				
17.1	Ekskursija „Alaus kelias Kaune“	-	7	4,3%
17.2	Ekskursija „Karinis Kaunas“	-	8	4,9%
17.3	Ekskursija „Kaunas - laikinoji sostinė“	-	11	6,7%
17.4	Ekskursija „Kauno požemių dvasia“	-	11	6,7%
17.5	Ekskursija „Kauno senamiesčio architektūros paminklai“	-	22	13,4%
17.6	Ekskursija „Netradicinis Kaunas“	-	0	0,0%
17.7	„Nemunu nuo Kauno iki Kulautuvos“ (kelionė laivu)	-	17	10,4%
17.8	„Nemunu per Kauno miestą“ (maršrutas baidarėmis)	-	2	1,2%
17.9	„Kauno veidas“ (maršrutas automobiliu)	-	0	0,0%
17.10	„Neatrastas Kaunas“ (maršrutas automobiliu)	-	0	0,0%
17.11	„Smagus ratukas Kauno centre“ (maršrutas dviračiu)	-	3	1,8%
17.12	„Kauno pilis-Raudondvario pilis“ (maršrutas dviračiu)	-	5	3,0%
17.13	„Kauno širdis“ (maršrutas pėsčiomis)	-	6	3,7%
17.14	„Jiesios šlaitais“ (maršrutas pėsčiomis)	-	1	6,0%
17.15	Kita	-	1	1,8%
III. KAUNO MIESTO INFRASTRUKTŪROS IŠVYSTYMAS BEI TURIZMO PASLAUGŲ KOKYBĖ				
18.	Kaip Jūs vertintumėte Kauno miesto patrauklumą turistams?	2,98	161	98,2
19. Ar pritariate, kad Kauno miesto turizmui svarbūs šie lankytini objektai?				
19.1	Kauno pilis	4,76	161	98,2
19.2	Kauno rotušė	4,83	163	99,4
19.3	Laisvės alėja	4,35	159	97,0
19.4	Senamiestis	4,80	162	98,8
19.5	Vilniaus gatvė	4,58	161	98,2
19.6	Nacionalinis M. K. Čiurlionio dailės muziejus	4,63	161	98,2
19.7	Velnių muziejus	4,50	163	99,4
19.8	Vytauto Didžiojo karo muziejus	4,53	163	99,4
19.9	Kauno funikulieriai	4,47	161	98,2
19.10	Gynybiniai fortai	4,01	156	95,1
19.11	Paminklai (D. Dolskiui, Laisvės ir kt.)	3,63	155	94,5
19.12	Perkūno namas	4,42	163	99,4
19.13	Bažnyčios	4,58	163	99,4
19.14	Pažaislio kamaldulių vienuolyno ansamblis	4,87	163	99,4
19.15	Kauno marių regioninis parkas	4,33	162	98,8
19.16	Ažuolynas	3,95	157	95,7
19.17	Botanikos sodas	4,35	163	99,4
19.18	Panemunės šilas	3,70	159	97,0
19.19	Zoologijos sodas	4,29	159	97,0
19.20	Lietuvos liaudies buities muziejus Rumšiškėse	4,73	162	98,8
19.21	Muzikinis teatras	4,23	160	97,6
19.22	Dramos teatras	4,15	160	97,6
19.23	Kiti teatrai (Lėlių, Jaunimo-kamerinis ir kt.)	4,01	158	96,3
19.24	Meno galerijos	4,29	162	98,8
20. Ar pritariate, kad Kauno miesto turizmo vystymui svarbūs šie renginiai?				
20.1	Kauno miesto dienos	4,79	163	99,4
20.2	Hanza Kaunas Viduramžių kultūros festivalis	4,84	163	99,4
20.3	Kaziuko mugė	4,24	160	97,6
20.4	Muziejų naktys	4,46	161	98,2
20.5	Kauno kino festivalis	4,32	163	99,4
20.6	„Operetė Kauno pilyje“	4,49	161	98,2
20.7	Pažaislio muzikos festivalis	4,78	162	98,8
20.8	„Kaunas Jazz“	4,62	163	99,4
20.9	Tarptautinis sakralinės muzikos festivalis	4,10	163	99,4
20.10	Gatvės muzikos diena	4,21	161	98,2
20.11	Sporto renginiai „Žalgirio“ arenoje	4,53	162	98,8
20.12	Koncertai ir kultūriniai renginiai „Žalgirio“ arenoje, Kauno sporto halėje	4,55	162	

Kl. Nr.	Atsakymo variantas	Vidurkis*	Atsakiusiųjų skaičius (N)	Respondentų vertinimas (%)
20.13	Tarptautinis šokio festivalis „Aura“	4,15	161	98,2
20.14	Kalėdiniai renginiai	4,14	159	97,0
21. Ar jus tenkina žemiau išvardinti aspektai				
21.1	Apgyvendinimo paslaugų pasiūla	3,51	163	99,4
21.2	Apgyvendinimo paslaugų kaina	2,85	153	93,3
21.3	Apgyvendinimo paslaugų kokybė	3,46	162	98,8
21.4	Maitinimo paslaugų pasiūla	3,87	162	98,8
21.5	Maitinimo paslaugų kaina	3,43	160	97,6
21.6	Maitinimo paslaugų kokybė	3,63	163	99,4
21.7	Kultūros renginių pasiūla	3,55	160	97,6
21.8	Kultūros renginių įvairovė	3,50	160	97,6
21.9	Pramogų pasiūla	3,26	159	97,0
21.10	Pramogų kaina	3,03	156	95,1
21.11	Pramogų kokybė	3,36	160	97,6
21.12	Sveikatingumo paslaugų pasiūla	3,04	154	93,9
21.13	Sveikatingumo paslaugų kaina	2,92	157	95,7
21.14	Sveikatingumo paslaugų kokybė	3,21	161	98,2
21.15	Susisiekimo visuomeniniu transportu paslaugų kokybė	3,61	161	98,2
21.16	Susisiekimo visuomeniniu transportu paslaugų kaina	3,61	160	97,6
21.17	Gidų paslaugos	3,46	163	99,4
21.18	Informacijos užsienio kalba prieinamumas	3,05	157	95,7
21.19	Informacinių ženklų, standų ir kt. Pakankamumas	2,69	146	89,0
21.20	Informacijos leidinių (bukletų, vadovų, žemėlapių) įvairovė	2,85	156	95,1
21.21	Informacijos leidinių užsienio kalba įvairovė	2,78	159	97,0
21.22	Informacijos apie lankytinus objektus pakankamumas	2,92	154	93,9
21.23	Informacijos apie renginius pakankamumas	3,17	157	95,7
21.24	Informacijos apie turistinius maršrutus pakankamumas	2,76	149	90,9
21.25	Turizmo maršrutų pasiūla	2,92	154	93,9
21.26	Kultūros paveldo objektų būklė	2,35	135	82,3
21.27	Kultūros paveldo objektų pasiekiamumas	3,30	156	95,1
21.28	Laisvalaikio ir poilsio zonų būklė	2,48	137	83,5
21.29	Dviračių takų būklė	2,46	131	79,9
21.30	Dviračių takų pakankamumas	2,21	117	71,3
21.31	Vandens turizmo infrastruktūros būklė	2,22	127	77,4
21.32	Vandens turizmo paslaugų pasiūla	2,14	128	78,0
21.33	Vandens turizmo paslaugų kaina	2,45	139	84,8
21.34	Muziejų būklė	3,39	157	95,7
21.35	Muziejuose teikiamų paslaugų (gidai, edukacinės programos ir kt.) kokybė	3,73	151	92,1
21.36	Muziejuose teikiamų paslaugų kaina	3,95	157	95,7
21.37	Muziejų darbo laikas	3,76	160	97,6
22.	Kokių turizmo paslaugų Kauno mieste trūksta?	-	49	29,9

7 PRIEDAS. UŽSIENIO MIESTŲ TURIZMUI AKTUALIOS INTERNETO SVETAINĖS IR NUORODOS

Miestas	Turizmo informācijas svietainēs
Brno	http://www.ticbrno.cz/uvod
Mančesteris	http://www.visitmanchester.com/ http://www.creativetourist.com/ http://www.marketingmanchester.com/ http://www.keyforthecity.co.uk/ http://www.newmanchesterwalks.com/ http://www.modernhistory.co.uk/top-trumps/discovery-pass-offers
Miunchenas	http://www.muenchen.de/int/en/Rathaus/tourist_office/index.html http://www.destination-munich.com/ http://www.citytourcard-muenchen.com/english/
Odensē	http://www.visitodense.com/ http://www.visitodense.com/international/en-gb/menu/turist/turistinformaton/city-pass/city-pass.htm http://www.hcandersen-homepage.dk/tourist.htm
Tamperē	http://www.virtuالتampere.com/ http://www.visittampere.fi/ http://www.tampereallbright.fi/
Tartu	http://www.visittartu.com/?set_lang_id=2
Vroclavas	http://www.wroclawcitybreaks.com/ http://www.wroclaw-life.com/ http://www.wroclaw-info.pl/ http://www.convention.wroclaw.pl/index.php?id=34 http://wroclowe2012.com/en/artykuly-o-wroclawiu/city-news/wroclaw-to-offer-a-tourist-card/

Užrašams

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

This image shows a single page of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

