

PRAMONINIO TURIZMO INICIJAVIMO IR VYSTYMO GALIMYBIŲ STUDIJA

TURINYS

IVADAS	1
1. TURISTINĖS VIETOVĖS IR JŲ VALDYMAS.....	3
1.1. Turistinės vietovės samprata ir patrauklumas	3
1.2. Miestų turistinis patrauklumas	5
1.3. Turistinių vietovių valdymas.....	6
1.4. Partnerystės nauda.....	7
2. PRAMONINIO TURIZMO SAMPRATA.....	10
2.1. Pramoninis turizmas.....	10
2.2. Pramoninio turizmo raida ir dalyvaujančios pramonės šakos	11
2.3. Pramoninio turizmo sėkmės pavyzdžiai ir pasiūlymai lankytojams	13
2.3.1. Geriausiai vertinamos pramoninio turizmo vietos	16
2.3.2. Turistiniai maršrutai, jungiantys Europos pramoninio paveldo vietas	20
2.3.3. Pramoninio turizmo pavyzdžiai Lietuvoje.....	27
2.4. Pramoninio turizmo nauda dalyvaujančioms įmonėms	27
2.5. Nauda miestui ar regionui	29
2.6. Buvusių pramonės objektų įveiklinimo galimybės	30
2.7. Vietovės turistinis patrauklumas ir pramoninio turizmo potencialas.....	35
3. PANEVĖŽIO PRAMONINIO TURIZMO POTENCIALAS.....	36
3.1. Turizmo plėtra Panevėžio planavimo dokumentuose	36
3.2. Esama Panevėžio turizmo sektoriaus būklė	38
3.3. Panevėžio miesto pramonės istorija ir pramonės paveldo būklė.....	47
3.4. Pramoninio turizmo potencialas.....	54
3.5. Suinteresuotų šalių bendradarbiavimas vystant pramoninį turizmą.....	59
3.6. Turizmo rinkos ir segmentai	63
3.7. Pramoninio turizmo segmentai.....	65
4. SSGG ANALIZĖ	75
5. PRAMONINIO TURIZMO PRODUKTAI	76
6. PASIŪLYMAI RINKODARAI IR KOMUNIKACIJAI	84
LITERATŪROS SĄRAŠAS	89
PRIEDAI.....	90

IVADAS

Pramoninio turizmo inicijavimo ir vystymo Panevėžyje galimybių studijos rengimo tikslas – atskleisti miesto pramoninio turizmo potencialą, numatyti vystymo galimybes ir strategines kryptis. Šia studija siekiama atlikti vertinimus, analizes ir pateikti rekomendacijas bei pasiūlymus, kurie apimtų konkurencingų pramoninio turizmo Panevėžyje produktų kūrimą, efektyvių rinkodaros ir komunikacijos priemonių įgyvendinimą, stiprinant Panevėžio turizmo įvaizdį bei atskleidžiant pramoninio turizmo potencialą, didinant pramoninių objektų lankomumą ir žinomumą Lietuvoje bei tarptautinėse rinkose.

Turizmas – ekonominė veikla, pirmiausia skatinanti ekonomikos augimą, tačiau norint išlaikyti konkurencingumą tarptautinėje turizmo rinkoje būtina siekti darnios turizmo plėtros. Labai svarbus ne tik ekonominis, bet ir sociokultūrinis turizmo poveikis. Jis pasireiškia vystoma infrastruktūra, didėjančia paslaugų ir pramogų pasiūla, gyvėjančiu kultūriniu gyvenimu, augančiomis vietos gyventojų saviraiškos galimybėmis, stiprėjančiu tapatumu ir kultūrinio savitumo raiška.

Pramoninis turizmas apibūdinamas kaip lankymasis vietose, kurios gyventojams ir turistams suteikia galimybę susipažinti su miesto ar regiono įmonėmis. Pramoninis turizmas yra turizmo rūšis, apimanti apsilankymus veikiančiose įmonėse ir pramoninį paveldą, pasiūlant lankytojams patirtį, susijusią su produktais, gamybos procesais, pritaikymu ir istorija.

Šiandien Lietuvoje pramoninio turizmo vystymui ir rinkodarai skiriama labai mažai dėmesio. Pagrindinės problemos – Lietuva nėra identifikavusi pramoninio turizmo potencialo, pramoninis turizmas nėra išskiriamas kaip turizmo potencialą turinti turizmo rūšis. Lietuvoje egzistuoja pavienės verslo įmonių iniciatyvos, traukiančios pramoniniu turizmu besidominčius lankytojus, sudarydamos jiems galimybes susipažinti su gamybos procesu, dalyvauti degustacijose ar lankytis ekspozicijose. Nors apleisti pramoninio paveldo kompleksai pripažįstami kaip kultūros paveldas, tačiau objektų savininkai dažniausiai šiuo etapu ir apsiriboja, neskirdami lėšų kultūrinės vertės išsaugojimui ar pritaikymui turizmui. Tinkamai įvertinus pramoninio paveldo objektų išsaugojimo svarbą, atsižvelgiant į pramoninio paveldo istorinę vertę miestui ir pramoninio turizmo potencialą, galima būtų formuoti nepaprastai efektingą visumą urbanistiniu, kultūriniu, ekonominiu ir socialiniu požiūriais.

Tinkamai transformuotas ir pritaikytas naujiems poreikiams pramoninis paveldas ir lankytojams duris atveriančios veikiančios pramonės įmonės, galėtų reprezentuoti savitą ir

išskirtinį Panevėžio miesto identitetą. Pramoninis turizmas galėtų tapti vienu iš pagrindinių miesto turizmo produktų, pritraukiančių kultūriniu ir pramoniniu turizmu besidominčių turistų srautus, skatinančių investicijas, didinančias kultūrinį miesto lygį, turistinį patrauklumą bei konkurencingumą nacionaliniu ir tarptautiniu lygiu.

1. TURISTINĖS VIETOVĖS IR JŲ VALDYMAS

1.1. Turistinės vietovės samprata ir patrauklumas

Pasaulio turizmo organizacija turistinę vietovę (angl. *tourism destination*) apibrėžia kaip fizinę erdvę, kurioje turistai praleidžia bent vieną naktį. Turistinė vietovė turi fizines ir administracines ribas, apibrėžiančias jos valdymą, įvaizdį ir suvokimą, kurie lemia jos konkurencingumą. Turistinėje vietovėje yra įvairių suinteresuotųjų šalių, įtraukiančių vietos bendruomenę ir galinčių susijungti į tinklus (PTO, 2016).

Morrison (2019) pažymi, kad turistinė vietovė yra geografinė teritorija, pritraukianti turistus ir pateikia šias turistinės vietovės charakteristikas:

- administracines ribas turinti teritorija (miestai, regionai, valstybės);
- vieta, kur turistai gali apsistoti su nakvyne;
- turistams prieinamas turistinės vietovės produktas (apgyvendinimo paslaugos, maitinimo įstaigos, traukos objektai, renginiai pramogos, prekybos centrai; transporto paslaugos, infrastruktūra, paslaugų kokybė ir svetingumas);
- egzistuoja turizmo vietovės rinkodara ir skatinamas turistų pritraukimas;
- sukurta turistinės vietovės organizacinė struktūra (turistinės vietovės valdymo organizacija (angl. *Destination management organisation, DMO*) vadovauja ir koordinuoja su turizmu suinteresuotų dalyvių pastangas);
- egzistuoja suvokiamas vietovės įvaizdis (turistai suvokia, ką gali pasiūlyti turistinė vietovė).

Įvaizdis laikomas pagrindiniu turistinės vietovės pasirinkimo ir patrauklumo elementu; antrasis elementas – turistų pasitenkinimas, kuris yra glaudžiai susijęs su turistinės vietovės įvaizdžiu; trečiasis – turistinės vietovės statistiniai rodikliai, apimantys atvykstančių turistų skaičių, turistų srauto augimą, vidutinę nakvynės trukmę, gaunamas pajamas iš turizmo, sukurtas darbo vietas.

Kokybiškos paslaugos ir turizmo infrastruktūra didina turistų pasitenkinimą turistinėje vietovėje. Turistų pasitenkinimas turi tvirtą ryšį su rekomendacijomis ir pakartotinėmis kelionėmis į turistinę vietovę. Moscardo (2017) teigia, kad turistų pasitenkinimas daro įtaką jų ketinimui sugrįžti į turistinę vietovę ir/ar rekomenduoti ją draugams bei šeimos nariams. Taigi, labai svarbu, kad turistai būtų patenkinti turistinės vietovės paslaugų ir turizmo infrastruktūros kokybe, pasidalintų teigiama savo patirtimi, rekomenduotų vietovę kitiems.

Turistinės vietovės patrauklumas labai priklauso nuo fizinės aplinkos, kuri formuoja turistinės vietovės įvaizdį, parodo vietovės vietą turizmo rinkoje, išskiria iš konkurentų.

1 lentelė. Turistinės vietovės fizinė aplinka

Fizinė aplinka	Apibūdinimas
Traukos objektai	Vietos ir objektai pritraukiantys lankytojus į turistinę vietovę (įskaitant renginius ir festivalius).
Paslaugų infrastruktūra	Apgyvendinimo, maitinimo, pramogų ir apsipirkimo paslaugos.
Kitų paslaugų ir statinių infrastruktūra	Turizmo informacijos centrai, konferencijų, parodų ir susitikimų vietos; turistinėse vietovėse taip pat labai svarbus ženklavimas, viešieji tualetai, parkavimas.
Bendroji infrastruktūra	Infrastruktūra apima kelius, komunalines paslaugas, vandens tiekimą ir kitas sistemas, skirtas turistinei vietovei ir jos bendruomenei. Tai infrastruktūra, kuri reikalinga turizmo įmonėms, lankytojams aptarnauti, gyventojų poreikiams tenkinti.
Transporto paslaugos ir infrastruktūra	Galimybės patekti į turistinę vietovę yra labai svarbios, todėl transporto paslaugų plėtra yra labai svarbi turizmo produktų kūrimui ir vystymui. Transporto paslaugų tinklas, reikalaujantis sujungti vietas turistinėje vietovėje ir už jos ribų, apima oro, kelių, geležinkelių, vandens ir kitas transporto rūšis.

Šaltinis: Morrison (2019)

Traukos objektai – vienas svarbiausių konkurencingumo veiksnių, skatinančių susidomėjimą turistine vietove ir traukiančių turistus atvykti. Traukos objektams bendri kokybiškos fizinės aplinkos ir prieinamumo požymiai:

- nėra nutolęs nuo pagrindinių kelių ar turistinių vietovių;
- privažiavimo keliai asfaltuoti ir suženklinti;
- nenutolęs nuo viešojo transporto sustojimo vietų;
- yra automobilių stovėjimo aikštelė, įrengtos vietos neįgaliesiems;
- pastatas yra tvarkingas, estetiškas;
- švaru ir tvarkinga;
- yra galimybė pasinaudoti viešuoju tualetu;
- nėra nutolęs nuo turizmo informacijos centro / įrengti informaciniai stendai;
- galima sustoti pailsėti, įrengtos atokvėpio / poilsio vietos, suolai;
- prieinamas visiems, įskaitant ribotas judėjimo galimybes turintiems asmenims;
- turi patrauklias darbo valandas;
- prieinamos ekskursijų (su gidu), edukacijų paslaugos;
- užtikrinamas paslaugų kompleksiskumas (galima pavalgyti, įsigyti suvenyrų ir kt.);
- siekiant prailginti buvimo trukmę, sutvarkyti pasivaikščiojimo takai;
- netoli yra kitų traukos objektų;
- veikia mobilusis ryšys;
- prieinama informacija internete ir informacinėse platformose (užsienio kalba).

Turistinės vietovės patrauklumas priklauso nuo traukos objektų prieinamumo ir suvokiamos traukos objektų svarbos, jų gebėjimo suteikti naudą turistams (paklausa), o turistinės vietovės konkurencingumas priklauso nuo išteklių ir turistinės vietovės gebėjimo, naudojant šiuos išteklius, efektyviai ir ilgą laikotarpį pritraukti turistus (pasiūla). Didžiausia turistinės vietovės vertė – pritraukiami turistai; jei turistinė vietovė neturi patrauklumo, ji negali pritraukti turistų.

Turistinės vietovės konkurencingumas priklauso nuo viešojo ir privataus sektoriaus gebėjimo vystyti bei palaikyti infrastruktūrą, skatinančią turizmo plėtrą bei tenkinančią klientų poreikius. Infrastruktūros kokybė yra svarbi, neatsižvelgiant į tai, kas yra atsakingas už jos sukūrimą, eksploatavimą ir priežiūrą. Turistinėms vietovėms labai svarbu užtikrinti, kad jų infrastruktūra būtų aukšto lygio, todėl siekiant didinti turistų skaičių ir skatinti turistus ilgiau užsibūti, aplankyti papildomus traukos objektus ir padidinti turistų išlaidas vietovėje būtinas nuoseklus infrastruktūros gerinimas ir turizmo paslaugų vystymas.

1.2. Miestų turistinis patrauklumas

Miestų, kaip turistinių vietovių patrauklumas, slypi turtingoje elementų, susijusių su lankymu ir veiklomis gana kompaktiškoje aplinkoje, įvairovėje. Kultūros ir paveldo objektai, jų koncentracija, lemia tam tikros turizmo formos vyravimą miesto teritorijoje. Šiandien miestai tapo kultūros centrais ir atsipalaidavimo vietomis. Turizmo ir rekreacijos paslaugomis bei infrastruktūra (viešosiomis erdvėmis, parkais, dviračių takais, restoranais) naudojasi tiek vietiniai gyventojai, tiek turistai. Todėl galima teigti, kad miestų turizmas nėra tik turizmo forma, bet ir neatsiejama miesto gyvenimo būdo dalis.

Miestas yra produktas, kurį sudaro fizinis (apčiuopiamas) produktas, paslaugos ir idėjos, suteikiantis patirtį turistui. Mieste yra fizinių elementų, tokių kaip pastatai (ir jų architektūra), viešosios erdvės, parkai ar aikštės, unikali gatvių struktūra, pasivaikščiojimo takai, paminklai, transporto sistema. Kitas fizinio produkto bruožas yra miesto geografinė padėtis. Kultūros objektai ir religiniai pastatai taip pat yra svarbi fizinio produkto sudedamoji dalis. Apsilankymo mieste metu turistams teikiamos turizmo (apgyvendinimo ir maitinimo) paslaugos. Turizmo paslaugas apima ir renginiai (teatro ar šokio spektakliai, koncertai, festivaliai), apsipirkimas, sportas.

Miesto turizmo produktai yra daugiafunkciniai ir intensyviai naudojami, todėl norint juos patobulinti, būtina tirti vartotojų poreikius. Miestų produktai (paslaugos ir infrastruktūra) gali būti vertinama keliais būdais. Dažniausiai naudojamas būdas – anketinė turistų apklausa, kurios metu tiriamas turistų pasitenkinimas miesto produktų kokybe. Užsienio tyrimai rodo, kad turistams

svarbiausi elementai: turistinių vietovių ir traukos objektų pasiekiamumas, traukos objektų įvairovė, viešieji tualetai, ženklavimas, parkavimas, gatvių infrastruktūra, turizmo informacija, saugumas, mobilusis ryšys ir internetas viešose zonose, ekskursijos, geriamasis vanduo, dviračių takai.

Miestai – tai patrauklios turistinės vietovės, pasižyminčios pasiūla ir paklausa. Siekiant pritraukti daugiau turistų ir tenkinti jų poreikius, labai svarbu atlikti miestų produkto auditą ir įvertinti svarbiausius turistinio patrauklumo požymius. Ši užduotis yra sudėtinga, nes miestai pasižymi traukos objektų, infrastruktūros, pramogų ir kitų turizmo paslaugų įvairove ir yra labai skirtingi. Traukos objektai, infrastruktūra, patogumai, prieinamumas turi atitikti šiuolaikinius turistų poreikius. Vienas svarbiausių miestų patrauklumo elementų (ypač užsienio turistams) – pasiekiamumas, todėl turi būti vertinamos viešojo transporto galimybės ir informacijos prieinamumas. Kitas svarbus etapas – įvertinti miestų sukurtą fizinę aplinką. Vertinant miestus didžiausias dėmesys turėtų būti skiriamas miesto centrui, kuriame lankosi didžiausias turistų srautas, dėl šioje miesto zonoje esančių traukos objektų, paslaugų ir pramogų koncentracijos. Atlikta turizmo produktų analizė suteikia daug naudingos informacijos apie miesto savybes ir pranašumus, o tai sudaro galimybes DMO nustatyti produktų trūkumus, kurie turi būti pašalinti.

Gretzel ir kt. (2015) teigia, kad šiais laikais daugelis miestų visame pasaulyje nori būti išmaniais miestais (angl. *smart city*), todėl siekia, kad technologijų ir komunikacijų naudojimas bei kitų socialinių veiksnių tobulinimas pagerintų miesto gyventojų gyvenimo kokybę. Pagrindinis išmanių turistinių vietovių elementas – naujų informacijos ir ryšių technologijų (IRT) naudojimas, siekiant pagerinti turistų patirtį. Išmanios turistinės vietovės atveju, naujos informacinės ir ryšių technologijos į turizmą integruojamos, siekiant geresnės turisto patirties. Išmanūs traukos objektai (turistų informacijos centrai, muziejai, galerijos, konferencijų centrai ir pan.) turi pasižymėti išmaniais elementais (video ir audio gidai), o kultūros paveldas turi pasiūlyti galimybes pasinerti į istoriją išmaniuosiuose įrenginiuose.

1.3. Turistinių vietovių valdymas

Turistinės vietovės valdymo organizacija (DMO) pagrindinį dėmesį turėtų skirti turistinės vietovės kokybei ir bendram paslaugų kokybės gerinimui. Turizmo infrastruktūra yra labai svarbi suvokiamai kelionės kokybei ir vertei, todėl skatina poreikį DMO aktyviai valdyti infrastruktūros kokybę. DMO koordinuoja daugelio turizmu suinteresuotų dalyvių pastangas įgyvendinti turistinės vietovės viziją ir tikslus. Turistinių vietovių valdymo organizacijos dažnai daugiausia dėmesio

skiria rinkodarai, tačiau DMO turėtų dalyvauti ne tik rinkodaros veikloje, bet daugiau dėmesio skirti turistinės vietovės valdymui. Šiandiena išskiriami šie DMO vaidmenys (Morrison, 2019):

- **Vadovavimas ir koordinavimas:** DMO yra pagrindinė organizacija, koordinuojanti suinteresuotų šalių pastangas, kad būtų užtikrintas tinkamas turistinės vietovės elementų (traukos objektų, patogumų, prieinamumo, žmogiškųjų išteklių, įvaizdžio) naudojimas.
- **Rinkodara:** turistinės vietovės rinkodara, nešališkos turizmo verslo informavimo paslaugos, operacijų vykdymas ir užsakymų palengvinimas, santykių su vartotojais valdymas. DMO rinkodara yra skirta tam, kad paskatintų turistus aplankyti vietovę.
- **Tinkamos aplinkos kūrimas:** planavimas ir infrastruktūra, žmogiškųjų išteklių plėtra, produktų kūrimas, technologijų plėtra ir pan.
- **Pristatymas:** turistinės patirties kokybės vadyba, mokymai ir švietimas, verslo konsultacijos.

DMO turi valdyti skaitmeninį turinį, skatinti gyventojus, turizmo sektoriaus dalyvius bei turistus vystyti turinį, dalyvauti diskusijose ir pokalbiuose apie turistinę vietovę. DMO turi mokyti turizmo sektoriaus dalyvius pateikti turinį internete; išsiaiškinti, kokios patirties nori vartotojai ir bendradarbiaudami su turizmo sektoriaus dalyviais sukurti šią patirtį; palaikyti ryšį su turistais, siekiant užtikrinti, kad patirtis atitiktų jų lūkesčius; skatinti turistus rašyti atsiliepimus apie savo patirtį, kurti skaitmeninį turinį.

Darni ir konkurencinga turizmo vietovių plėtra susijusi su DMO gebėjimu valdyti turistinę vietovę. Turistinės vietovės valdymas apima koordinuotą ir integruotą produktų valdymą. Turistų patirtis priklauso nuo turizmo paslaugų ir produktų, kurie vartojami svečiuojantis turistinėje vietovėje. Tai skatina bendradarbiavimą tarp organizacijų ir įmonių, nes bendras tikslas – pasiekti geresnę bendrą lankytojų patirtį. Turistinėje vietovėje suinteresuotos šalys turi bendradarbiauti tobulindami turizmo produktų ir jų elementų (traukos objektų, paslaugų, patogumų, infrastruktūros, sukurtos aplinkos ir pan.) kokybę, nes būtent jie lemia turisto patirtį vietovėje. Turistinės vietovės turi pasiūlyti integruotą turizmo produktą ir kokybišką patirtį, kuri tenkintų ir/ar viršytų turisto lūkesčius apsilankymo metu.

1.4. Partnerystės nauda

Partnerystė apibrėžiama kaip sinerginis ryšys tarp DMO ir kitų organizacijų ar verslo subjektų. Efektyvus turistinės vietovės valdymas priklauso ne tik nuo DMO, bet ir reikalauja kitų

suinteresuotųjų šalių pastangų ir partnerių įsitraukimo. Suinteresuotų šalių bendradarbiavimas yra svarbus, nes spartina informacijos, patirties, žinių ir idėjų perdavimą, gebėjimų ugdymą.

Turizmo versle dominuojančios mažos ir vidutinės įmonės gali būti nepajėgios diegti inovacijų, trūkstant žinių, kvalifikacijos ir finansinių išteklių, todėl partneriai ir tinklai joms gali būti ypač naudingi. Nors inovacijos pripažįstamos kaip turistinių vietovių konkurencingumo pagrindas, tačiau DMO trūksta žinių apie inovacijų poveikį ir naudą verslui. Turizmo versle inovacijas diegti dažniausiai trukdo vyraujančios mažos įmonės, nepakankama darbuotojų kvalifikacija ir motyvacija, neišplėtotas bendradarbiavimas su institucijomis ir turizmo politika, nepakankamai išplėtoti tinklai ir klasteriai.

Klasteriai teigiamai veikia įmonių produktyvumą, konkurencingumą, darbo vietų kūrimą, mažų ir vidutinių įmonių augimą, investicijų pritraukimą ir turizmo paslaugų eksporto didinimą. Mažos ir vidutinės įmonės yra pažeidžiamos dėl atskirties (izoliacijos), tad joms reikia partnerių ir tinklų. Įmonės priklausančios klasteriams, koncentruoja veiklas ir mažina riziką, siekdamos konkurencinių pranašumų iš veiklos sinergijos. Kooperacija ir tinklaveika yra labai svarbios, nes spartina informacijos, patirties ir žinių, idėjų perdavimą, gebėjimų ugdymą.

Suinteresuotų šalių bendradarbiavimo veiklos:

- **Vizijos vystymas.** Vizijos kūrimui ir vystymui būtini konceptualūs įgūdžiai, lemiantys suinteresuotų dalyvių ir darbuotojų motyvaciją.
- **Strategijos kūrimas.** DMO turi strategiškai koordinuoti ir valdyti turistinę vietovę, turistams pristatant turizmo produktus.
- **Turistinės vietovės valdymas.** Bendradarbiavimas yra gyvybiškai svarbi turistinės vietovės valdymo funkcija; kuo didesnė kooperacija, tuo turistinė vietovė konkurencingesnė.
- **Poveikis turistinės vietovės plėtrai.** Bendradarbiavimas atlieka pagrindinį vaidmenį darnaus planavimo ir turistinės vietovės vystymo procesuose.
- **Naujų paslaugų kūrimas.** Bendradarbiavimas sukuria konkurencingą produktą ir paslaugų rinkinį.
- **Keitimasis informacija ir patirtimi.** Konkurencinėje kovoje išliks įmonės, tenkinančios turistų poreikius. Žinių kūrimas ir mainai yra ypač svarbūs bendradarbiavime. Suinteresuoti dalyviai turi keistis informacija, norint žinias įtraukti į turizmo produktų kūrimą.

- **Bendrų projektų įgyvendinimas.** Bendri projektai turi būti naudingi daugumai tinklo dalyvių.
- **Interesų koordinavimas.** Turizmo organizacijų ir įmonių priklausymas tinklams ar klasteriams, gali padėti koncentruoti veiklas ir mažinti riziką, siekiant įgyti konkurencinius pranašumus iš veiklos sinergijos. Partnerių bendradarbiavimas turistinių vietovių tinkluose skatina inovacijas.
- **Rinkos plėtra.** Skaitmeninės technologijos sudaro galimybes efektyviai valdyti bendradarbiavimą, ypač turistinės vietovės rinkodarą ir pardavimus.
- **Rinkodara.** Tinklo veikla gali padėti rinkti informaciją, segmentuoti vartotojus ir įgyvendinti priemones. Rinkodara ir reklama yra brangios veiklos, todėl labai svarbu tinkamai pasirinkti tikslines rinkas ir kaip su jomis komunikuoti. Konkurencija tarp turistinių vietovių yra didelė; todėl nuolat reikia „išsiskirti minioje“. Turistinių vietovių rinkodara ir reklama yra dinamiška, reikalauja didelio kūrybiškumo ir inovacijų, pagrįstumo atliktais tyrimais.
- **Išteklių apjungimas.** Tinklaveika mažosioms įmonėms padeda kompensuoti trūkstamus išteklius, didina dalyvių galimybes naudotis ištekliais ir juos apjungti.
- **Dalijimasis sąnaudomis.** Tinklų kūrimas – tai kiekvieno dalyvio noras investuoti ir padidinti tinklo vertę; tuo pačiu metu visi tinklo dalyviai pasidalina bendras išlaidas.
- **Pasiskirstymas užduotimis ir veiklomis.** Siekiant bendro tikslo, apjungiami ištekliai ir užtikrinama sinergija.

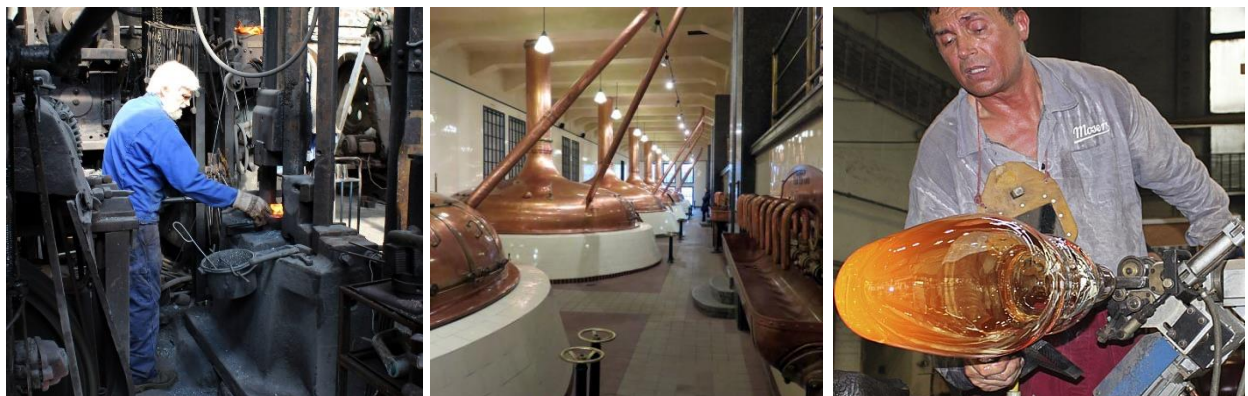
2. PRAMONINIO TURIZMO SAMPRATA

2.1. Pramoninis turizmas

Pramoninis turizmas yra palyginti nauja turizmo rūšis, pristatanti pramonės gamybą ir įvykius. Pramoninį turizmą galima apibūdinti kaip apsilankymus traukos objektuose ar vietovėse, kuriose plačiai visuomenei pristatoma tam tikros pramonės rūšies patirtis, susijusi su praeitimi, dabartimi ar ateitimi (Otgaar, 2010). Pramoninis turizmas apibrėžiamas įvairiai. Mokslinėje literatūroje galima rasti tokių terminų kaip pramoninis turizmas, postindustrinis turizmas, pramoninio paveldo turizmas ar pramoninių objektų kultūrinis turizmas. Populiariausias – pramoninio turizmo terminas (Szromek ir Herman, 2019). Nors šie terminai yra panašūs ir dažnai vartojami pakaitomis, mokslininkai nurodo nedidelius jų skirtumus.

Szromek ir Herman (2019) pažymi, kad Kronenberg (2007) išskiria pramoninį ir postindustrinį turizmą. Pramoninis turizmas reiškia turizmą veikiančiose gamyklose, kurios atveria duris lankytojams švietimo ir pažintiniais tikslais, o postindustrinis turizmas yra susijęs su kelionėmis į vietas, kuriose pramoninė gamyba buvo nutraukta.

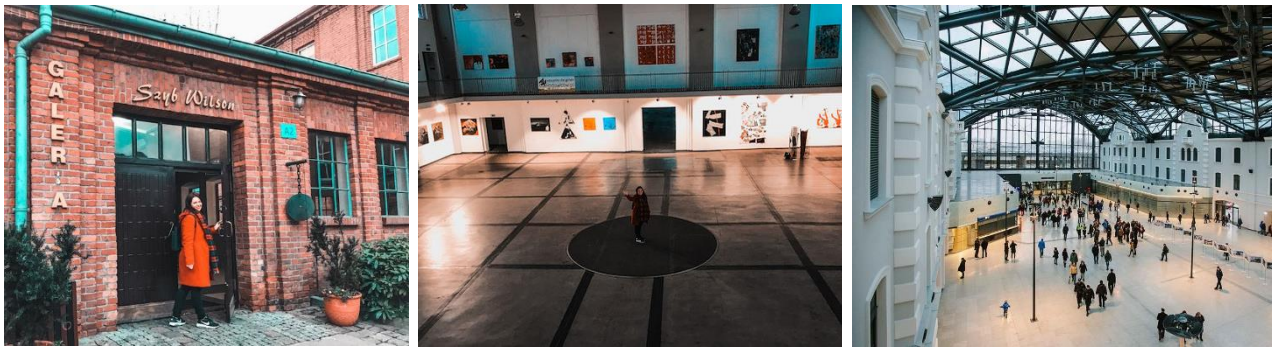
Frew (2015) akcentuoja, kad pramoninis turizmas apima turistų apsilankymus veikiančiose pramonės įmonėse, kurių pagrindinė veikla nėra orientuota į turizmą. Pagrindinis šio apibrėžimo žodis yra „veikiantis“, nes objektas, kuris neveikia, yra pramoninio paveldo objekto pavyzdys. Pramoninis turizmas apima ne tik ekskursijas po įmones, supažindinant lankytojus su gamybos procesu, bet ir įmonės istorijos pristatymą modernių technologijų pagalba, apsilankymus įmonių muziejuose, parkuose ir pan.



1 pav. Pramonio turizmo pavyzdžiai

Bujok ir kt. (2015) teigia, kad apleistos pramoninės patalpos ir infrastruktūra dažnai atsiranda dėmesio centre ne tik tų asmenų, kurie rūpinasi pramoninių ir istorinių vietų išsaugojimu, bet ir keliautojų, kuriuos tokios vietovės traukia išskirtiniu charakteriu. Dėl šio susidomėjimo

atsirado nauja ir gana įdomi turizmo šaka. Tai leidžia turistams pažinti pramoninę aplinką ir jos evoliuciją, turint galimybę pažinti įvairių rūšių pramonės objektus. Šiais laikais, kai visuomenė pradeda prarasti ryšį su gamyba, pramoniniai paveldo objektai suteikia žinių apie pramonės pažangą, žmonijos išradingumą ir kūrybiškumą. Pramonės paveldas žymiai praturtina traukos objektų pasiūlą ir atkreipia visuomenės dėmesį. Pramonės paveldas apima pramonės paveldo maršrutus / kelius, technikos ir istorinius muziejus, turizmui pritaikytus ir pertvarkytus



pramoninius rajonus, istorinius paveldo objektus ir kitas įdomias vietas.

2 pav. Pramonio paveldo pavyzdžiai

Plačiaja prasme pramoninis turizmas apibūdinamas kaip lankymasis vietose, kurios gyventojams ir turistams suteikia galimybę susipažinti su regiono įmonėmis. Pramoninis turizmas yra turizmo rūšis, apimanti apsilankymus veikiančiose įmonėse ir pramoninį paveldą, pasiūlant lankytojams patirtį, susijusią su produktais, gamybos procesais, pritaikymu ir istorija. Kelionės į postindustrines vietas ir jų lankymasis tapo nauja kelionių tendencija. Turistai su pramoninės gamybos istorija susipažinti gali muziejuose, pramonės paveldo objektuose mėgautis meno kūriniais ir spektakliais.

Pramoninis turizmas yra patrauklus plačiai visuomenei, ypač šeimoms, studentams ir profesinį interesą turintiems asmenims. Pramoninis turizmas yra patrauklus keliautojams, kurie domisi istorija, ieško galimybių daugiau sužinoti apie miestus ar regionus. Pramoninio turizmo vartotojai yra ne tik turistai, bet ir gyventojai, moksleiviai, mokslininkai, žurnalistai.

2.2. Pramoninio turizmo raida ir dalyvaujančios pramonės šakos

Daugiau nei prieš 100 metų viešosios ir privačios organizacijos pradėjo organizuoti pramoninio turizmo turus (ekskursijas, degustacijas, edukacijas). Istoriniai pavyzdžiai – apsilankymai Prancūzijos vynuose ir šokolado gamyklose, kelionės pas Graikijos ir Maltos nėrinių ar Olandijos sūrio gamintojus. Paryžiuje gyventojai ir keliautojai turėjo galimybę rinktis ekskursijas nuo tekstilės gamyklų iki skerdyklų. Be to, buvo įmanoma aplankyti tabako fabriką,

vertybinių popierių biržą, parlamentą ir teisingumo teismą. JAV pramoninis turizmas turi itin ilgą istoriją, pavyzdžiui, *Jack Daniel's* spirito varykla Tenesyje ekskursijas siūlo nuo 1866 metų, t.y. nuo to laiko, kai ši įmonė pradėjo savo veiklą (Otgaar, 2012). *Universal Studios* (Kalifornija, JAV), neabejotinai yra didžiausia pasaulyje kino ir televizijos studija, kurioje viešos ekskursijos organizuojamos nuo 1954 metų ir kasmet į „filmų kūrimo užkulisių pasaulį“ pritraukia apie 9 mln. lankytojų.

Otgaar (2012) teigia, kad nuo praėjusio amžiaus devintojo dešimtmečio įvairios šalys, regionai ir miestai pramoninį turizmą įvardijo kaip svarbų turizmo rinkos segmentą. 1988 metais Didžiosios Britanijos turizmo tarnyba pradėjo kampaniją „See Industry at Work“ – vieną pirmųjų iniciatyvų, skatinančių ekskursijas į įmones. 1997 metais Roterdamo miestas įsteigė specialų pramoninio turizmo fondą („Industrieel Toerisme“), skatindamas apsilankymus uoste. 2000 metais Jorko grafystė (Pensilvanija, JAV) pasiskelbė „Factory Tour Capital of the World“. Šie ir kiti pavyzdžiai rodo, kad miestai ar regionai pramoninį turizmą laiko ne tik pajamų šaltiniu, bet ir vietos rinkodaros ar prekės ženklo įrankiu (Frew, 2000).

Frew (2015) pateikia JAV ir Prancūzijos pramoninio turizmo objektų pasiskirstymą pagal pramonės šakų spektrą. JAV į pramoninį turizmą yra įsitraukę šie pramonės sektoriai: žemės ūkis (ūkininkavimas; įvairių kultūrų, pvz., migdolų, citrusinių vaisių ir medaus, gamyba), verslas (vertybinių popierių birža), komunikacija (filmų gamyba, leidyba), branduolinės energijos gamyba, žvejyba, maistas ir gėrimai (arbatos ir kavos gamyba; alaus daryklos; saldinių gamyba; sūrio gamyba; spirito varyklos; ledai; mėsos perdirbimas; užkandžiai), miško produktai (kirtimas; popieriaus pramonė), sveikatos paslaugos, stiklo pramonė, tabako pramonė, technikos (traktoriai; laivai; aviacija; kosmosas) pramonė, batų pramonė, viešosios paslaugos (gaisrų gesinimas, teisėsauga) ir pan. Prancūzijoje į pramoninį turizmą yra įsitraukę tokie pramonės sektoriai kaip žemės ūkis, alkoholio pramonė, maisto produktų gamyba, suvenyrų, šokolado ir sausainių gamyba, elektros produktai, transporto, porceliano, vyno, stiklo, popieriaus, statinių, tekstilės, tabako produktų gamyba, laikraščių leidyba, malimas, energijos gamyba, pakuočių gamyba. Pastebima, kad nors pramoninis turizmas yra susijęs su visais sektoriais, visuomenė ypač domisi žemės ūkiu, maisto produktais ir rankų darbo gaminiais, todėl daugiausia lankytojų sulaukia šokolado gamyklos, alaus daryklos, kvepalų gamintojai ar keramikos amatininkai. Prancūzijos pramonės objektus kasmet aplanko apie 20 mln. lankytojų¹, norėdami susipažinti su šalies ekonomika ir pramonės įmonėmis.

¹ <https://uk.france.fr/en/news/article/what-industrial-tourism>

Pramoninis turizmas apibūdinamas trimis skirtingais būdais: pramonės automatizavimo mastas, stebimo proceso apčiuopiamumas ir lankytojo įsitraukimas. Pramonės automatizavimo mastas apima tiek mažas pramonės įmones (pvz., juvelyrinių dirbinių gamintojai ir menininkai), tiek dideles sunkiosios pramonės įmones, masiškai gaminančias standartizuotus produktus. Pramoninio turizmo proceso apčiuopiamumas apima vietas, kuriose gaminami materialūs produktai, ir vietas, kuriose teikiamos paslaugos. Pramoninis turizmas susijęs su lankytojo įsitraukimu – kai kuriose įmonėse lankytojai dalyvauja pasyviai ir turi galimybę tik stebėti gamybos procesą, tačiau yra vietų, kurios lankytojus įtraukia į gamybos procesą.

2.3. Pramoninio turizmo sėkmės pavyzdžiai ir pasiūlymai lankytojams

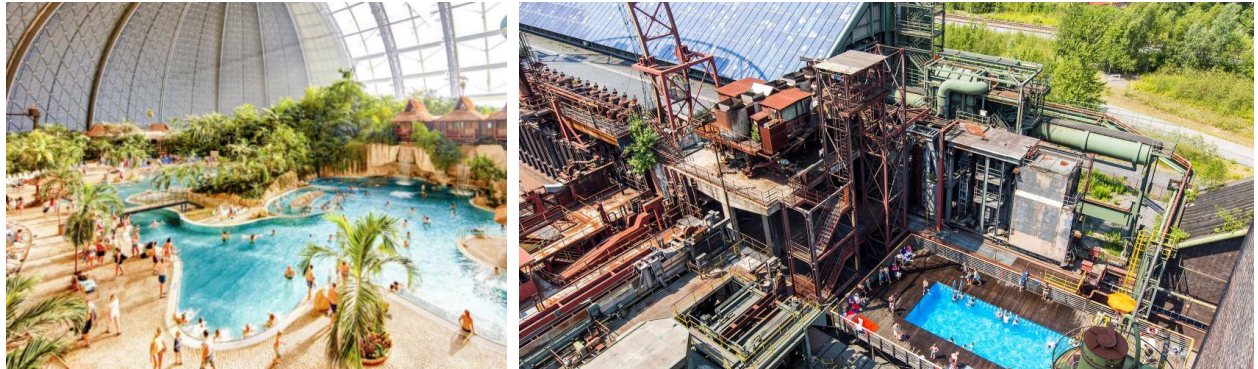
Pramoninio turizmo – kaip ypatingo susidomėjimo turizmo rūšies – paklausa didėja augant domėjimuisi unikalia ir autentiška patirtimi (Otgaar, 2012). Pastaruoju metu keliautojai domisi tiek pramonės paveldo vietomis, tiek šiuolaikinės pramonės traukos objektais. Pramonės turizmas apima:

- **Pramonės paveldą** (pramonės paveldo maršrutai, technikos ir istoriniai muziejai, pertvarkyti ir turizmui pritaikytos pramonės teritorijos miestuose (pavyzdžiui, Detroite, Mančesteryje, Hamburge ar Katovicuose), istoriniai paveldo objektai ir kitos įdomios vietos);
- **Šiuolaikinės pramonės įmonės** su specialiais turistiniais ir (arba) edukaciniais pasiūlymais ir veikla (lankytojų priėmimas į veikiančius pramonės objektus, galimybė susipažinti su pramonine gamyba, organizuojamos degustacijos, ekskursijos, vienkartiniai ar pasikartojantys renginiai „Pramoninio paveldo / kultūros dienos“ ir kt.).

Žmonėms patinka stebėti, lankyti šiuolaikinius ir istorinius (paveldo) gamybos procesus, t.y. prekių, regiono specializaciją, gamybą; firminių prabangos prekių (automobiliai, laikrodžiai ir brangenybės) gamybą; technologiškai sudėtingų, inovatyvių prekių (kompiuteriai ir lėktuvai); rankų darbo gaminių (porcelianas ir kalvystės gaminiai) gamybą; gėrimų ir maisto produktų gamybą.

Pramoninio turizmo objektuose skatinamas inovatyvus ir kūrybiškas pramoninio paveldo naudojimas pasitelkiant menininkus, architektus, dizainerius, renginius (parodos, gamybos dirbtuvės ar laisvalaikio užsiėmimai, susiję su pramoninės veiklos patirtimi). Pavyzdžiui,

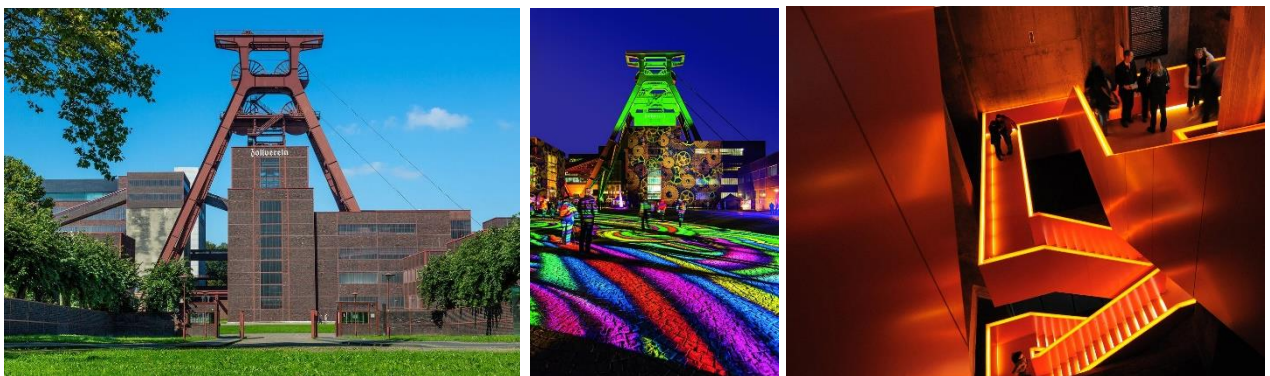
Vokietijoje netoli Berlyno buvusiame dirižablio angare įrengtas didžiulis vandens parkas (3 pav., kairėje), o šalia Eseno, buvusios anglių gamyklos *Zollverein* viduryje, įrengtas baseinas (dešinėje)².



3 pav. *Pramoninio paveldo konversijos pavyzdžiai*

Zollverein buvo didžiausia ir moderniausia anglies kasybos gamykla pasaulyje ir pavyzdinis sunkiosios pramonės pavyzdys Europoje. Piko metu kasyklose ir antžeminiuose pastatuose dieną ir naktį dirbo 8000 kalnakasių. Anglis buvo kasama ir perdirbama 135 metus, kol gamykla nebuvo uždaryta 1986 metais. Šiandien *Bauhaus* dizaino kasykla yra modernios pramoninės architektūros triumfas, meno bei kultūros centras, UNESCO pasaulio paveldo dalis.

Lankytojams suteikiama galimybė tyrinėti Rūro srities (Vokietija) istoriją ir pamatyti, kaip ši vieta turizmui pritaikyta kasyklos uždarymo. Ekskursija po gamyklą ir šachtas veda lankytojus palei konvejerio diržus ir pro originalias mašinas. Pastatuose veikiančios šiuolaikinės meno galerijos, parodų salės, restoranai pavertė senąsias erdves poilsio ir kultūros vietomis. Kiekvienais metais čia vyksta festivalis „ExtraSchicht“. Pramoninės kultūros nakties metu vyksta koncertai, spektakliai ir specialios ekskursijos.



4 pav. „Zollverein“ bokštas ir senosios erdvės pritaikytos lankymui
Šaltinis: www.visitworldheritage.com

² <https://visitworldheritage.com>

Ši pramoninės architektūros šedevrą sukūrė vizionieriai F. Schupp ir M. Kremmer. *Zollverein* laikomas „gražiausia anglių kasykla pasaulyje“, pramoninio paveldo paminklu, simbolizuojančiu kadaise didžiausią Europos anglių kasyklą, tapusią patrauklia kultūros, laisvalaikio ir verslo renginių vieta.

Šiandien pramonės paveldas yra dinamiška kultūrinė vieta, kurioje yra muziejų, skirtų pramoniniam paveldui ir dizainui, taip pat daugybė laisvalaikio užsiėmimų ir renginių. Čia skirtingais metų laikais veikia ledo čiuožykla ir „Works“ baseinas (2,4 x 12 x 5 m), kurį sukūrė menininkai D. Paschke ir D. Milohnic iš dviejų supjaustytų ir suvirintų jūrinių konteinerių.



5 pav. „Zollverein“ buvusios gamyklos pastatai ir čiuožykla
Šaltinis: www.visitworldheritage.com

Kasmet *Zollverein* aplanko apie 1,5 mln. lankytojų, siekiančių patirties, susijusios su išskirtine pramonine architektūra, dalyvauti ekskursijose su gidais, aplankyti parodas, švęsti festivalius ir atsipalaiduoti parke.

Maison folie Wazemmes (Lilis, Prancūzija) – buvusi verpimo gamykla, kurią į kultūrinę erdvę pavertė olandų architektas L. Spuybroek. Šiandien šiame objekte organizuojamos parodos, vyksta koncertai, įkurtos meno dirbtuvės.



6 pav. Buvusios verpimo gamyklos konversija
Šaltinis: www.maisonsfolie.lille.fr

Pramoninis turizmas yra glaudžiai susijęs su pramoninės kultūros, kuri vystosi kartu su ekonominės aplinkos transformacija praeityje, dabartyje ir ateityje, samprata. Turistai, lankydami gamyklose ir pramonės rajonuose, gali susipažinti su dabartine lankomų regionų ekonomika, inovatyviais gamybos procesais. Pramonės gamybos pokyčių patyrimas leidžia turistams suprasti vykstančius senųjų pramoninių regionų kraštovaizdžio pokyčius, regionų ir miestų plėtrą.

2.3.1. Geriausiai vertinamos pramoninio turizmo vietos

2019 metais paskelbta 10 išskirtinių Europos pramoninio turizmo vietų: nuo tradicinės gamybos iki pažangiausių technologijų. Juose organizuojamos ekskursijos / turai (angl. *factory tour*), įkurti pramonės muziejai ir prekių ženklų lankytojų centrai, suteikiantys galimybes susipažinti su gamybos paveldu ir šiuolaikiniais gamybos procesais³.

³ www.europeincoming.com/top-10-european-industrial-tourism-attractions/

Volkswagen Autostadt Factory & Auto Museum (Volsburgas, Vokietija) gamykloje kasdien pagaminama iki 4000 transporto priemonių, o lankytojai per 2 val. gali pamatyti kaip pilnai surenkamas automobilis. Čia veikia teminės parodos, įkurtas muziejus, pastatyti išpūdingi 48 m stiklo konstrukcijos bokštai.



7 pav. Muziejus ir stiklo konstrukcijos automobilių bokštai

Šaltinis: www.european-traveler.com/germany/visit-volkswagen-autostadt-in-wolfsburg/

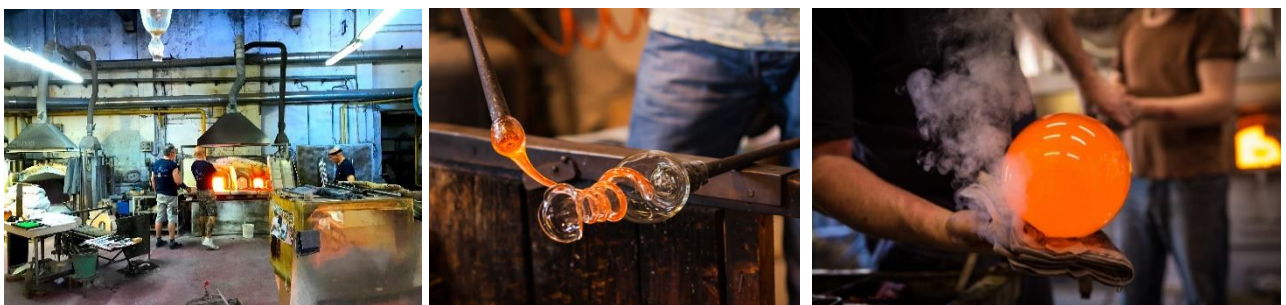
Guinness Storehouse (Dublinas, Airija) lankytojai gali susipažinti su *Guinness* gamyklos istorija, mėgautis alaus degustacijomis ir nuostabiais Dublino panoramos vaizdais.



8 pav. Guinness Storehouse ir degustacijų baras

Šaltinis: www.guinness-storehouse.com

Murano stiklo gamykla ir *Museo Vetrario* (Muranas, Venecija, Italija). Amatininkai stiklą čia gamina nuo XIII a., o šiandieną kelios gamyklos, įskaitant tradicinę Murano stiklo gamyklą, lankytojams siūlo stiklo pūtimo demonstracijas, ekskursijas su gidais. Turistai gali apsilankyti Stiklo muziejuje (*Museo Vetrario*), sužinoti apie Venecijos stiklo gamybos istoriją, pamatyti brangiausius stiklo dirbinius.



9 pav. Ekskursijos, supažindinančios su stiklo gamybos procesais

Šaltinis: www.visitmuranoglassfactory.com

Heineken Experience (Amsterdamas, Olandija) siūlo interaktyvų turą po buvusią vieno didžiausių alaus gamintojų alaus daryklą „Experience“, kurio metu demonstruojama prekės ženklo istorija, alaus gamybos procesas ir technologinės naujovės. Turas užbaigiamas alaus degustacijomis *Heineken* muziejaus bare.



10 pav. Turai, skirti supažinti su alaus gamybos istorija ir šiandieniu gamybos procesu
Šaltinis: www.heinekenexperience.com

Parfumerie Fragonard ir muziejus (Grasse, Pietų Prancūzija). Ekskursijose po istorinę *Fragonard* gamyklą pristatoma kvepalų gamyba kvepalų dirbtuvėse, laboratorijoje ir spirito varykloje. Muziejuje yra senųjų kvapiųjų buteliukų ir kosmetikos reliktų.



11 pav. Ekskursijos, supažindinančios su kvepalų gamyba
Šaltinis: www.usines-parfum.fragonard.com/en/factories/the-historical-factory/

Cadbury World (Birmingamas, JK) pasitelkiant multimedijos sprendimus pristato *Cadbury* paveldą, gamybos ir pakavimo procesus, čia veikia parduotuvė ir kavinė šokolado tematika.



12 pav. Veiklų įvairovė gamyklos lankytojams ir vaikams
Šaltinis: www.cadburyworld.co.uk

Airbus surinkimas ir Aeroscopia muziejus (Tulūza-Blanjakas, Prancūzija). Lankytojai laukiami aviacijos muziejuje ir ekskursijoje po Airbus galutinio surinkimo gamyklą, įskaitant didžiausio pasaulyje keleivinio lėktuvo A380 gamybos liniją.



13 pav. Turai „Airbus“ galutinio surinkimo gamykloje
Šaltinis: www.manatour.fr

BMW World / BMW Welt (Miunchenas, Vokietija) yra populiariausia Bavarijos turistinė vietovė, kurioje lankytojam pristatoma prekės ženklo istorija ir ateitis, naujausi „BMW Group“ produktai ir Vokietijos automobilių paveldas netoliese esančiame muziejuje.



14 pav. Muziejaus pastatas, prieinamumas ir ekspozicijos
Šaltinis: www.bmw-welt.com

voestalpine Stahlwelt (Lincas, Austrija) yra novatoriškas gamintojas, lankytojus supažindinantis su plieno gamyba, apdirbimu, plieno gaminiais. Parodos koncepcija – unikalios patirties ir žinių sąveika. Pastato viduje kabo milžiniška plieninė rotunda, sumodeliuota pagal plieno gamybos tiglą. Tiglyje yra 80 didelių, chromuotų rutulių, kurių skersmuo yra iki 2,5 m.



15 pav. Tiglis, plieniniai rutuliai ir šviesos efektai
Šaltinis: www.voestalpine.com

Tiglis yra struktūriškai sujungtas su „bokštu“, kuriame yra įspūdingų eksponatų ir daugybė interaktyvių sprendimų (pavyzdžiui, maišymo pulte lankytojas gali sumaišyti savo plieno rūšį). Keliaujant laiptais iki viršaus, lankytoją lydi plieno gamybą atkartojantys garsai ir įspūdingi šviesos efektai iš 700 kv. m šviesos diodų, dengiančių vidinę tiglio sieną.

Swarovski Crystal Worlds / Kristallwelten (Insbukas, Austrija) geriausiai žinomas dėl kristalų papuošalų. *Swarovski Crystal Worlds* – stebuklingi sodai ir rūmai, kuriuose pristatomos kristalų įkvėptos meno instaliacijos.



16 pav. Meno instaliacijos

Šaltinis: www.kristallwelten.swarovski.com

Pastaraisiais metais pramoninio turizmo paklausą lėmė tai, kad daug keliaujantys turistai, yra pasisotinę tradicinių vietų (muziejų, bažnyčių) lankymu arba turistinėje vietovėje lankydamiesi antrą kartą renkasi vietas, kurios gali pasiūlyti išskirtinės patirties ir žinių. Be to, jaunoji karta domisi pramone ir gamybos procesais, kurie pakito dėl naujų technologijų ir globalizacijos bei jau tampa istorijos dalimi. Pramoniniu turizmu taip pat domisi aktyvūs, vyresnio amžiaus žmonės ar senjorai, kurių kelionės motyvai susiję su nostalgija. Pramoninio turizmo objektai lankomi švietimo, verslo ar profesinio intereso tikslais. Pramoninio turizmo segmentais taip pat gali būti vietos lankytojai ir šeimos su vaikais.

2.3.2. Turistiniai maršrutai, jungiantys Europos pramoninio paveldo vietas

XXI a. Europoje jau nebeabejojama pramonės paveldo išsaugojimo svarba. Europos Taryba jį yra paskelbusi neatsiejama bendrojo Europos paveldo dalimi ir pripažinusi jo reikšmę kuriant bendrą europietiškąjį tapatumą. Europoje pramoninis turizmas sustiprėjo per pastaruosius du dešimtmečius. Šios rūšies turizmas lankytojams sudaro galimybes pažinti vietinę istoriją, apžiūrint pramonines vietas bei siūlo unikalią patirtį ir nuotykius kelionės metu. Pramoninio paveldo objektus galima susieti turistiniais maršrutais (keliais). Tokios iniciatyvos ėmėsi Europos

kultūros kelių institutas, sukūręs Europos pramoninio paveldo maršrutą (angl. *European Route of Industrial Heritage, ERIH*)⁴ ir šį maršrutą sertifikavęs 2019 metais.

Šio maršruto iniciatyva susijusi su XVIII a. vid. prasidėjusia pramonine revoliucija, kai visoje Europoje sparčiai plito naujos technologijos. Gamintojai statė gamyklas, tūkstančiai darbuotojų migravo į kylančias miestų pramonės teritorijas. Šiandien atviros gamyklos ir šiuolaikinių technologijų muziejai lankytojams pasakoja apie Europos industrializacijos istoriją, jos kultūrinį, socialinį ir ekonominį palikimą. Europos pramonės paveldo maršrutas, turintis daugiau nei 1800 vietų visose Europos šalyse, kviečia lankytojus susipažinti su Europos pramonės istorijos etapais. Europos atminties vietos liudija mokslo atradimus, technologines naujoves ir darbuotojų gyvenimo istorijas. Iš viso pramoninio paveldo pristatymui sukurta 14 teminių maršrutų (angl. *Application of Power, Communication, Housing and Architecture, Industry and War, Iron and Steel, Industrial Landscapes, Mining, Paper, Production & Manufacturing, Salt, Service and Leisure Industry, Textiles, Transport, Water, Xtra: Company Museums, Xtra: UNESCO World Heritage*), pabrėžiančių Europos industrializacijos kontekstą. Europos pramonės paveldo maršrutų pagrindas – ekskursijos su gidais, pristatymai ir išskirtiniai renginiai, pavyzdžiui, „ExtraSchicht – pramoninio paveldo naktis“ Rūro srityje (Vokietija) arba „Industriada“ Silezijoje (Lenkija) pritraukia šimtus tūkstančių lankytojų; mažesni pramoniniai objektai apjungti į 20 regioninių maršrutų taip pat pritraukia lankytojus ir turistus bei daro socialinį poveikį vietinėms pramonės įmonėms. Šiandien visi šie industrinės praeities liudijimai sudaro Europos turizmo tinklą. Į pramoninio paveldo maršrutus įtraukta keletas Lietuvos muziejų – Lietuvos aviacijos muziejus ir Keramikos muziejus (Kaunas), Lietuvos jūrų muziejus (Klaipėda), Nacionalinis muziejus po atviru dangumi (Rumšiškės), Energetikos ir technikos muziejus bei Geležinkelio muziejus (Vilnius), Tradicinių amatų ir audimo muziejus (Kretinga).

Maršrutą „Gamyba ir apdirbimas“ (angl. *Production and Manufacturing*) sudaro tokios sritys kaip papuošalų; alaus; statybos žaliavų; keramikos, porceliano, stiklo; chemijos produktų; stalo įrankių; inžinerijos; maisto, gėrimų gamyba, žvejyba ir žemės ūkis, tabako pramonė; aukso, sidabro, papuošalų, laikrodžių, monetų; odos; medienos gamyba.

Alaus gamybos srityje pristatomos 44 alaus daryklos ir muziejai: *Pilsner Urquell* alaus darykla ir muziejus (Pilsenas, Čekijos Respublika), *Heineken Experience* – *Heineken* alaus

⁴ www.erih.net/about-erih/route-system/european-theme-routes/

darykla⁵ (Amsterdamas, Nyderlandai), *Tyskie* aludarystės muziejus (Tychos, Lenkija), *Żywiec* alaus daryklos muziejus (Żyvecas, Lenkija) ir kt. Daugiausia objektų (8) yra Vokietijoje.

2 lentelė. Tradicijų pristatymas alaus daryklose ir muziejuose

Pavadinimas	Paslaugos					
	Rekomenduojama lankymosi trukmė, val.	Ekskursija su gidu, min.	Iėjimas	Maitinimas	Lankytojų centras	Suvenyrų parduotuvė / knygynas
<i>Pilsner Urquell</i> alaus darykla ir muziejus	2,5	100	Mokamas	Restoranas, pikniko vieta	Taip	Taip
<i>Heineken Experience</i> – <i>Heineken</i> alaus darykla	2	-	Mokamas	Restoranas	Taip	Taip
<i>Tyskie</i> aludarystės muziejus	2,5	120	Nemokamas	Kavinė	-	Taip
<i>Żywiec</i> alaus daryklos muziejus	1,2-2,5	90	Mokamas	Restoranas	Taip	Taip

Šaltinis: www.erih.net/i-want-to-go-there/themeroute/production-and-manufacturing/

Maršrutą „Transportas“ (angl. *Transport*) sudaro šios sritys: aviacija; motorinės transporto priemonės ir keliai; geležinkelio riedmenys ir geležinkeliai; laivai, uostai, upės ir kanalai; gatvių tramvajai ir autobusai.

Geležinkelio riedmenų ir geležinkelių srityje pristatoma net 214 objektų: technikos ir geležinkelių muziejų, centrinių stočių, geležinkelių parkų, geležinkelių linijų ir kt. Šie objektai išsidėstę Vokietijoje (77), Nyderlanduose, Norvegijoje, Portugalijoje, Lenkijoje, Ispanijoje, JK, Airijoje, Vengrijoje, Ispanijoje, Austrijoje, Baltarusijoje, Italijoje, Belgijoje, Estijoje ir kt.

3 lentelė. Geležinkelių ir tramvajų istorijos pristatymas

Pavadinimas	Paslaugos					
	Rekomenduojama lankymosi trukmė, val.	Ekskursija su gidu, min.	Iėjimas	Maitinimas	Edukacijos ir veikos vaikams	Suvenyrų parduotuvė / knygynas
<i>Hoorn-Medemblik</i> garų tramvajaus muziejus (Nyderlandai)	4	-	Mokamas	Taip	Taip	Taip
Silesijos geležinkelio muziejus (Lenkija)	2	60	Mokamas	Vieta piknikams, kavinė	Taip	Taip
Nacionalinis geležinkelio muziejus Lousadoje (Portugalija)	1	75	Nemokamas	Vieta piknikams	Taip	Taip

⁵ www.youtube.com/watch?v=96r1RTX2AcQ

Pavadinimas	Paslaugos					
	Rekomenduojama lankymosi trukmė, val.	Ekskursija su gidu, min.	Įėjimas	Maitinimas	Edukacijos ir veikos vaikams	Suvenyrų parduotuvė / knygynas
Mansefeldo geležinkelių linija (Vokietija)	2-3	-	Mokamas	-	-	Taip
Hespertal geležinkelis (Vokietija)	1	-	Mokamas	-	Taip	Taip

Šaltinis: www.erih.net/i-want-to-go-there/themeroute/transport/

Mansfeldo geležinkelio linija (Vokietija). Muziejaus traukinys išvyksta iš Klostermansfeld / Benndorf stoties, kurioje yra istorinė laukimo salė, čia lankytojai gali nusipirkti užkandžių. Traukiniu kelionė tęsiasi 10 km geležinkelio ruožu. Per Tarptautines garo mašinų dienas ir Mansfeldo geležinkelio šventes vienu metu važiuoja du traukiniai, kurie išvyksta kas valandą. Ekskursija organizuojama po Mansfeldo geležinkelio lokomotyvą ir vagonų statybos dirbtuves. Norintys išskirtinės patirties – gali užsisakyti paslaugą ir mokytis vairuoti garvežį.



17 pav. Mansfeldo geležinkelis ir garvežys

Šaltinis: www.erih.net

Hespertal geležinkelis (Vokietija) su istoriniais garvežiais ir dyzeliniais lokomotyvais. Kelionės metu galima grožėtis vaizdais į Baldeney ežerą. Istorinis geležinkelis liudija regiono pramonės istoriją ir driekiasi nuo Eseno-Kupferdreh iki Haus Scheppen, buvusio Werdono abatijos dvaro.



18 pav. Hespertal garvežiai Šaltinis: www.erih.net

Maršrutą „Tekstilė“ (angl. *Textiles*) sudaro drabužių; medvilnės; drobės, lino, kanapių, džiuo; šilko; vilnos gamybos vietos.

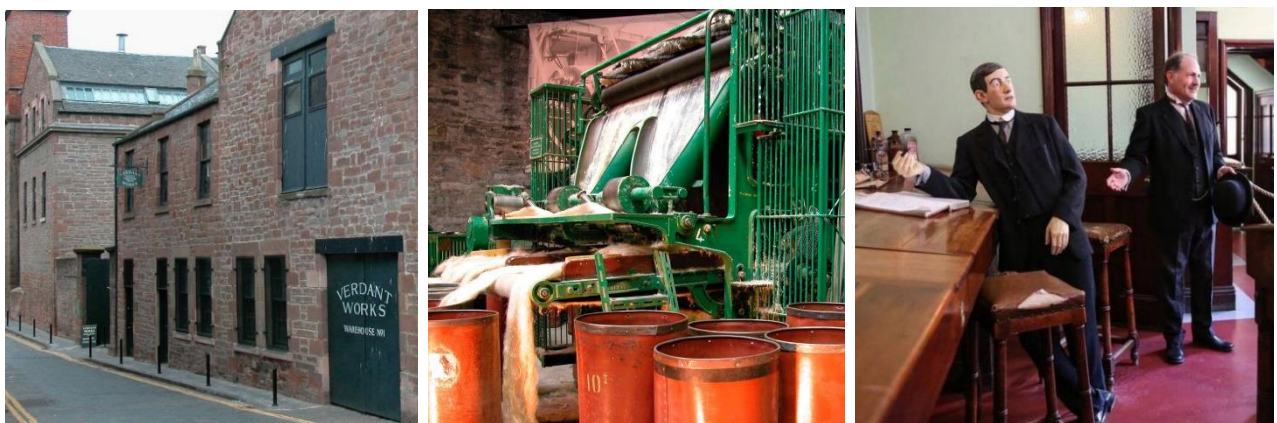
Lino, drobės, kanapių ir džiuo gamybos srityje pristatomos 22 vietos Europos šalyse (Jungtinė Karalystė, Lenkija, Austrija, Vokietija, Vengrijoje, Norvegija, Švedija, Šveicarija ir kt.).

4 lentelė. Džiuo ir lino gamybos tradicijų pristatymas

Pavadinimas	Paslaugos					
	Rekomenduojama lankymosi trukmė, val.	Ekskursija su gidu, min.	Įėjimas	Maitinimas	Edukacijos ir veikos vaikams	Suvenyrų parduotuvė / knygynas
<i>Verdant Works</i> džiuo malūnas (JK)	2	-	Mokamas	Taip	Taip	Taip
<i>Żyrardów</i> gamyklos miestas (Lenkija)	-	-	Nemokamas	-	-	-

Šaltinis: www.erih.net/i-want-to-go-there/themeroute/textiles/

XIX a. pab. Škotijoje džiuo gamyklų buvo daugiau nei bet kur kitur pasaulyje. Vienas iš jų – *Verdant Works*, paskutinė Didžiojoje Britanijoje veikusi džiuo gamykla. Lankytojai muziejuje supažindinami su tekstilės pramonės istorija, kuri perteikiama filmais, interaktyviomis programomis, garso ir vaizdo sprendimais, alyvos kvapu ir veikiančių mašinų triukšmu.



19 pav. Verdant Works ekspozicija Šaltinis: www.erih.net

Żyrardów miestas kviečia pasivaikščioti XIX a. gatvėmis vienintelėje Europoje poindustrinėje gyvenvietėje, kuri buvo išsaugota 95 proc. Żyrardów – buvusi Lenkijos linų sostinė, lankytojus stebina netikėtai turtingu pramoninio turizmo ir kultūros paveldo objektų skaičiumi. Mieste vyksta daugybė koncertų, parodų ir teatro spektaklių. Atnaujintame linų fabrike praeitis persipina su dabartimi. Mieste veikia išskirtinės vietose įsikūrę viešbučiai, restoranai ir kavinės.



20 pav. Żyrardów – buvusi linų sostinė

Maršrute „Aukščiausios kokybės įmonių gamyklos ir muziejai“ (angl. *Xtra: company museums and factory tours*) pateikiamos 179 vietos, kuriose įmonės vykdo savo veiklą, o gamyklos istoriją ir produktus pristato muziejuje ir (arba) ekskursijoje. Tai gyvosios pramonės vietos. Šiame maršrute yra jau minėtos alaus daryklos ir muziejai (*Pilsner Urquell* alaus darykla ir muziejus, *Heineken Experience* – *Heineken* alaus darykla, *Tyskie* aludarystės muziejus, *Żywiec* alaus daryklos muziejus).



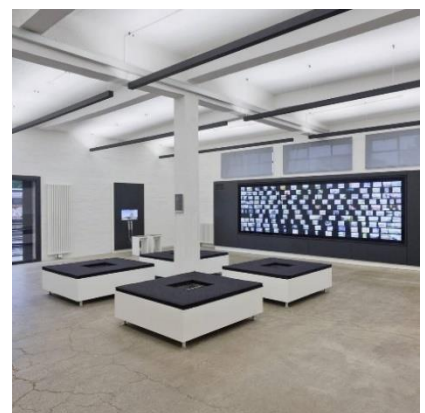
21 pav. *Pilsner Urquell* alaus darykla ir muziejus
Šaltinis: www.erih.net

5 lentelė. Gyvosios pramonės vietos

Pavadinimas	Paslaugos					
	Rekomenduojama lankymosi trukmė, val.	Ekskursija su gidu, min.	Įėjimas	Maitinimas	Edukacijos ir veikos vaikams	Suvenyrų parduotuvė / knygynas
<i>Fagus</i> gamykla (Vokietija)	3	60	Mokamas	Restoranas / pikniko vieta	Taip	Taip
<i>Agbar</i> vandens muziejus (Barselona, Katalonija)	2	75	Mokamas	Restoranas	Taip	Taip
<i>Krenzer Hammer</i> kalvė (Vokietija)	1	30-60	Mokamas	-	Taip	Taip

Šaltinis: www.erih.net

Fagus batų gamykla – įtraukta į pasaulio paveldo sąrašą. Verslininkas C. Benscheidt (1858–1947) savo darbuotojus laikė vertingiausiu turtu, o architektas W. Gropius (1883–1969) pasižymėjo novatorišku supratimu apie žmogaus poreikius atitinkančią architektūrą. 1911–1914 metais pastatyta gamykla turėjo atitikti ne tik funkcinius kriterijus, atitinkančius gamybos reikalavimus, bet ir pabrėžti geras apšvietimo sąlygas ir sudaryti geras darbo sąlygas. Tam buvo pasitelktas estetiškas interjero dizainas, o vyraujančios statybinės medžiagos – stiklas ir plienas – sukuria puikią darbo aplinką. Lankytojus stebina vis dar veikianti *Fagus* gamykla, buvusiam sandėlyje įrengta ekspozicija ir istoriniame medžio drožlių sandėlyje įkurtas UNESCO pasaulio paveldo lankytojų centras. Interaktyvūs ekranai, 3D vizualizacija, vaizdo įrašai ir daugybė eksponatų iliustruoja gamyklos praeitį ir dabartį, požiūrį į darbuotojus.



22 pav. *Fagus* batų gamykla įtraukta į pasaulio paveldo objektų sąrašą

Šaltinis: www.erih.net

Daugelis gamyklų ir kompanijų atveria duris profesionalams, studentams ir turistams. Paprastai vizitai į įmones vyksta tam tikru laiku ir tam tikromis savaitės dienomis. Pavyzdžiui, Briuselyje esantis šokolado fabrikas *Planète Chocolat* turus lankytojams organizuoja kiekvieną

šeštadienį ir sekmadienį. Šių turų metu visuomenei pristatomi šokolado gamybos būdai, taip pat galima mėgautis degustacija. Manoma, kad lankytojai, turintys galimybę paragauti produktų, bus labiau linkę tapti klientais ir, galbūt, reguliariai pirks produktus.

2.3.3. Pramoninio turizmo pavyzdžiai Lietuvoje

Lietuvoje yra keletas įmonių, iškūrusių istoriniuose pramoniniuose pastatuose ir tebegaminančių tos pačios rūšies produkciją, kurios gamybai jie ir buvo statyti.

6 lentelė. Gyvosios pramonės vietos Lietuvoje

Pavadinimas	Paslaugos					
	Muziejus / ekspozicija	Ekskursija / Degustacija	Įėjimas	Maitinimas	Edukacijos ir veikos vaikams	Parduotuvė
Saldainių fabrikas <i>Rūta</i> ir šokolado muziejus (Šiauliai)	Taip	Degustacija	Mokamas	Kavinė	Taip	Taip
<i>Švyturio</i> alaus darykla (Klaipėda)	Taip	Ekskursija (trukmė 1-1,5 val.)	Mokamas	Baras	-	-
Stipriųjų alkoholinių gėrimų gamykla <i>Stumbras</i> ir muziejus (Kaunas)	Taip	-	Mokamas	-	-	Taip
<i>Volfas Engelman</i> alaus gamykla (Kaunas)	Taip	Ekskursija ir degustacija (trukmė 1,5-2 val.)	Mokamas	-	-	-
<i>Utenos alaus</i> aludarystės pažinimo centras (Utena)	Taip	Ekskursija ir degustacija (trukmė 1,5-2,5 val.)	Mokamas	-	-	-

Šios įmonės savo istoriškumą aktyviai naudoja įmonių reklamoje ir deklaruoja tęsiančios senąsias gamybos tradicijas.

2.4. Pramoninio turizmo nauda dalyvaujančioms įmonėms

Otgaar (2012) teigia, kad pramoninio turizmo plėtra labai priklauso nuo įmonės gebėjimo bendradarbiauti. Vis daugiau įmonių pripažįsta pramoninio turizmo galimybes ir naudą, t.y. pramoninis turizmas gali pagerinti įmonės ar prekės ženklo įvaizdį, padėti parduoti produkciją ir išlikti patraukliu darbdaviu. Pagrindinės priežastys, lemiančios įmonių norą ir suinteresuotumą atverti duris lankytojams:

- Užsitikrinti savo reputaciją;
- Reklamuoti savo prekių ženklus ir produktus;
- Kurti tvarius santykius su visuomene.

Chikurova ir Oshkordina (2019) nuomone tikslai, kuriuos gamintojai naudoja pramoniniu turizmu besidominčių turistų pritraukimui, gali būti skirtingi – tai vartotojų sąmoningumo didinimas, klientų lojalumo stiprinimas, potencialių darbuotojų pritraukimas, pardavimų skatinimas, įmonės prekės ženklo stiprinimas, prisijungimas prie didesnio (miesto ar regiono) prekės ženklo. Dažniausiai įmonės pramoniniu turizmu siekia sukurti ir sustiprinti lojalumą prekės ženklui. Lankytojai, susipažinę su gamybos procesu, labiau pasitiki produktu, todėl padidėja tikimybė, kad jie ateityje vėl pirs produktą.

Otgaar (2012) teigia, kad pramoninio turizmo potencialas yra glaudžiai susijęs su atskiros įmonės ir regiono galimybėmis pritraukti turistus pramoninio turizmo tikslais. Pramoninio turizmo potencialas yra glaudžiai susijęs su objekto patrauklumu ir prieinamumu. Turizmo potencialas priklauso nuo keturių veiksnių:

- Įmonės (-ių) patrauklumo;
- Įmonės ekskursijų pasiūlos;
- Vietovės ir objekto kokybės;
- Rėmimo priemonių.

Įmonės (-ių) patrauklumas yra svarbus pramoninio turizmo plėtros veiksnys. Į vartotoją orientuotos įmonės turi pranašumų, palyginti su įmonėmis, neturinčiomis šios orientacijos. Regionines iniciatyvose (pavyzdžiui, „Expedition Colonia“, „Made in Torino“, „Visitez Nos Entreprises“) sėkmingai dalyvauja įvairūs verslo sektoriai – žemės ūkis, automobiliai, žiniasklaida ir maistas.

Ekskursija gamykloje apibūdinama kaip organizuotas apsilankymas, siekiant stebėti gaminamus produktus ir gamybos procesus. Gamybos įmonės siūlo ekskursijas gamykloje, kad sustiprintų ryšius su visuomene. Pramoninis turizmas yra tarsi tiltas tarp verslo ir visuomenės, todėl tiek viešasis sektorius, tiek privačios įmonės dažniausiai yra suinteresuoti gerais pramonės ir bendruomenės, kurioje jie veikia, santykiais.

Viešųjų ir privačių subjektų noras investuoti į pramoninį turizmą priklauso nuo (strateginės) naudos, kurios jie tikisi iš šios turizmo rūšies. Jei nauda yra nemateriali ir netiesioginė, įmonės nori investuoti mažiau. Kai kurioms įmonėms („Airbus“, „Cointreau“, „Aurora“) nauda pasiteisino investavus į muziejus, ekspozicijas, parodas. „Atvirų durų“ renginiai (pavyzdžiui, „Made in Angers“) palengvina ir skatina atverti duris lankytojams.

Vietovės ir lankytinų objektų kokybė yra svarbus veiksnys, kurį sunku pakeisti vienai organizacijai, tačiau jį reikėtų spręsti strateginiu lygmeniu. Regioninės įstaigos gali skatinti

privačias įmones imtis veiksmų. Pavyzdžiui, pramoninį turizmą galima integruoti į miesto teritorijų pertvarkymą, kaip Rheinauhafen (Kelnas) ir Ville uostas (St Nazaire). Pramoninio turizmo plėtra vaidina svarbų vaidmenį didinant miesto teritorijos patrauklumą ir prieinamumą.

Galiausiai pramoninio turizmo plėtra priklauso nuo rėmimo veiklų. Lyginant priimančiųjų įmonių ir regioninių organizacijų interesus, šiuo klausimu lyderio vaidmuo dažniausiai tenka regioninėms turizmo ir rinkodaros organizacijoms. Dauguma įmonių nenori investuoti į rinkodaros priemones dėl paprastos priežasties – ekskursijų ir edukacijų paklausa yra žymiai didesnė nei pasiūla. Informacija apie įmonės ekskursijas ar edukacijas yra pateikiama įmonių interneto svetainėse, tačiau labai dažnai šią informaciją sunku surasti. Įmonės, kurios tikisi tiesioginės ir apčiuopiamos naudos, naudoja reklamos priemones, kad padidintų savo pramoninio turizmo pasiūlos matomumą. Kartais įmonės nenoriai investuoja į pramoninį turizmą dėl plėtrai reikalingų lėšų, saugumo rizikos, vagysčių ar pramoninio šnipinėjimo grėsmės. Dažnu atveju, įmonės pramoninį turizmą vertina kaip išpareigojimą, susijusį su išlaidomis, o ne pajamomis. Kitas motyvas neorganizuoti ekskursijų ir turų – konfrontacija su gamybos procesu (pvz., maisto pramonėje) gali pakenkti įmonės ir jos produktų reputacijai.

2.5. Nauda miestui ar regionui

Pramoninis turizmas suteikia galimybių ne tik įmonėms, bet ir miestams. Pramoninis turizmas, ypač didelę pramoninę bazę turintiems miestams, suteikia įdomių galimybių sustiprinti ekonomiką (tiesioginis ir netiesioginis užimtumas), padidinti turizmo produktų pasiūlą. Tokiems miestams pramoninis turizmas – potenciali miesto augimo galimybė, atitinkanti jų identitetą, t.y. pramoninis turizmas sudaro galimybes sustiprinti miestų išskirtinumą ir įvaizdį. Tačiau pastebima, kad nors daugelis miestų ir turi galimybių plėtoti pramoninį turizmą, tačiau jų neišnaudoja. Daugeliu atvejų pramoninis turizmas apsiriboja tik nedidelio masto ekskursijomis, be aiškos savivaldybės ar įmonių vizijos apie jo strateginę vertę, jau nekalbant apie koordinuotą produktų kūrimą. Pramoninis turizmas taip pat galėtų būti vietos ekonomikos plėtros įrankis, sutelkiant dėmesį į atstovaujamas pramonės šakas arba pramonės šakas, kurios turi augimo potencialą. Regioniniu požiūriu, pramoninio turizmo plėtra susijusi su sukuriamomis darbo vietomis, turistų pritraukimu ir jų kelionės trukmės didinimu.

Otgaar (2012) teigia, kad pramoninis turizmas gali būti vertinamas kaip priemonė, padedanti pagerinti tiek įmonių, tiek miesto ar regiono įvaizdį. Taigi, pramoninis turizmas gali būti laikomas bendro prekės ženklo (vietovės, produktų, gamintojų) kūrimo įrankiu.

Bendra miesto ar regiono strategija gali palengvinti pramoninio turizmo plėtros koordinavimą, sumažinti išlaidas vystant pramoninį turizmą. Norint pasiekti sinergiją, reikalingas viešojo ir privataus sektorių sutarimas dėl prioritetų ir užmojų. Sutarimas priklauso nuo viešųjų ir privačių interesų suderinamumo trimis pagrindiniais pramoninio turizmo plėtros klausimais:

- **Lankytojų srautų charakteristikos:** dydis, sudėtis ir srautas. Ar viešojo ir privataus sektoriaus atstovai gali susitarti dėl pramoninių turistų segmentų ir kada gali atverti duris lankytojams?
- **Ivaizdis:** ar viešojo ir privataus sektoriaus atstovai pripažįsta susidomėjimą vietovės, gamintojų ir produktų ženkliniu? Ar ekskursijos atitinka esamas regiono / miesto bei pramonės įmonių prekės ženklo strategijas?
- **Pramoninio turizmo potencialas:** viešojo ir privataus sektoriaus atstovai turi panašų požiūrį į miesto /regiono ir jo pramoninio turizmo potencialą ir ar jie suinteresuoti investuoti į šį potencialą lemiančius elementus?

2.6. Buvusių pramonės objektų įveiklinimo galimybės

Pastaraisiais metais išaugo naujų ir neįprastų vietų poreikis. Šie procesai yra susiję su nykstančių pramoninių regionų transformacija, kur ekonominei problemai spręsti kuriama nauja ekonominė veikla (Otgaar ir kt., 2010). Pramoninio turizmo vystymas yra svarbus atgaivinant miestą. Uždarytos gamyklos gali būti prikeltos naujai veiklai: kultūros ir paveldo turizmui ar kūrybinėms industrijoms. Yra daugybė pramonės sričių, kuriose turizmas yra efektyvi regioninės ir ekonominės plėtros priemonė. Tai gali būti puikus tvaraus augimo pavyzdys, kai turizmas naudojamas kaip pramoninių objektų atgaivinimo ar pramoninio paveldo išsaugojimo priemonė. Pramoninis paveldas gali turėti daug funkcijų ir tikslų, tačiau jo vystymas priklauso nuo objektų savininkų poreikių ir prioritetų. Atgaivinimo projektai grindžiami tarpsektorinėmis partnerystėmis, o jų įgyvendinimas reikalauja privataus sektoriaus ir valstybės paramos dalyvavimo bei bendradarbiavimo. Vietos valdžios institucijos turėtų priimti pagrindinį vaidmenį tokiuose procesuose, nes būtent vietos valdžios institucijos vertina, kurie projektai pritraukia geriausius investuotojus ir kas domina miestą.

Kaip rodo atlikta pramoninio turizmo analizė, vis daugiau šalių, įžengiančių į poindustrinę erą, rūpinasi savo pramoninės praeities išsaugojimu. Paveldo išsaugojimo priemonė yra objekto pritaikymas dabartiniais poreikiais, nepažeidžiant vertingųjų (paveldinių) objekto savybių.

Stratton (2000) išskiria keletą galimų komercinių ar kultūrinių pramonės pastato panaudos ir pritaikymo formų:

- Pramonės išsaugojimas;
- Pramonės ar technikos muziejų steigimas;
- Pramonės pastatų konversija⁶ į gyvenamosios ar visuomeninės paskirties pastatus.

Kai kurie istoriniai pramonės objektai yra itin vertingi dėl savo architektūros, įrenginių, retos ar unikalios technologinės linijos, išsaugoto gamybos proceso. Natūralu, kad tokius pastatus norima išsaugoti švietimo tikslais, todėl juose steigiami muziejai (žr. 2.3 skyrių). Techninės ar pramoninės pakraipos muziejaus steigimas tapo vienu populiariausių būdų išsaugoti pramoninį paveldą. Be to, muziejai geba suderinti švietimo, turizmo ir komercijos (suvenyrai, senomis technologijomis pagaminta produkcija) funkcijas.

Pramoninės architektūros paveldo pritaikymas muziejams ir galerijoms – vienas labiausiai paplitusių nekilnojamojo pramonės paveldo išsaugojimo būdų. Pramonės paveldo objektuose dažnai steigiami istoriniai technikos muziejai su įvairiomis ekspozicijomis ir dokumentacija. Tačiau tokie muziejai (dažniausiai išlaikomi vien miesto) yra statiški ir vartotojui nelabai įdomūs. Kur kas įdomesni „gyvieji“ pramonės muziejai, kuriuose vyksta veiksmas, suteikiantis lankytojui išskirtinių pojūčių, neatrastų pramoninių patalpų struktūrų ir gamybos procesų pažinimą su originalia veikiančia technika, taip pat efektingų filmų apie pramonę ir įvairių susijusių medijų demonstravimas, degustacijos, įvairūs reginiai. Į tokius pramonės muziejus investuoja ir valstybė, ir privačios iniciatyvos.

Europoje vis dažniau buvę stambūs pramoniniai kompleksai pritaikomi kompleksinei veiklai: pritaikomi kultūrinei, aptarnavimo, pramogų bei komercinei paskirčiai. Šiuolaikiniai pramonės paveldo panaudos būdai: gamybinės veiklos tęsimas; pritaikymas kultūrinei veiklai; tradiciniai ir „gyvieji“ muziejai; meno galerijos; kultūros / meno fabrikai; pritaikymas gyvenamajai paskirčiai; pritaikymas visuomeninei paskirčiai; pritaikymas komercinei paskirčiai; pramonės paveldo turizmas; panaudojimas viešiesiems ryšiams ir reklamai.

Pastaraisiais metais didelės pramonės pastatų erdvės sėkmingai pritaikomos ir moderniojo meno galerijoms. Savita industrinė estetika ir neįprastos fabriko patalpos domina įvairių meno šakų entuziastus. Didelėse ir gerai apšviestose fabriko salėse įkuriamos skulptorių ar tapytojų dirbtuvės, niūriose ir tamsiose patalpose – elektroninės muzikos festivalių centrai ir pan. Kadangi šiuolaikinės

⁶ Konversija – pakeitimas, pakitimas, (pa)virtimas, per(si)tvarkymas. Lietuvos teritorijų planavimo normose konversija apibrėžiama kaip „neefektyviai naudojamų užstatytų teritorijų (miestų centruose ir jų prieigose esančios taršios ar neefektyvios pramonės) naujas (antrinis) panaudojimas plėtrai“

meno galerijos retai apsiriboja paveikslų ar instaliacijų demonstravimu, tokios erdvės dažnai tampa madingomis šiuolaikinės kultūrinės veiklos, laisvalaikio ir pramogų vietomis. Pasitaiko ir kombinuotų variantų – meno muziejų ir galerijų drauge su kultūros ir meno centrais, bibliotekomis, teatrais.

Lietuvoje pramonės paveldo pritaikymo meno galerijoms pavyzdžių kol kas nėra, tačiau populiarėja kita industrinių erdvių pritaikymo kultūrinėms reikmėms tradicija – kultūros fabrikai.

Kultūros fabrikų (angl. *art factory*), sąvoka vadinami dideli kultūros ir meno centrai įsikūrę buvusiuose pramoninės paskirties pastatuose. Būdinga, kad naujieji centrai perima originalų buvusios pramoninės įmonės pavadinimą. Tokių fabrikų idėja gimė Beniliukso šalyse, per porą dešimtmečių ji išplito visame pasaulyje. Dabar suskaičiuojama per 200 buvusių pramoninių pastatų, tapusių moderniais kultūros centrais. *Trans Europe Halles* tinklas – organizacija, šiuo metu vienijanti 116 nepriklausomų kultūros centrų, įsikūrusių buvusiuose pramoniniuose arba kariniuose pastatuose.

Meno fabriko, dar vadinamo kultūros fabriku, esmė – įvairių kūrybinės veiklos ir meno formų sklaida pramoninės architektūros objekte. Tai gali būti: vizualieji menai (dailė, grafika, fotografija, skulptūra, instaliacijos); taikomieji menai (dizainas, architektūra, mada, reklama); audiovizualiniai menai (kinas, animacija, skaitmeninis menas, multimedia); scenos menai (teatras, šokis, performansai, muzika); tarpdisciplininiai meno projektai; parodų ir ekspozicijų erdvės; festivaliai ir renginiai; kino teatrai ir koncertų salės; fotografijos, kino, televizijos ir radijo studijos; spaudos, reklamos ir leidybos įmonių biurai; menininkų, dizainerių, architektų studijos ir dirbtuvės; knygynai, bibliotekos, mediatekos; muzikos ir video įrašų platinimo vietos; autorių drabužių ir daiktų krautuvės-galerijos; „blusų“ turgūs ir alternatyvieji komisai; neformalaus gatvės meno ir sporto erdvės (grafitti, parkūras, riedlentės); kūrybinės dirbtuvės ir meno inkubatoriai; įvairių kultūrinių programų ir edukacijos centrai; meno ir mokslo centrai.

Įsteigtas ir tinkamai išvystytas meno fabrikas gali tapti idealia terpe kūrybinių industrijų plėtrai. Būtina pažymėti, kad progresyvūs, didieji Europos meno fabrikai, įsikūrę įspūdingos architektūros senuosiuose fabrikuose yra daugiafunkciai ir užsiima net tik kūrybine veikla bei jos sklaida, bet ir išvysto tikrą kultūros ir pramogų infrastruktūrą. Šalia jau išvardintų kūrybinės veiklos formų ir kūrybinių paslaugų tiekėjų, veikia klubai, kavinės, restoranai, viešbučiai, parduotuvės, nuomojamos patalpos ir kt. Peržvelgus tokio fabriko veiklų sąrašą tampa aišku, kad meno fabrikas – gali būti puiki kūrybingo verslo niša, atnešanti realią finansinę naudą.

Menų spaustuvė įsikūrusi gyvybingą kelių šimtmečių istoriją menančiose buvusios spaustuvės patalpose. Menų spaustuvė senas sienas pildo nauju turiniu, ypatingą dėmesį skirdama šiuolaikiniams scenos menams. Ji suteikia galimybę nevyriausybinėms scenos menų organizacijoms kurti, o žiūrovui – išvysti tai, ko nerodo kiti teatrai.



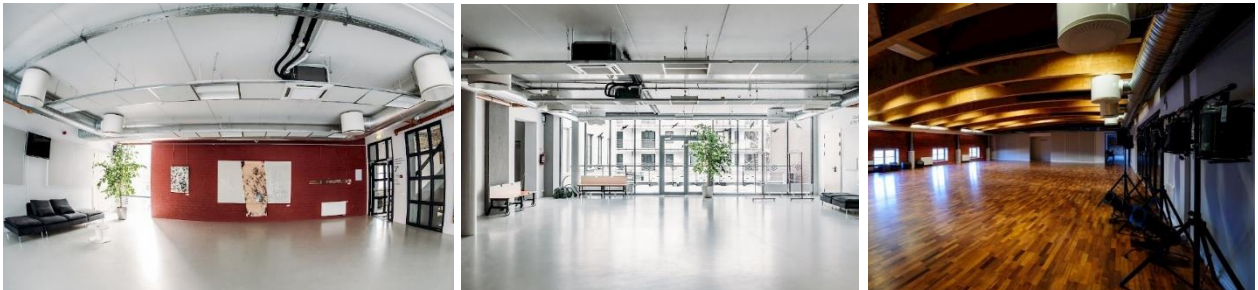
23 pav. *Menų spaustuvės ekspterjeras ir interjeras*
Šaltinis: www.menuspaustuve.lt

Menų fabrikas LOFTAS yra įsikūręs Vilniaus Naujamiestyje industrinėje aplinkoje, įspūdingoje buvusios *Elfos* gamykloje, kurioje buvo gaminami radijo imtuvai, patefonai, juostiniai ir kasetiniai magnetofonai. Menų fabrikas šiose erdvėse įsikūrė 2010 m. Po menų fabriko stogu telpa koncertai ir renginiai, vizualiųjų menų, kino, teatro, mados kūrėjai, šokio eksperimentai, konferencijos, edukaciniai seminarai, interaktyvios tarpdisciplininės meno formos. Čia per metus įvyksta per 100 skirtingo pobūdžio renginių, kuriuose apsilanko per 80 tūkst. žmonių.



24 pav. *Menų fabriko LOFTAS – unikali renginių vieta*
Šaltinis: www.terminal.menufabrikas.lt

Bendrovė „Philip Morris Lietuva“ veiklą perkėlusi į naujas patalpas, Klaipėdos miesto savivaldybei pardavė senamiestyje buvusias tabako fabriko patalpas už 1 litą su sąlyga, kad jos bus panaudotos socialinėms reikmėms. Kadangi fabrikas yra senamiestyje, jame įkurtas kultūros, verslo ir rekreacijos kompleksas – kultūros fabrikas.



25 pav. Kultūros fabriko erdvės

Šaltinis: www.kulturosfabrikas.lt

Netoli miestų centrų esantys apleisti fabrikai dažnai pritaikomi ne tik gyvenamosioms patalpoms, bet ir komercinei paskirčiai. Keičiant buvusius pramonės pastatus į gyvenamuosius namus, viešbučius ar kitus komercinės paskirties objektus, dažniausiai išsaugomi tik pastatų fasadai. Išsaugojus ne tik pastato fasadus, bet ir kai kurias konstrukcijų ar technikos detales, galima sukurti unikalius objektus. Lietuvoje šiuo metu vyrauja istorinių ar sovietmečio pramonės pastatų integravimo į naujai statomus prekybos centrus pavyzdžiai: statant prekybos centrą „Akropolis“ Kaune integruoti XIX a. pab. ir vėlesnių laikotarpių pramoniniai pastatai; prekybos ir laisvalaikio centre „Tilžė“ (Šiauliai) integruotas XIX a. antrosios pusės brolių Nurokų odos fabriko gamybinis pastatas ir dūmtraukio dalis (Drėmaitė, 2007).

Koks pritaikymo ar panaudos būdas bus pasirinktas ir kaip jis bus įgyvendintas, daugeliu atvejų priklauso nuo objekto savininko ar architekto. Akivaizdu, kad pramonės paveldo objektų sėkmingam pritaikymui naujai veiklai, reikia savininkų, restauravimo specialistų, architektų, ekonomistų, paveldo ekspertų, politikų ir administratorių, dirbančių vykdomosios valdžios lygmenyse bei viešosiose tarnybose, darbo. Idealu, kai senuosiuose gamybiniuose pastatuose galima tęsti gamybinę veiklą, kuriai jie ir buvo pastatyti ar pritaikyti. Tokie pastatai dažnai tampa firminių įmonių ženklu. Įprastai kai kurie gamybos įrenginiai modernizuojami, tačiau autentiški objektai išsaugomi ir tarnauja viešiesiems ryšiams bei reklamai. Dažniausiai tai – nedidelės tradiciniais metodais dirbančios kompanijos (gėrimų ir maisto gamyklos), siūlančios tradicinę produkciją.

2.7. Vietovės turistinis patrauklumas ir pramoninio turizmo potencialas

Vietovės turistinis patrauklumas susijęs su miestų galimybėmis kurti turizmo produktus, atspindinčius jų pramoninį įvaizdį ir (arba) tapatybę. Ryškiausios pramoninio turizmo kryptys – miestai ir regionai, turintys tvirtą pramoninę bazę. Jiems pramoninis turizmas yra potencialus augimo sektorius, atitinkantis jų tapatybę, sudarantis galimybes sustiprinti išskirtinumą ir įvaizdį, ypač pasitelkdamas jau turimą turtą.

Vystant pramoninį turizmą labai svarbus turistinės vietovės patrauklumas ir pramoninių objektų derinys su kitomis lankytinomis vietomis (kultūriniais ir gamtiniais traukos objektais).

Svarbios sąlygos vertinant paskirties pramoninio turizmo potencialą yra šios:

- **Vietovės kokybė** (vietinė infrastruktūra, paslaugos, aplinka, kiti lankytini objektai ir kt.);
- **Lankytinų objektų prieinamumas** (patogumas pasiekti lankytojus, lankytojų paslaugos vietoje, patogumai arba bent jau nemokama prieiga prie paveldo vietovių ir informacija apie juos; lankytojų centrai arba bent galimybė numatyti individualias ekskursijas su atitinkamomis įmonėmis; kvalifikuotas personalas);
- **Informacijos prieinamumas** (viešojo ir privataus sektoriaus rinkodaros bendradarbiavimas).

Pramoninio turizmo potencialas labai priklauso nuo miesto ekonominės struktūros ir turizmo pasiūlos. Didėjant turizmo pasiūlai, didėja miestų konkurencingumas ir patrauklumas. Ne tik pasiūla, bet paklausos pokyčiai taip pat prisideda prie didėjančio pramoninio turizmo populiarumo. Tačiau bendradarbiavimo trūkumas ir silpni potencialių dalyvių bendradarbiavimo ryšiai gali pakenkti pramoninio turizmo plėtrai.

3. PANEVĖŽIO PRAMONINIO TURIZMO POTENCIALAS

3.1. Turizmo plėtra Panevėžio planavimo dokumentuose

Panevėžio miesto plėtros 2014–2020 metų strateginiame plane (toliau – Strateginis planas) prioritetine sritimi išskiriamas „Panevėžio konkurencinio (metropolinio) potencialo stiprinimas“, šios prioritetinės srities tikslai – (1.1.) sukurti palankiausią verslui ir investicijoms aplinką Lietuvos šiaurės rytuose; (1.2.) formuoti draugišką verslo ir viešojo administravimo kultūros aplinką regione; (1.3.) formuoti Panevėžio, kaip regiono lyderio, įvaizdį.

Vienas iš uždavinių siekiant gerinti bendrą aplinką verslui – (1.1.2.7) pritaikyti Meistrų g. teritoriją (buvusi karinio dalinio aviacijos dirbtuvių teritorija) smulkiojo ir vidutinio verslo, turizmo plėtrai (parengti techninius dokumentus; sutvarkyti želdynus ir kraštovaizdį).

Siekiant formuoti draugišką verslo ir viešojo administravimo kultūros aplinką regione numatyta skatinti viešos ir privačios partnerystės idėjų įgyvendinimą – (1.2.3.1.) sukuriant aktyvaus poilsio ir turizmo infrastruktūrą „Ekraną“ marių pakrantėje (pastatyta ir įrengta vandens turizmo ir sporto bazė); (1.2.3.2.) įrengti kempingą ir jam reikalingą infrastruktūrą „Ekraną“ marių pakrantėje (atliktas tyrimas dėl kempingo reikalingumo; įrengtas kempingas; įrengta aktyvaus poilsio turizmo infrastruktūra).

Siekiant formuoti patrauklaus turizmui miesto įvaizdį numatyta (1.3.3.1.) kurti naujus, kelių dienų kompleksinius aktyvaus poilsio turizmo produktus, orientuotus į šeimą, moksleivius, verslininkus (skurti kelių dienų kompleksiniai turizmo produktai); (1.3.3.2.) kurti bendrus turizmo produktus su verslo, kultūros, sporto įmonėmis ir organizacijomis (naujai sukurti produktai); (1.3.3.3.) užtikrinti turizmo informacijos sklaidą mieste (nemokamos turizmo informacijos teikimas; leidžiami ir nemokamai platinami turizmo leidiniai; dalyvaujama turizmo parodose ir misijose).

Strateginiame plane prioritetine sritimi išskiriama „Darni miesto teritorijų ir infrastruktūros plėtra“, kurios siekiama atnaujinant ir plečiant miesto viešųjų erdvių infrastruktūrą. Siekiant kompleksiskai sutvarkyti miesto viešąsias erdves, atnaujinti / sukurti poilsio ir rekreacinių zonų infrastruktūrą: (3.4.1.1.) sutvarkyti miesto parkų, poilsio ir rekreacinių zonas (kompleksiškai sutvarkyta: Panevėžio senvagės teritorija, Skaistakalnio parkas ir jo prieigos, Kultūros ir poilsio parkas, Jaunimo sodas, Kniaudiškių parkas); (3.4.1.4.) teritorijos prie „Ekraną“ marių konversija, pritaikant ją aktyviam poilsiui, užimtumui ir vietos verslo skatinimui (įrengtas paplūdimys; sutvarkyta ir pritaikyta aktyviam poilsiui, užimtumui ir vietos verslo skatinimui teritorija prie

„Ekranų“ marių); (3.4.1.5.) sutvarkyti Nepriklausomybės aikštę ir jos prieigas; (3.4.1.7) sutvarkyti Nevėžio upę ir jo pakrantes.

Remiantis „Skaistakalnio parkui ir aplinkinėms teritorijoms vieningai vystyti ir įveikinti“ koncepcija, Skaistakalnio parko ir vystomos teritorijos identitetą apibrėžia dvi skirtingos temos, kurios istoriškai įkūnija ir paties Panevėžio miesto likimą – tarp pramonės praktiškumo ir kūrybos laisvės. Skaistakalnio parkas turi išskirtinį potencialą viso miesto mastu transformuoti ilgai vyravusią pramonės ir kūrybos polių priešpriešą. Teritorijos infrastruktūrinis ir simbolinis laukai – nuo nusikendusio pagoniško akmens upėje iki pramonės ir gamybos sektoriaus už tvoros – leidžia vykdyti įvairiapusiškas veiklas, atliepiančias ir toliau formuojančias vietas ir viso miesto identitetą. Tokių teritorijų konversija į aktyvias viešąsias erdves atneša socialinę, kultūrinę ir aplinkosauginę naudą, kuri pasireiškia per aktyvias pramogas ir ramų poilsį urbanizuotoje aplinkoje. Atnaujinimas sukuria galimybes pagerinti miesto kraštovaizdį, kaimynysčių sutelktumą bei visuomenės sveikatingumą. Tai taip pat kelia aplink esančių teritorijų ekonominę vertę, sukuria galimybes naujų paslaugų sistemų kūrimuisi, o pats parkas gali tapti dar labiau gamtiškas, integruodamas gamtiškai orientuotus sprendimus.

Teritorijų konversija gali pagerinti miesto gyvenimo kokybę, kurti patrauklų miesto įvaizdį bei pritraukti naujų investicijų. Šios koncepcijos tikslas yra identifikuoti Panevėžio Skaistakalnio parko industrinės teritorijos konversijos potencialą, taikant globalias tendencijas, išanalizuojant teritorijos ir jos aplinkos kultūrinį kontekstą, vietos žmogiškuosius, kultūrinius ir infrastruktūrinius išteklius ir jų panaudojimą, sukuriant vystomos teritorijos identitetą bei jį atliepiančias veiklas ir jų įgyvendinimo laike planą.

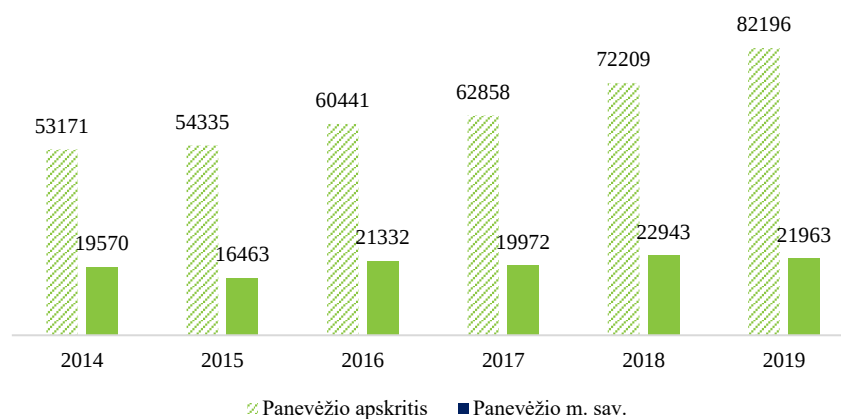
Kultūros ir kūrybinės industrijos (KKI) suteikia galimybes išnaudoti vietos išteklius ir resursus tikslingai kuriant pridėtinę vertę vietos bendruomenei. Kūrybinių industrijų sėkmė tai verslumo įgūdžių, kūrybiškumo bei produkto ar paslaugos inovacijos derinys. Kūrybinėse industrijose gimsta aukšta pridėtinė vertė – šie paslaugų ar produktų pirkėjai yra neretai linkę mokėti aukštesnę nei vidutinę rinkos kainą dėl jiems suteikiamos moralinės ar kitokios naudos. Jungiant verslumą, kūrybiškumą ir inovacijas, kūrybinės industrijos yra efektyvi priemonė teritorijos įveiklinimui.

Skaistakalnio parko teritorijos vystymui kaip pagrindą pasitelkiant KKI, atveria galimybes parką paversti gyva ir aukštą pridėtinę vertę kuriančia vieta. Svarbu paminėti, jog ši sritis yra itin perspektyvi visuotinės automatizacijos ir robotizacijos kontekste. Nostalgija žmogiškam pokalbiui,

prasmingai kūrybai, rankų darbo produktams ir autentiškam santykiui, jungiant tradicijas ir naujas technologijas, nurodo šių veiklų potencialą parkui.

3.2. Esama Panevėžio turizmo sektoriaus būklė

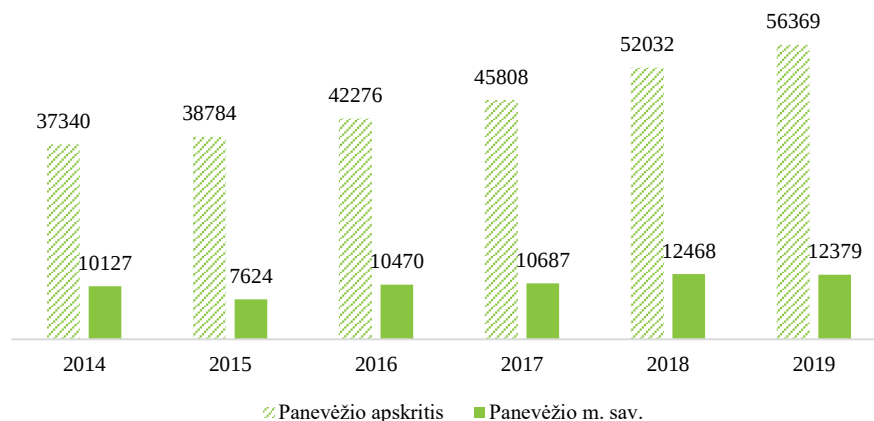
Statistikos departamento duomenimis, 2019 metais Panevėžio regiono apgyvendinimo įstaigose apsistojo 82,2 tūkst. turistų, iš jų Panevėžio miesto apgyvendinimo įstaigose – 21,96 tūkst. Turistų skaičius Panevėžio mieste sudarė 26,7 proc. visų regione apsistojusių turistų. 2019 metais, palyginti su 2014 m., turistų skaičius Panevėžio mieste išaugo 12,2 proc.



26 pav. Turistų skaičius apgyvendinimo įstaigose 2014–2019 metais

Šaltinis: Lietuvos statistikos departamentas

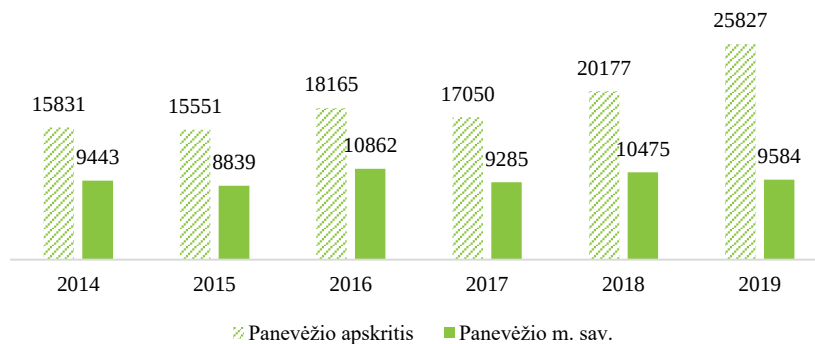
2019 metais Panevėžio regiono apgyvendinimo įstaigose apsistojo 56,4 tūkst. vietinių turistų, iš jų Panevėžio miesto apgyvendinimo įstaigose – 12,4 tūkst. Lietuvos gyventojų skaičius Panevėžio mieste sudarė 21,96 proc. visų regione apsistojusių vietinių turistų. Palyginti su 2014 metais, turistų skaičius Panevėžio mieste išaugo 22,2 proc.



27 pav. Lietuvos gyventojų skaičius apgyvendinimo įstaigose 2014–2019 metais

Šaltinis: Lietuvos statistikos departamentas

Praėjusiais metais Panevėžio regiono apgyvendinimo įstaigose apsistojo 25,8 tūkst. užsienio turistų, iš jų Panevėžio miesto apgyvendinimo įstaigose – 9,6 tūkst. Užsieniečių skaičius Panevėžio mieste sudarė 37,1 proc. visų regione apsistojusių užsienio turistų. Palyginti su 2014 metais, turistų skaičius Panevėžio mieste išaugo tik 1,5 proc.



28 pav. Užsienio turistų skaičius apgyvendinimo įstaigose 2014–2019 metais
Šaltinis: Lietuvos statistikos departamentas

Palyginimui 2019 metais Šiaulių mieste apsilankė 65,8 tūkst. turistų, Alytaus mieste – 12,6 tūkst. turistų, Marijampolės – 27,4 tūkst.

7 lentelė. Turistų skaičiaus apgyvendinimo įstaigose 2014 ir 2019 metais palyginimas

Savivaldybė	Visi turistai			Lietuvos gyventojai			Užsienio turistai		
	2014	2019	Pokytis, %	2014	2019	Pokytis, %	2014	2019	Pokytis, %
Panevėžio m.	19 570	21 963	12,23	10 127	12 379	22,24	9 443	9 584	1,49
Šiaulių m.	58 737	65 802	12,03	29 334	19 187	-34,59	29 403	46 615	58,54
Alytaus m.	9 061	12 547	38,47	6 307	7 854	24,53	2 754	4 693	70,41
Marijampolės	16 442	27 432	66,84	7 208	12 153	68,60	9 234	15 279	65,46

Šaltinis: Lietuvos statistikos departamentas

Turistinis patrauklumas užtikrina turistinės vietovės sėkmę ir yra susijęs su atvykstančių turistų skaičiumi. Turistų srautas nėra atsitiktinis, jis atspindi turistinės vietovės patrauklumą. Turistai neturi motyvo ar noro keliauti į turistinę vietovę, kurioje turizmo pasiūla yra nepakankama ar kurios patrauklumo keliautojai nesuvokia.

Valstybinės vartotojų apsaugos tarnybos (VTAT) duomenimis Panevėžio mieste paslaugas teikia 6 klasifikuojamos apgyvendinimo įstaigos, kuriose yra 156 kambariai ir 348 vietos. Iš klasifikuojamų apgyvendinimo įstaigų, daugiausiai vietų yra viešbutyje „Romantic“.

8 lentelė. Klasifikuojamos apgyvendinimo įstaigos Panevėžyje

Pavadinimas	Kokybės lygis	Adresas	Paslaugų rūšis	Bendras kambarių skaičius	Bendras vietų skaičius
CONVIVA	3*	Laisvės a. 16	Viešbutis	10	18
PERVAŽA	2*	Smėlynės g. 112	Viešbutis	27	66
ROMANTIC	4*	Kranto g. 24	Viešbutis	71	140
SMĖLYNĖ	4*	Smėlynės g. 3	Viešbutis	8	21

ŠERMUTAS	3*	Tinklų g. 51	Viešbutis	33	83
KAZIUKO KAMARA	2*	Klaipėdos g. 67	Svečių namai	7	20
Iš viso				156	348

Šaltinis: www.vvtat.lt/data/public/uploads/2020/11/d1_klasifikuojami_ap_sarasas.pdf

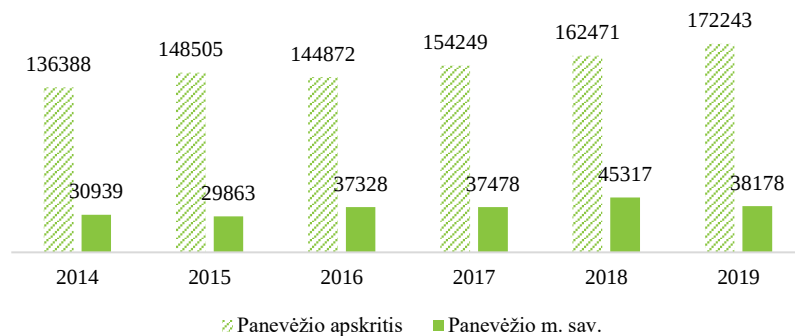
VTAT duomenimis Panevėžyje apgyvendinimo paslaugas teikia 5 neklasifikuojami apgyvendinimo paslaugų teikėjai. Iš neklasifikuojamų apgyvendinimo įstaigų, daugiausiai vietų yra BĮ „Panevėžio kūno kultūros ir sporto centre“, kuriame teikiamos nakvynės namų paslaugos.

9 lentelė. Neklasifikuojamos apgyvendinimo paslaugos Panevėžyje

Tiekėjas	Adresas	Paslaugų tipas	Bendras kambarių skaičius	Bendras vietų skaičius
BĮ „Panevėžio kūno kultūros ir sporto centras“	Liepų al. 4	Nakvynės namų paslauga	31	62
Fizinis asmuo	Danutės g. 5-1	Nakvynės ir pusryčių paslauga	3	16
Fizinis asmuo	Ažuolynės g. 3	Nakvynės ir pusryčių paslauga	5	16
VERSLO KLASĖ	Smėlynės g. 104	Nakvynės ir pusryčių paslauga	11	27
VELVET	Įstro g. 1	Nakvynės namų paslauga	4	20
Iš viso			54	141

Šaltinis: www.vvtat.lt/data/public/uploads/2020/11/d1_neklasifikuojami_ap_sarasas.pdf

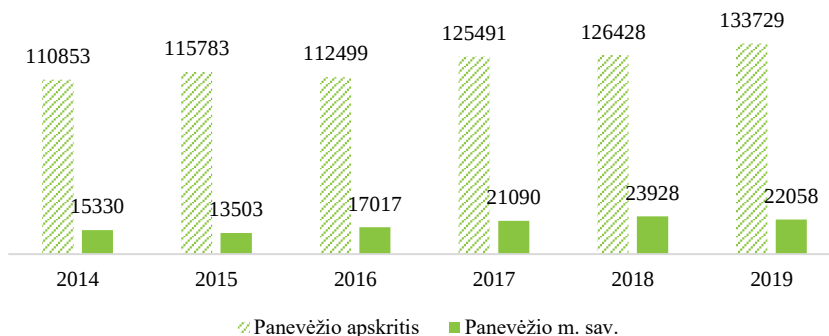
Praėjusiais metais Panevėžio regione nakvynių skaičius sudarė 172,2 tūkst., Panevėžio mieste 38,2 tūkst. nakvynių (22,2 proc. visų regiono nakvynių). 2019 metais, palyginus su 2014 m., nakvynių skaičius Panevėžio mieste išaugo 23,4 proc., tačiau 2019 m. nakvynių skaičių palyginus su 2018 m., sumažėjo – 15,8 proc.



29 pav. Nakvynių skaičius apgyvendinimo įstaigose 2014–2019 metais

Šaltinis: Lietuvos statistikos departamentas

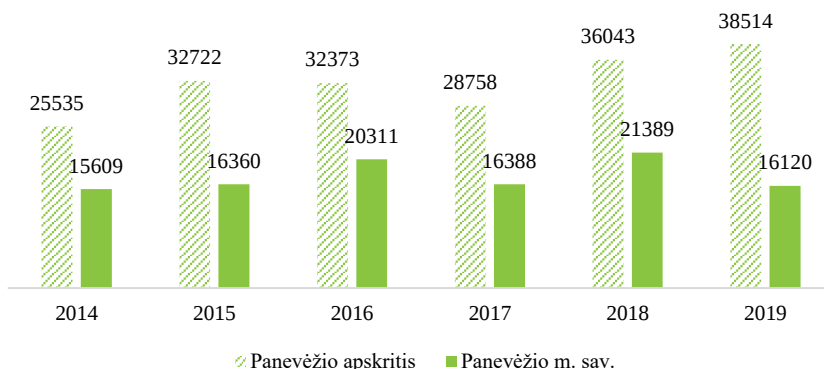
2019 metais, palyginus su 2014 m., Lietuvos gyventojų nakvynių skaičius Panevėžio mieste išaugo 43,9 proc., tačiau 2019 m. nakvynių skaičių palyginus su 2018 m., sumažėjo – 7,8 proc.



30 pav. Vietinių turistų nakvynių skaičius apgyvendinimo įstaigose 2014–2019 metais

Šaltinis: Lietuvos statistikos departamentas

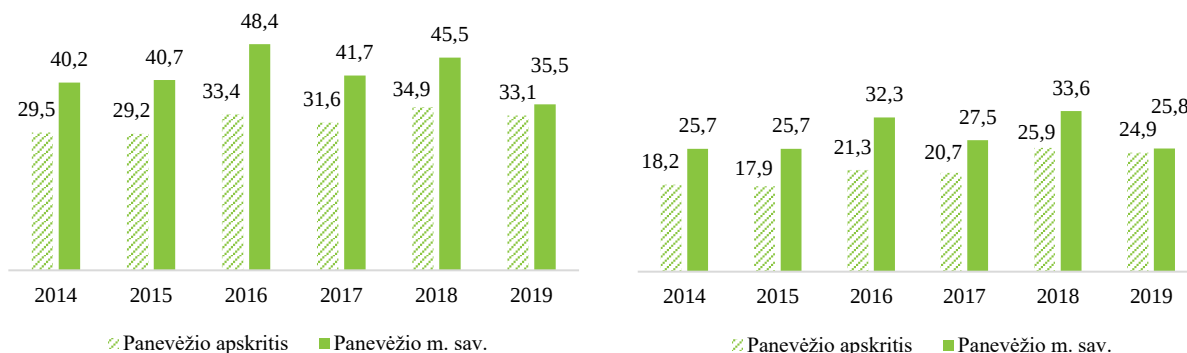
Praėjusiais metais Lietuvos gyventojų nakvynių skaičius Panevėžio apgyvendinimo įstaigose 2019 m. sudarė 41,2%, o užsieniečių – 16,5 proc. visų regiono nakvynių.



31 pav. Užsienio turistų nakvynių skaičius apgyvendinimo įstaigose 2014–2019 metais

Šaltinis: Lietuvos statistikos departamentas

2019 metais Panevėžio viešbučiuose ir kitose apgyvendinimo įstaigose numerių užimtumas siekė 35,5 proc., o vietų – 25,8 proc. Vietų ir numerių užimtumo rodikliai rodo, kad Panevėžio miestas turizmo potencialo pilnai neišnaudoja.



32 pav. Viešbučių ir motelių numerių ir vietų užimtumas (%) 2014–2019 metais

Šaltinis: Lietuvos statistikos departamentas

Panevėžio mieste maitinimo paslaugas teikia 57 maitinimo įstaigos, iš kurių – 13 restoranų.

10 lentelė. Maitinimo įstaigos Panevėžyje

Maitinimo paslaugų tipas	Maitinimo įstaigų skaičius
Restoranai	13
Kavinės, barai, picerijos	44
Iš viso	57

Šaltinis: www.panevezysinfo.lt/maitinimas

„TripAdvisor“ platformoje nurodomos 36 maitinimo įstaigos. Geriausiai turistai vertina restoraną „Djèà vu“ (56 atsiliepimai), „Pizza Di Napoli“ maitinimo įstaigą (51 atsiliepimas), „La Crepe“ (108 atsiliepimų), „Kavos dėžutė“ (21 atsiliepimas), „CharliePizza“ (129 atsiliepimai) ir „Kranto 12“ (32 atsiliepimai).

Kultūros turizmas – turizmo veiklos rūšis, kurioje pagrindinė lankytojo motyvacija yra mokytis, atrasti, patirti ir vartoti turistinėje vietoje esančius materialiuosius ir nematerialiuosius kultūros objektus / produktus. Šie objektai / produktai susiję su visuomenės išskirtinėmis materialiosiomis, intelektualinėmis, dvasinėmis ir emocinėmis funkcijomis, apimančiomis meną ir architektūrą, istorinį ir kultūrinį paveldą, kulinarinį paveldą, literatūrą, muziką, kūrybines industrijas ir gyvas kultūras su jų gyvenimo būdu, verte, sistemomis, įsitikinimais ir tradicijomis.

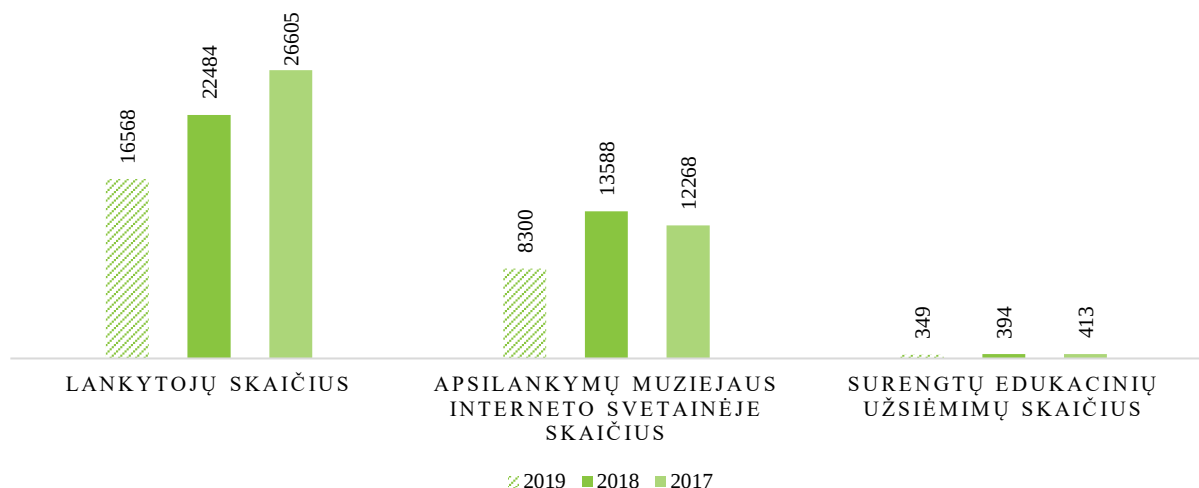
11 lentelė. Reikšmingiausi kultūrinio turizmo objektai Panevėžyje

Objekto tipas	Pavadinimai
Muziejai	Panevėžio kraštotyros muziejus, Pasipriešinimo sovietinei okupacijai ir Sąjūdžio muziejus, Juozo Miltinio palikimo studijų centras ir kt.
Kultūros paveldas	Aukštaitijos siaurasis geležinkelis, Seniausias miesto pastatas, Žydų paveldas
Galerijos	Galerija „XX“, Panevėžio miesto dailės galerija, Panevėžio fotografijos galerija, meninio stiklo studija GLASREMIS, A galerija
Teatrai	Juozo Miltinio dramos teatras, Lėlių vežimo teatras ir kt.
Sakralinis paveldas	Panevėžio Kristaus Karaliaus katedra, Šv. Petro ir Povilo bažnyčia, Švč. Trejybės bažnyčia ir kt.
Skulptūros	Paminklas Juozui Miltiniui, Hansui Kristianui Andersenui, Mergaitė ir kt.
Edukacinės programos ir degustacijos	Alaus daryklos „Kalnapilis“ ekskursija po gamyklą; „Seklyčia prie uosio“ ir kt.
Kita	Birutės g. ir Raktų medis

Panevėžio kraštotyros muziejus įsikūręs Moigių namų komplekse. Panevėžio istorijos ekspozicija „Epochų dialogai“ sudaro šie interaktyvūs pasakojimai⁷: „Didžiujamės Panevėžiu“, „Panevėžio krašto etnografija“, „Nuo priešistorės iki modernėjančio miesto“, „Okupacijų gnaužuose“ (ekspozicijos dalyje „Miestas politinio atšilimo, stagnacijos ir pertvarkos metais. 1953–1990“ pristatoma Panevėžio pramonės įmonių gaminta produkcija), „Raudonasis teroras“, „Panevėžys Lietuvos Respublikos metais. 1918–1940“. Panevėžio sporto istorijos ekspozicija

„sveikame kūne – sveika siela“ veikia „Cido“ arenoje. Pasipriešinimo sovietinei okupacijai ir sąjūdžio ekspozicija atidaryta autentiškoje vietoje – buvusiose Sąjūdžio Panevėžio grupės patalpose. Ekspozicija „Upytės bajorai“ ekspozicija įrengta 1614 m. pastatytame Upytės pavieto teismo archyve. Šis Lietuvos Didžiosios Kunigaikštystės laikus menantis pastatas yra seniausias išlikęs namas Panevėžyje bei seniausias Lietuvos archyvo pastatas, valstybės saugomas Kultūros paveldo objektas.

Praėjusiais metais Panevėžio kraštotyros muziejuje apsilankė 16,6 tūkst. lankytojų, **kai** 2018 metais – 22,5 tūkst.; 2019 metais įvykdyti 349 edukaciniai užsiėmimai, 2018 m. – 394; 2019 metais apsilankymų muziejaus interneto svetainėje skaičius siekė 8,3 tūkst., 2018 metais – 13,6 tūkst.



33 pav. Panevėžio kraštotyros muziejaus lankytojų, interneto svetainės ir edukacinių užsiėmimų skaičius
Šaltinis: LR Kultūros ministerija

Aukštaitijos siaurasis geležinkelis turi turtingą istoriją⁸. Įvairiais laikotarpiais keitėsi jo paskirtis. Savo gyvavimo pradžioje siaurukas gabeno įvairius krovinius, vežė keleivius. Pakilimą siaurasis geležinkelis išgyveno tarpukariu, kuomet buvo plačiai naudojamas įvairiose ūkio šakose. Vėliau jo įprastos funkcijos ėmė silpti, kol 2001 metais jis nustojo veikti kaip susisiekimo priemonė ir pradėtas naudoti kaip istorinis-turistinis traukinys. Siaurasis geležinkelis kartu su stotimis, kelių statiniais yra vertingas istorinis ir kultūrinis objektas. Dabar veikiantis 68,4 km ilgio siaurojo geležinkelio ruožas Panevėžys–Rubikiai eina pro Taruškas, Raguvėlę, Surdegį, Troškūnus, Anykščius, Bičionis. Organizuojamos edukacinė kelionė „Panevėžio siaurukas“, vykdomos užsakomosios kelionės, šventinės ir pažintinės kelionės, renginiai.

⁸ <https://siaurukas.eu/istorija/>

Žydų kultūrinis palikimas Panevėžyje – senasis Panevėžio ješivos – aukščiausios pakopos žydų religinės mokyklos – pastatas, Panevėžio ješivos pastatas, Chevrat Tora sinagoga, Panevėžio žydžių mergaičių gimnazija „Javne“, Panevėžio žydų gimnazija, Naftalio Feigenzono spaustuvė, Berelio Rubinšteino motorinis malūnas, Panevėžio žydų liaudies bankas.

Panevėžio miesto dailės galerija – stambiausias vizualiojo meno centras Aukštaitijos regione. Galeriją sudaro trys skyriai: Dailės galerija, Keramikos paviljonas ir Fotografijos galerija. Galerijoje rengiamos įvairių žanrų solo, grupinės, vienos meninės koncepcijos parodos, pristatančios Panevėžio, Aukštaitijos regiono, Lietuvos ir užsienio menininkus. Keramikos paviljone eksponuojami akmens masės kūriniai iš Panevėžio tarptautinių keramikos simpoziumų kolekcijos. Galerija šiuos simpoziumus rengia nuo 1990 metų. Bendradarbiaudama su AB „Panevėžio stiklas“, o nuo 2006 m. su keramikos įmone UAB „Midenė“, galerija organizuoja tarptautinius keramikos simpoziumus⁹. Tai didžiausia tokio pobūdžio šiuolaikinės keramikos kolekcija Rytų Europos regione. Joje – daugiau kaip 600 kūrinių ir kompozicijų. Šiuos darbus kūrė 170 menininkų iš 37 pasaulio šalių.

Meninio stiklo studijoje „Glasremis“ stiklo gaminiai kuriami rankomis, pagal pageidavimą unikalūs, norintieji stebėti kaip vyksta darbas gali atvykti į ekskursiją. Aukštos kokybės dirbiniai Lietuvoje beveik neužsilieka – į užsienį įmonė eksportuoja apie 80 proc. gaminių. Dekoratyviniai gaminiai pasiekia ne tik Europos šalis – jie tiekiami į tokias valstybes kaip Indija, Libanas, Kinija, Japonija, JAE, Kanada.

Galerija „XX“ – pristato šiuolaikinių lietuvių ir užsienio autorių kūrybą, rengia bendras parodos su kitomis Panevėžio miesto galerijomis, organizuoja tarptautinius plenerus, užsiima edukacine veikla bei reprezentuoja Panevėžio miestą kultūriniuose projektuose Lietuvoje ir užsienyje.

Fotografijos galerija – čia vykdomos ir edukacinės kūrybinės programos vaikams ir suaugusiems.

Juozo Miltinio dramos teatro istorija susijusi su nepaprastai ryškia talentingo ir nepakartojamo menininko asmenybe – Juozu Miltiniu.

Lėlių vežimo teatras – vienintelis Europoje lėlių vežimo teatras.

Raktų medis – tris kartus trenktą žaibo, atlaikiusį kelis gaisrus, uosį norėta nukirsti, tačiau keramiko Algirdo Jonušio iniciatyva buvo nutarta paversti jį miesto įžymybe. Pasakojama, kad

⁹ <https://arspanevezys.lt/english/>

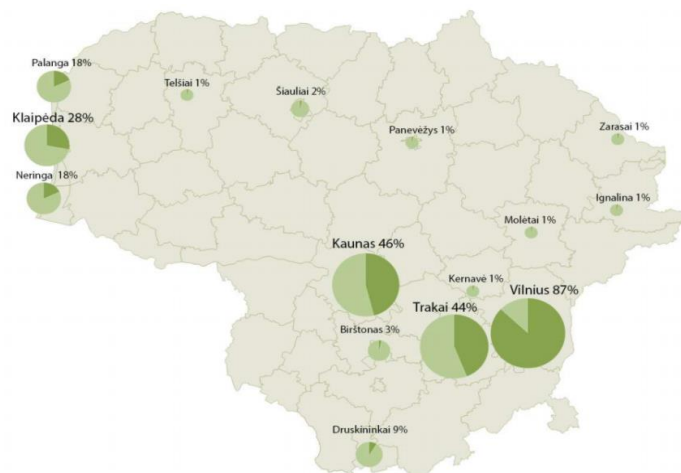
raktai ant medžio pradėti kalti dėl to, kad, čia atliekant kasinėjimus, buvo rasta dėžė su septyniasdešimčia raktų.

Alaus daryklos „Kalnapilis“ ekskursija po gamyklą. Panevėžyje įsikūrusi alaus darykla nenutrūkstamai veikia jau daugiau nei šimtą metų. „Bergschlosschen“ alaus daryklą 1902 m. atidarė patyręs vokiečių aludaris Albertas Foightas. 1935 m. „Pilaitė ant kalvos“ – taip buvo išverstas istorinis pavadinimas „Bergschlosschen“ – buvo pervadinta „Kalnapilio“ vardu ir tapo akcine bendrove. Čia ant daryklos sienos galėsite apžiūrėti unikalų 27 metrų aukščio piešinį – pirmą tokio dydžio ir pobūdžio gatvės meno projektą, įgyvendintą Panevėžyje. 250 kv. metrų plotą užimantis piešinys pasižymi ne tik savo dydžiu, bet ir išskirtiniu detalumu.

„Seklyčia prie uosio“ siūlo paragauti neįprastų vietinio alaus rūšių. Čia yra jaukus vidinis kiemelis, organizuojamos alaus degustacijos, vakarėliai, kartais – ir didesni renginiai ant šalia esančios pievos.

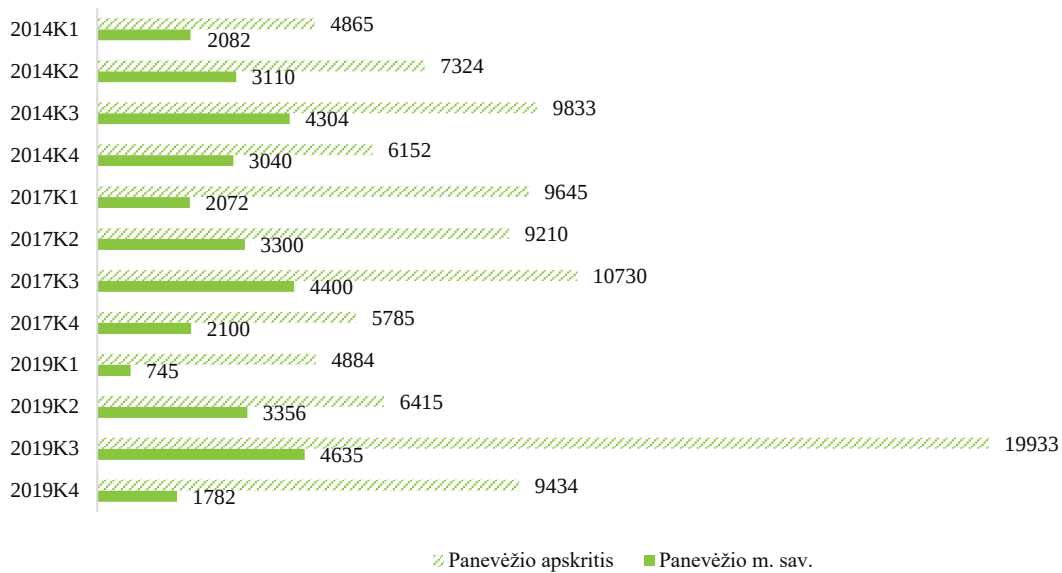
Pramogų turizmo produktų plėtra – viena veiksmingiausių priemonių turizmo vietovių konkurencingumui didinti, sezoniškumui mažinti, kelionės trukmei ilginti. Pramogų ir laisvalaikio traukos objektai Panevėžyje – Laisvės aikštė, Panevėžio kultūros ir poilsio parkas, Senvagės parkas, Skaistakalnio parkas, Vandenlenčių parkas „Wake Park“, „Cido“ arena, Ledo arena, kartiniai, prekybos centrai ir kt.

LR Bendrojo plano „Lietuva 2030“ esamos būklės analizėje pateikiamas užsienio turistų lankomos vietos Lietuvoje. Panevėžio miestui tenka tik 1 proc.



34 pav. Užsienio turistų lankomos vietos Lietuvoje
Šaltinis: LR Bendrasis planas „Lietuva 2030“

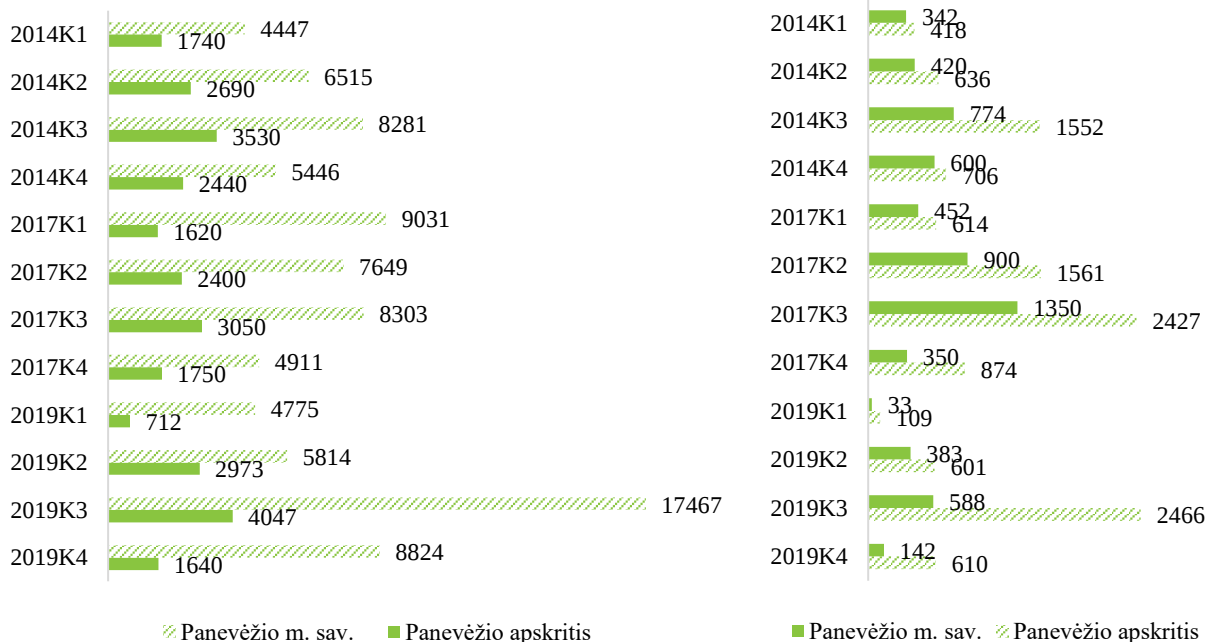
2019 metais Panevėžio turizmo informacijos paslaugas teikiančioje įstaigoje apsilankė 10,5 tūkst. lankytojų, tai sudarė beveik 26% visų lankytojų Panevėžio regiono TIC-uose.



35 pav. Lankytojų skaičius turizmo informacijos centruose

Šaltinis: Lietuvos statistikos departamentas

2019 metais daugiausia lankytojų (4,6 tūkst.) Panevėžio turizmo informacijos centre apsilankė III ketv. Daugiausia apsilankė Lietuvos gyventojų 4,1 tūkst. ir 588 užsieniečiai.



36 pav. Lietuvos gyventojų ir užsieniečių skaičius turizmo informacijos centruose

Šaltinis: Lietuvos statistikos departamentas

Panevėžio svečiai gali pasinaudoti gidų paslaugomis. Gidai ekskursijas veda tiek pavieniams turistams, tiek turistų grupėms. Panevėžio kolegijoje nuo 2019 m. organizuojami gidų kursai. Užbaigus mokymus ir išlaikius dalyko „Ekskursijų rengimo ir vedimo metodika“ egzaminą,

išduodamas *Gidų rengimo programos* (250 val.) baigimo pažymėjimas, pagal kurį Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba išduoda gido pažymėjimą.

3.3. Panevėžio miesto pramonės istorija ir pramonės paveldo būklė

Stambios pramonės augimas buvo ir iš dalies tebėra miesto gyventojų pasididžiavimo ir bendruomenės integracijos faktorius. Būtent jis keliems dešimtmečiams tapo panevėžiečių savivokos pagrindu¹⁰.

XIX–XX a. pr. pramonės revoliucija paliko itin ryškų pėdsaką Panevėžio mieste: nutiestas siaurojo geležinkelio ruožas, pastatyta Degtinės darykla, Montvilos spirito gamykla, grūdų malūnas, vėjo malūnai. Nauja pakilimo banga nuvilnijo tarpukario laikotarpiu: išaugo Cukraus fabriko pastatų kompleksas, Lietuvos banko skyrius, Muilo fabrikas. Sovietmečiu Panevėžyje įsikūrė per 20 tuo laiku modernių fabriklų ir gamyklų: „Ekranas“, „Aurida“, „Lietkabelis“, Tiksliosios mechanikos gamykla, Stiklo fabrikas, rekonstruotos senos. Vertinant pramonės paveldą svarbi yra pastatų architektūrinė pusė bei naudota gamybos technologija (Armakauskaitė, 2016).

Panevėžio miesto pramoninės architektūros specifikai būdingi Rusijos imperijos pramonės architektūros statybos principai ir stilistika. Nors pramoninis statinys pagal savo tipą turi būti funkcionalus ir griežtos struktūros, dauguma pastatų buvo puošniai dekoruojami siekiant architektūrą įkomponuoti į ją supančią aplinką. Vėlesniu laikotarpiu istorizmą pakeitė modernizuoto istorizmo stilistika – atsisakyta puošnių elementų, vyrauja paprastos dekoratyvios formos. Armakauskaitė (2016) pažymi, kad pagal stilistines architektūros kryptis Panevėžio miesto pramoninės architektūros paveldo objektus galima klasifikuoti į dvi grupes:

- Istorizmo laikotarpio pramoninė architektūra (XIX a. vid. – XX a. pr.);
- Modernizuoto istorizmo pramoninė architektūra (XX a. pr. – XX a. vid.).

Didžiausią pramoninės architektūros paveldui žalą padarė sovietmečio industrializacija, kuomet stambiosios pramonės vystymasis senuosiuose kompleksuose buvo vykdoma menkavertės architektūros priestatų statyba, autentiškų statinių ir konstrukcijų naikinimas bei keitimas naujomis. Tai turėjo neigiamą poveikį ne tik architektūros paveldui, bet ir urbanistiniam miesto vaizdui.

Tipologiniu ir funkciniu aspektu Panevėžio miesto pramonės architektūros paveldo objektai nėra labai įvairūs: malūnai, gėrimų daryklos, muilo fabrikas, maisto fabrikai.

12 lentelė. Panevėžio miesto pramonės architektūros objektai, įrašyti į kultūros paveldo registrą

¹⁰ www.panevezysinfo.lt/apie-miestą/

Kultūros paveldo objektas ir jo adresas	Kompleksą sudaro	Pastatytas	Vertingųjų savybių pobūdis	Objekto reikšmingumo lygmuo
Panevėžio muilo fabriko statinių kompleksas, Staniūnų g. 1	Administracinis pastatas; Gamybinis pastatas; Sandėlis; Transformatorinė.	XIX a. II p. – XX a. I p.	Architektūrinis Pirminė ir istoriškai susiklosčiusi paskirtis – gamybinė, ūkinė.	Regioninis
Cukraus fabriko pastatų kompleksas, Įmonių g. 22	Gamybinis pastatas; Katilinė su kaminu; Dirbtuvės; Sandėlis; Medžiagų sandėlis; Administracinis pastatas; Gyvenamas namas; Fabriko klubas; Valgykla; Laboratorija.	1940 metais	Architektūrinis	Nacionalinis
Siaurojo geležinkelio kompleksas Panevėžyje	Panevėžio-Rubikių ruožas; Panevėžio-Biržų ruožas; Stoties depo pastatas; Stoties prekių sandėlis; Stoties semaforas; Stoties viadukas; Stoties transformatorinė; Stoties katilinė; Stoties budėtojų pastatas; Stoties techninės priežiūros pastatas Stoties administracinis pastatas.	XIX a. pab. – XX a. 3-5 dešimtmetis	Architektūrinis Inžinerinis Istorinis Kraštovaizdžio Pirminė ir istoriškai susiklosčiusi ūkinė paskirtis – komunikacinė	Nacionalinis
Panevėžio konservų fabriko statinių kompleksas, Kranto g. 12, 15	Gamybinis pastatas; Sarginė; Pirmas namas; Antras namas; Pirmas ūkinis pastatas; Antras ūkinis pastatas; Trečias ūkinis pastatas; Administracinis pastatas; Sandėlis; Tvora.	1880 metais	Architektūrinis Istorinis Pirminė ir istoriškai susiklosčiusi - gamybinė - gyvenamoji paskirtis	Regioninis
Panevėžio mielių ir spirito fabriko pastatas, Respublikos g. 82	Pavienis objektas	1891 metais	Architektūrinis Istorinis	Vietinis
Vėjo malūnas, Ramygalos g. 111A	Pavienis objektas	1880 metais	Architektūrinis Kraštovaizdžio	Vietinis
Vėjo malūnas, Ramygalos g. 121A	Pavienis objektas	1878 metais	Architektūrinis Kraštovaizdžio	Vietinis
Malūno pastatas Kranto g. 24	Pavienis objektas	1901 metais	Architektūrinis	Regioninis

Šaltinis: <https://kvr.kpd.lt>

Per pastaruosius metus, Panevėžio mieste buvo įgyvendintos kelios pramonės paveldo konversijos ir restauracijos. Keli apleisti industriniai objektai buvo pritaikyti turistiniams

poreikiams, viešam laisvalaikio praleidimui, taip pat parengti pramonės paveldo teritorijų regeneracijos projektai. Tačiau dalis pramoninės architektūros paveldo objektų nesulaukia reikiamo dėmesio jų apsaugai, tvarkybai bei eksploatacijai.

Panevėžio muilo fabrikas – tai vienas iš didžiausių tarpukariu įkurtų industrinių objektų centrinėje miesto dalyje ir vienas iš keleto vis dar veikiančių pramoninių kompleksų mieste. Panevėžio muilo fabrikas įkurtas dar 1933 metais. „Lietuvos muilas“ pradėjo veikti buvusioje skerdyklos vietoje, pirmame aukšte. Fasadų apdailai ir puošybai būdinga raudonų plytų mūro tinkuotas profiliuotas karnizas, plytų mūro ir tinko dekoras bei vertikaliosios tinko įrašos. Vienas iš akcentinių neobarokinio tipo bruožų – apskritos konstrukcijos fontanas su skulptūra viduryje. Nuo 1976 metų „Lietuvos muilas“ buvo perorganizuotas ir pervadintas į Panevėžio muilo fabriką. Dabartinės įmonės „Naujoji Ringuva“ funkcinė paskirtis yra išlikusi, todėl muilo fabrikas galėtų tapti vienu pagrindinių Panevėžio pramoninio paveldo objektų, išsaugojusių pirminę objekto funkcinę paskirtį.

Panevėžio cukraus fabrikas – trečiasis cukraus fabrikas Lietuvoje, išaugęs tarpukario metu. Cukraus fabrikas – tai didelis gamybinių ir pagalbinių pastatų kompleksas, kuriame pastatai išdėstyti pagal gamybos srautą. Svarbi šio komplekso kompozicinė ašis – geležinkelio linija. Pirmieji Lietuvos cukraus fabrikai buvo projektuojami pasirenkant tinkamiausią geografinę lokaciją žaliavos, kuro gavimui bei atsižvelgiant į patogias transportavimo sąlygas. Panevėžio cukraus fabrikas pastatytas per rekordiškai trumpą laiką 1940 m. kovo mėn. pradėjo statyti, o rugsėjo 20 d. jau apdorojo pirmąjį derlių. Čekoslovakijos firma „Škoda“ pagal sutartį tiekė medžiagas, įrengimus, vykdė montavimo darbus. Didžioji komplekso dalis yra išlikusi autentiška arba minimaliai remontuota. Kompleksui priklausančios pramoninio paveldo objektai sudaro nedalomą estetinę ir architektūrinę – kokybinę visumą. Šiuo metu cukraus fabrikas yra uždarytas ir neveikia nuo 2008 metų.

Siaurasis geležinkelis buvo tiesiamas keliais etapais. Pirmasis siaurojo geležinkelio tiesimo etapas susijęs su carinės Rusijos imperijos struktūra. 1898 metais Rusijos privažiuojamųjų kelių akcinė bendrovė nutiesė 144 km ilgio ir 750 mm pločio geležinkelio ruožą Švenčionėliai–Panevėžys. Šiuo siaurojo geležinkelio ruožu buvo gabenami įvairūs kroviniai, daugiausia miško medžiaga ir keleiviai. Prieš pirmąjį pasaulinį karą Panevėžio malūnai Lietuvai, europinei Rusijos daliai ir užsienio šalims tiekė miltus. Antrasis raidos etapas susijęs su Pirmuoju pasauliniu karu. 1916 metais Vokietijos kariuomenė nutiesė naujus 600 mm pločio ruožus: Gubernija–Pasvalys, Joniškėlis–Žeimelis ir Jonava–Ukmergė. Trečiasis siaurojo geležinkelio raidos etapas apima 1920–

1938 metus. Šiuo laikotarpiu siaurasis geležinkelis buvo perorganizuojamas ir pritaikomas prie nepriklausomos Lietuvos ūkio struktūros. 1922 metais buvo pratęstas Gubernijos–Pasvalio siaurojo geležinkelio ruožas iki Biržų bei nutiesta Petrašiūnų–Linkuvos atšaka. 1935 metais siauruko centru tapo Panevėžys. 1937–1938 metais nutiestas ruožas iš Panevėžio į Joniškėlį, šiame ruože pastatytos Bernatonių, Skaistgirių, Medikonių, Pušaloto, Vaitkūnų stotys ir depų pastatai Biržuose bei Panevėžyje. Stotyse įrengti vandens bokštai, hidrokolonėlės, vandens šuliniai, semaforai. 1918–1938 metais pastatyta 20 naujų metalinių tiltų. Daugiausia eksportuotas sviestas, javai, sėmenys, importuota druska, trąšos, anglis, žibalas. Regiono centras buvo Panevėžys, todėl pageidauta tiesaus kelio į Panevėžį linams, bekonams, javams vežti, o iš Panevėžio į apylinkes gabenti medieną ir miltus. Sovietiniais metais prasidėjo siaurojo geležinkelio tinklo ardymo laikotarpis. 1999 metais nutrauktas krovinių vežimas, o 2001 metais nutraukti ir reguliarūs keleiviniai reisai. Šiuo metu yra vienintelis veikiantis 68,4 km ilgio siaurojo geležinkelio ruožas Panevėžys–Rubikiai, kuris naudojamas tik užsakoviesiems turistiniams reisams¹¹.

Panevėžio konservų fabriko pastatų kompleksas – vienintelis kompleksas Panevėžyje, kurio funkcinė paskirtis buvo keista ne vieną kartą: degtinės pilstymo ir spirito gamykla, krašto apsaugos ministerijos poreikiams naudotos patalpos, įkurta degtinės pilstymo įmonė su atkurtais valstybiniais degtinės sandėliais ir galiausiai įsteigtas Konservų fabrikas. 1955 metais buvusios spirito gamyklos kompleksą perėmė daržovių ir vaisių kombinatas, pavadintas Konservų fabriku. Architektūrinėje komplekso išraiškoje dominuoja neogotikos ir vadinamojo rusiškojo stiliaus sąveika: istorizmo raudonų „plytų stiliaus“ mūras rievėtomis siūlėmis. Šiuo metu Panevėžio konservų fabrikas stovi apleistas ir neprižiūrimas, komplekso būklė yra labai bloga. Šiuo metu stipriai išdarytai industrinio paveldo architektūrai reikalingi visi įmanomi paveldo tvarkybos principai. Šiuo metu suplanuota konservų fabriko komplekso konversija į kultūros centrą ir viešąją erdvę, atvirą miesto renginiams¹². Komplekse numatoma funkcijų įvairovė – skirtingo pobūdžio restoranai ir kavinės su lauko terasomis, galerija su kieme numatoma meninių instaliacijų zona, koncertų salė ir nedidelis viešbutis viršutiniuose aukštuose.

Panevėžio mielių ir spirito fabriko pastatas pastatytas 1891 metais, išliko stambiausia Panevėžio įmone iki Pirmojo pasaulinio karo. 1913 metais pramoninėse patalpose buvo atidarytas pirmasis kino teatras Panevėžyje, o buvusios gamyklos įrenginiai išmontuoti ir išvežti. Tarpukariu, 1921 metais, buvusioje Montvilos mielių ir spirito fabriko patalpose atsinaujinusi pradėjo veikti

¹¹ <http://siaurukas.eu/istorija/>

¹² <https://arches.lt/konservu-fabrikas/>

akcinė bendrovė „St. Montvilo įpėdiniai ir K“ pasivadinsi mielių ir spirito retifikacijos fabriku. Fabriko paskirtis nesikeitė, tačiau laikui bėgant keitėsi jo savininkai ir pavadinimas: mielių ir spirito retifikacijos fabriko pavadinimą keitė Panevėžio spirito kombinatas, vėliau fabrikas tapo bandomuoju spirito kombinatu, o Lietuvai atgavus nepriklausomybę fabrikas buvo pervadintas į „Sema“. Privatizavus gamyklos teritoriją 2009 metais buvo nugriauti visi teritorijoje nesaugotini gamyklos pastatai, mielių ir spirito fabriko pastatas baigtas restauruoti 2015 metais. Dalį teritorijos ruošiamasi užstatyti gyvenamosios paskirties pastatais, o likusią teritoriją pritaikyti rekreacinei turizmo paskirčiai. Saugomas restauruotas pastatas turėtų būti akcentinis dominuojantis pastatas teritorijoje, siekiant išryškinti buvusią teritorijos ir pastato funkciją. Restauruotam mielių ir spirito pastatui šiuo metu nėra pritaikyta jokia nauja funkcija ir pastatas stovi nenaudojamas.

Vėjo malūnai. Vienas iš dviejų iki šiol išlikusių kepurinių vėjo malūnų pastatytas 1878 metais. Kepurinio malūno karkasinė konstrukcija – visai kitokia nei kitų tipų malūnų. Keturių aukštų malūno sienų pamatas – mūrytas iš skaldytų lauko akmenų, ant kurių formuotos į viršų siaurėjančios, raudonų plytų mūro sienos, vėliau apdailintos tinko sluoksniu. 1931 metais malūnas buvo parduotas – jame įrengtas lokomobilis, o šalia jo buvo įkurtos vėlimo ir dažymo dirbtuvės. Po Antrojo pasaulinio karo malūnas buvo nacionalizuotas. Vėliau buvo perduotas gyventojų buitinio aptarnavimo kombinatui. Pastačius naują elektros variklį, valcus malūne buvo sumalama didelė dalis grūdų, tačiau dėl mažos apyvartos 1980 metais malūnas buvo uždarytas. 1880 metais greta pastatytas kitas, didesnis vėjo malūnas. Turinės formos keturių aukštų skaldytų lauko akmenų cokolio bei siaurėjančiomis raudonų plytų mūro sienų su tinko apdaila malūne buvo įrengtas vienos įvažiavimo durys. Šis pramoninis statinys buvo perarduotas kelis kartus. 1948 metais malūnas buvo nacionalizuotas. Malūnas turėjo tik dvi gidas ir pikliuotę, tarp gyventojų nebuvo populiarius, todėl buvo apleistas. Nesant lėšų malūno remontui 1967 metais jį vėl perdavė laisvanoriškajai gaisrininkų draugijai, kuri čia įsirengė gamybines patalpas. 2014–2015 metais įsisavinus ES lėšas, malūnas buvo restauruotas, tačiau nauja komercinė funkcija nebuvo pritaikyta.

B. Rubinšteino malūno pastatas. Tai pirmasis pramoninis malūnas Baltijos šalyse – priklausė privačiam asmeniui, žydų kilmės B. Rubinšteinui. Malūnas turėjo 12 AJ variklį, dirbo 9 darbininkai, kurie sumaldavo 12 tūkst. pūdų miltų. Istorikų minimas kaip vienas moderniausių to meto malūnų: dirbo 3 pamainomis, o per parą sumaldavo 2 vagonus kviečių. Miesto pramonei malūnininkystei vystytis palankios sąlygos susidarė po to, kai 1873 metais per Panevėžį buvo nutiesta Liepojos–Romnų, Radviliškio–Daugpilio geležinkelio atšaka. Geležinkeliu buvo patogų

iš Ukrainos atsivežti kviečių, juos sumalus, gabenti į Rygą, Peterburgą bei Liepojos uostą. Šiuo metu buvusios malūno patalpos yra pritaikytos turizmui – įkurtas viešbutis „Romantic“.

13 lentelė. Kiti Panevėžio miesto paveldo objektai įrašyti į kultūros paveldo registrą

Kultūros paveldo objektas ir jo adresas	Kompleksą sudaro	Pastatytas	Vertingųjų savybių pobūdis	Objekto reikšmingumo lygmuo
Panevėžio teatro pastatas, Respublikos g. 77	Pavienis objektas	1891 metais	Architektūrinis Memorialinis	Regioninis
Panevėžio teismo pastatas, Respublikos g. 3	Pavienis objektas	1889 metais	Architektūrinis Istorinis	Vietinis
Naftalio Feigenzono spaustuvės pastatas, Respublikos g. 14	Pavienis objektas	1880 metais	Architektūrinis	Vietinis
Vargonų ir fisharmonijų meistro Martyno Masalskio gyvenamas namas ir dirbtuvė, K. Donelaičio g. 6	Pavienis objektas	1914 metais	Architektūrinis Memorialinis Pirminė ir istoriškai susiklosčiusi paskirtis – gyvenamoji	Regioninis
Moigių namų kompleksas, Vasario 16-osios g. 23,25A	Kompleksas	1879 metais	Architektūrinis Memorialinis	Regioninis
Panevėžio kalėjimo pastatų kompleksas, P. Puzino g. 12	Administracinis pastatas; Kalėjimas.	1893 metais	Architektūrinis Istorinis Pirminė ir istoriškai susiklosčiusi – visuomeninė, gyvenamoji paskirtis	Regioninis

Šaltinis: <https://kvr.kpd.lt>

Panevėžio teatro pastatas. XX amžiaus pradžioje suaktyvėjus Panevėžio kultūriniam gyvenimui, pramonininkas ir filantropas S. Montvila perstatė Respublikos gatvėje esančias mielių ir spirito fabriko šaltkalvystės dirbtuves ir čia įrengė teatro salę. 1913 metais teatro pastatas buvo iškilmingai atidarytas ir atiduotas Panevėžio miesto bendruomenei. Vėliau teatro pastatas perduotas Lietuvos šaulių sąjungai. Tarpukaryje jame veikė šaulių biblioteka, choras, pučiamųjų orkestras. 1940 metais sovietinė valdžia Šaulių sąjungą uždarė ir jiems priklaususį teatro pastatą nacionalizavo. Į juos įsikėlė Panevėžyje įkurtas dramos teatras. Šiame pastate teatras dirbo iki 1968 metų, kur buvo suvaidinti teatrui šlovę Lietuvoje ir už jos ribų pelnę Juozo Miltinio režisuoti spektakliai. Teatrui pastačius naujus rūmus, į senąjį teatro pastatą persikėlė miesto kultūros namai, kur veikė operetės ir lėlių liaudies teatrai, pučiamųjų orkestras, estradinis ansamblis, įvairūs kultūros ir meno būreliai. 1990 metais atkūrus Lietuvos nepriklausomybę, senasis teatro pastatas grąžintas Lietuvos šaulių sąjungos Panevėžio rinktinei.

Panevėžio teismo pastatas pastatytas 1889 metais. Teismo paskirčiai pastatas naudotas iki XX a. pradžios, tuomet kurį laiką pastate veikė amatų mokykla. 1924 metais pastate įsikūrė Kauno apygardos teismo Panevėžio skyrius. Teismas pastate veikė iki 1944 metų. 1945 metais pastatas perduotas muziejui, o 1947 metais atidaryta pirmoji muziejaus ekspozicija. Muziejus veikė iki 1985 m., kuomet pastatas rekonstruotas, pritaikant dailės galerijai.

Naftalio Feigenzono spaustuvės pastatas. 1880 metais N. Feigenzonas parašė Kauno apygardos gubernatoriui prašymą dėl spaustuvės įsteigimo Panevėžyje. Tų pačių metų vasarą spaustuvė ir knygynas pradėjo savo veiklą Bajorų gatvėje dabartinėje Respublikos g. 16. Be primityvios tipografinės technikos, spaustuvė turėjo ir litografavimo stakles, galėjo atlikti įvairius užsakymus. Joje buvo spausdinami kvitai, blankai, vizitinės kortelės, etiketės to meto Panevėžio įmonėms, valdžios raštai ir kt. 1930 metais spaustuvės savininku M. Kotas. 1940 metais pastatas nacionalizuotas.

Vargonų ir fisharmonijų meistro Martyno Masalskio gyvenamas namas ir dirbtuvė. 1914–1954 metais gyveno ir dirbo vargonų ir fisharmonijų meistras M. Masalskis, vienas žymiausių XX a. Lietuvos vargonų meistrų, Lietuvoje ir kaimyninėse šalyse pastatė apie 50 vargonų bei 550 fisharmonijų.

Moigių namų komplekso pastatų savininkas ir statytojas Tadas Anupras Moigis. Šiuo metu čia įsikūręs Panevėžio kraštotyros muziejus.

Panevėžio pramoninio paveldo analizė leidžia daryti išvadą, kad svarbiausi pramoninio paveldo objektai yra tie, kurie jau yra pritaikyti turizmui – tai Aukštaitijos siaurasis geležinkelis ir B. Rubinšteino malūno pastatas, kuriame įsikūręs viešbutis „Romantic“.

Unikalūs pramoninio paveldo objektai – Panevėžio muilo fabriko pastatų ir Cukraus fabriko statinių kompleksai. Panevėžio muilo fabriko, kuriame veiklą vykdo „Naujoji Ringuva“ funkcinė paskirtis yra išlikusi, todėl muilo fabrikas galėtų tapti vienu iš svarbiausių Panevėžio pramoninio turizmo traukos objektų, išsaugojusių pirminę objekto funkcinę paskirtį. Cukraus fabriko statinių komplekso reikšmingumas yra pripažintas nacionaliniu lygiu, todėl šis kultūros paveldo objektas taip pat galėtų tapti vienu iš pagrindinių Panevėžio pramoninio turizmo traukos objektų, reprezentuojančių Panevėžio miesto pramonės istoriją.



37 pav. Prioritetinės pramonės šakos, formuojančios Panevėžio pramoninio paveldo produktą

3.4. Pramoninio turizmo potencialas

Pramonės sektorius Panevėžio regione yra išsivystęs geriau nei kitose Lietuvos apskrityse¹³. Dar praeitame šimtmetyje „Ekranas“ gamyklos laikotarpis Panevėžį iškėlė kaip inžinerinių kompetencijų centrą. Šiuo metu beveik trečdalis Panevėžio regiono BVP sukuriamas pramonės sektoriuje. Regione veikia bene 600 apdirbamosios gamybos įmonių, kuriose dirba net ketvirtis regiono darbo jėgos. Tarp įmonių – stiprūs automobilių komponentų, elektroninės įrangos, maisto produktų, pakuočių ir baldų gamintojai, metalo ir plastiko apdirbėjai. Dominuoja smulkios ir vidutinės įmonės. Panevėžio mieste didelė užsienio kapitalo įmonių koncentracija, įskaitant Norvegijos, Danijos, Prancūzijos, Šveicarijos, Estijos, Vokietijos ir kitų šalių investuotojus (žr. Priedą Nr. 1).

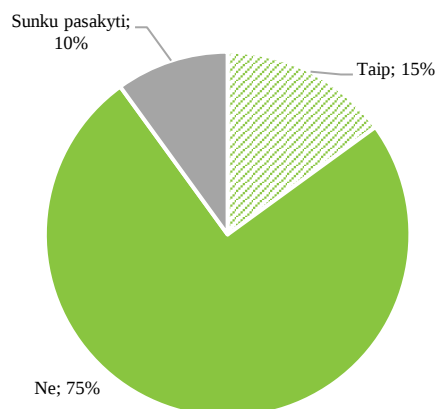
¹³ <https://industry4panevezys.lt/panevezio-regionas/>

Atlikus veikiančių Panevėžio pramonės įmonių analizę ir užsienio šalių patirtimi įvertinus pramoninio turizmo potencialą, svarbiausiomis pramoninio turizmo kryptimis išskiriamos šios pramonės šakos: maisto, stiklo, tekstilės, muilo ir kitų gaminių gamyba. Šių pramonės šakų pagrindu galima būtų formuoti Panevėžio miesto, kaip pramoninio turizmo turistinės vietovės, įvaizdį.

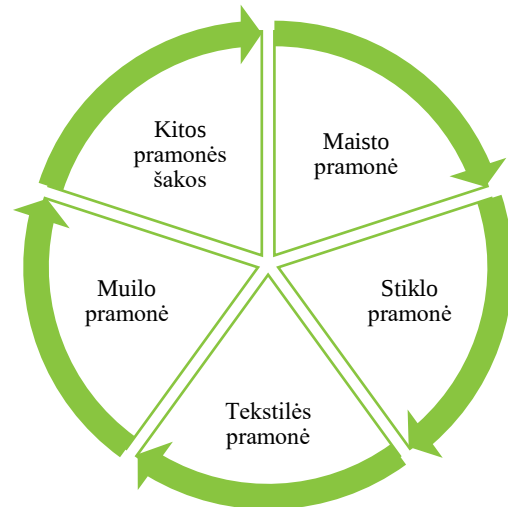
Maisto pramonės pavyzdžiai – AB „Kalnapilio-tauro“ grupė, UAB „Panevėžio alus“, AB „Pieno žvaigždės“ filialas „Panevėžio pienas“, AB „Roquette Amilina“, UAB „Panevėžio eglė“ ir kt., kepyklos, maitinimo įstaigos („Seklyčia prie uosio“, „Špunka“, „Žara“, „Čičinskas“);

stiklo dirbinių pramonės įmonė AB „Panevėžio stiklas“; lino gaminių pramonės įmonės – AB „Linai“, smulkesni gamintojai (UAB „Teksdata“, D. Launikaitienės IĮ, AB „Pluošto linija“); muilo gaminių pramonės atstovas – AB „Naujoji Ringuva“, smulkūs gamintojai („Muilo virtuvė“, „Saulės Mandala“ ir kt.); kitos pramonės šakos – metalo, baldų ir kt. gaminių gamyba.

2020 metais atliktas tyrimas „Pramoninio turizmo inicijavimas ir vystymas Panevėžyje“ apklausiant 20 pramonės įmonių. Apklausos rezultatai parodė, kad 15 proc. pramonės įmonių save matytų kaip potencialų partnerį plėtojant pramoninį turizmą, 10 proc. kol kas sunku pasakyti.

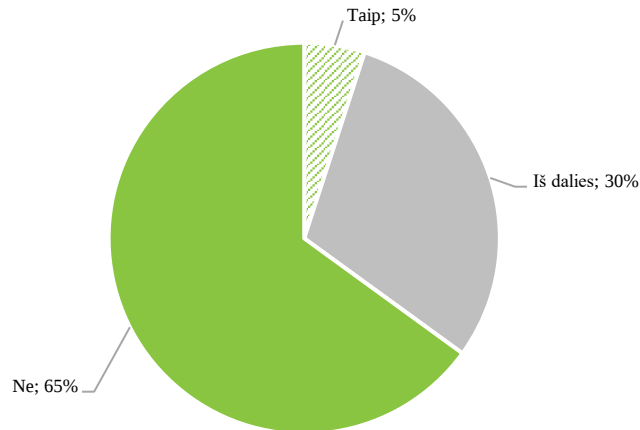


39 pav. Ar matytumėte savo įmonę kaip potencialų partnerį inicijuojant ir vystant pramoninį turizmą Panevėžyje? (N=20)



38 pav. Prioritetinės pramonės šakos, formuojančios Panevėžio pramoninio turizmo produktą

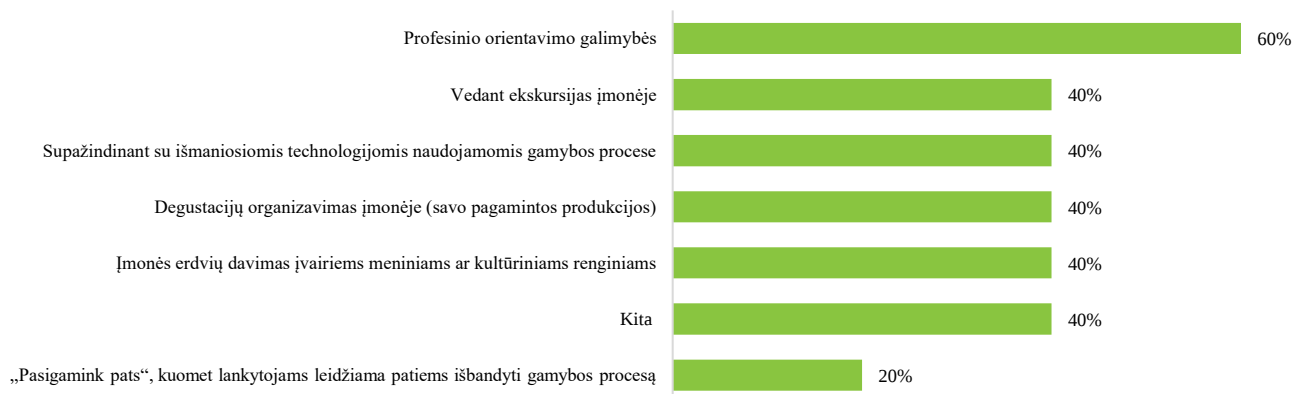
5 proc. Panevėžio pramonės įmonių mano, kad turizmo veikloms įmonę pritaikyti įmanoma, 30 proc. teigia, kad įmanoma iš dalies.



40 pav. Ar Jūsų įmonę įmanoma pritaikyti turizmo veikloms? (N=20)

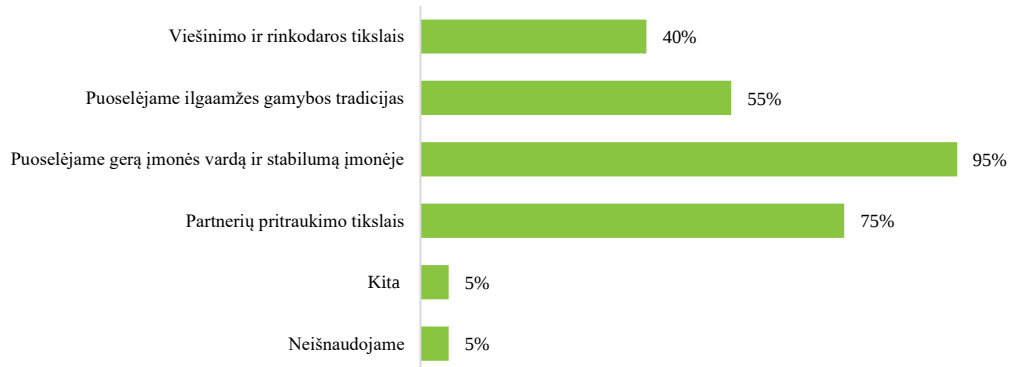
65 proc. pramonės įmonių šiuo metu mano, kad įmonės turizmo veikloms pritaikyti nėra galimybių, todėl DMO komunikacija apie turizmo teikiamą naudą ir pasidalinimas sėkmingais užsienio šalių pavyzdžiais, formuotų teigiamą pramonės įmonių požiūrį apie pramoninį turizmą ir jo teikiamą naudą įmonėms ir miestui.

Tyrimo metu įmonių buvo klausiama „Kokiu būdu matytumėte savo įmonę prisidedant prie Panevėžio pramoninio turizmo plėtojimo?“. 60 proc. įmonių galėtų pasiūlyti profesinio orientavimosi galimybes, kitos įmonių išsitraukimo formos – ekskursijos ir degustacijos įmonėse, supažindinimas su gamybos procese naudojamomis išmaniosiomis technologijomis, erdvių panaudojimas meniniams ar kultūriniais renginiams.



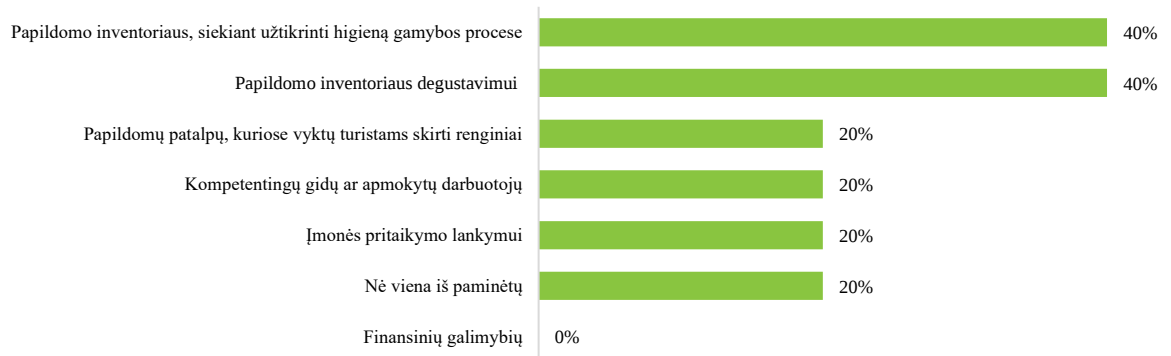
41 pav. Kokiu būdu matytumėte savo įmonę prisidedant prie Panevėžio pramoninio turizmo plėtojimo? (N=5)

95 proc. įmonių istorinį potencialą išnaudoja puoselėdami gerą įmonės vardą ir stabilumą, 75 proc. – pritraukdami partnerius, 55 proc. – tęsdami ilgaamžes gamybos tradicijas, 40 proc. – viešinimo ir reklamos tikslais.



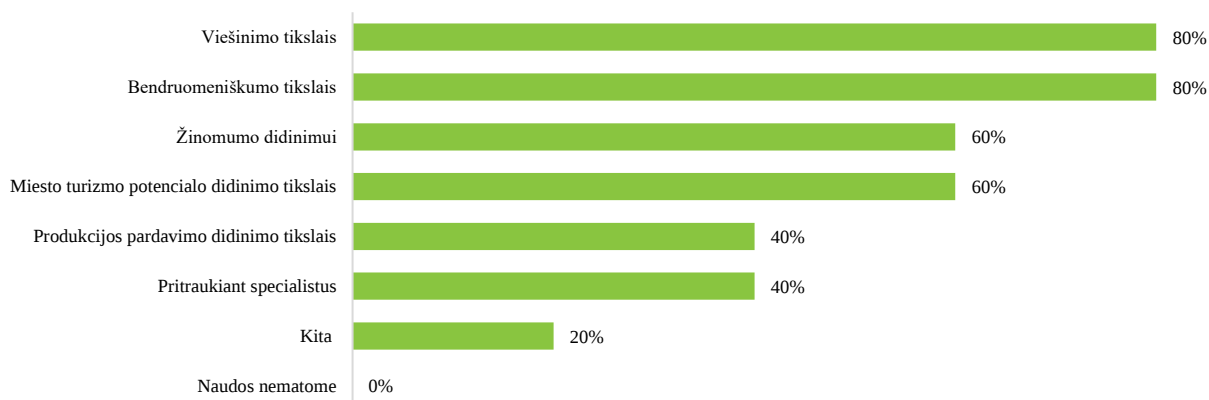
42 pav. Kaip išnaudojate įmonės istorinį potencialą? (N=20)

Tyrimas atskleidė, kad įmonės, kurios jau dabar sutiktų ar svarstytų prisidėti prie Panevėžio pramoninio turizmo, įvardijo, kad joms trūksta papildomo inventoriaus degustacijoms ar gamybos proceso stebėjimui, papildomų patalpų, skirtų renginiams, kompetentingų gidų ar darbuotojų, įmonės pritaikymo lankymui. Nei viena iš įmonių nepaminėjo, kad joms trūksta finansinių galimybių vystant pramoninį turizmą.



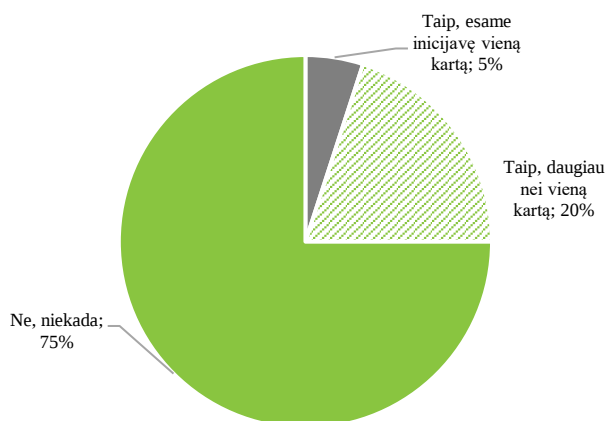
43 pav. Ko šiuo metu Jums trūksta, jeigu šiuo metu nuspręstumėte pradėti vystyti pramoninį turizmą savo įmonėje? (N=5)

Įmonės įžvelgia daug privalumų iš pramoninio turizmo vystymo: viešinimo tikslai, bendruomeniškumas, įmonių žinomumo, miesto turizmo potencialo ir produkcijos pardavimo didinimas, specialistų pritraukimas.



44 pav. Kaip manote kokių tikslų Jūsų įmonei būtų naudinga prisidėti prie pramoninio turizmo veiklų? (N=5)

Pramoninio turizmo naujumą rodo tai, kad net 75 proc. Panevėžio pramonės įmonių niekada nebuvo iniciavusios atvirų durų dienų ar panašių renginių.



45 pav. Ar esate inicijavę projektų, susijusių su atvirų durų dienomis ar panašiomis veiklomis? (N=20)

Užsienio šalių patirtis rodo, kad išsaugodamos pramoninę funkciją autentiškuose statiniuose, įmonės gali sėkmingai vykdyti ir antrinę veiklą, tiesiogiai susijusią su pramonės populiarinimu ir teikiančią ekonominę naudą. Įmonės savo patalpose įkuria privačius muziejus, restoranus, firmines parduotuves, nuomoja originalias patalpas renginių organizavimui, platina reklaminius produktus ir pan.

Pramonės įmonių apklausos pagrindinės išvados:

- 15 proc. Panevėžio pramonės įmonių matytų save kaip potencialų partnerį plėtojant pramoninį turizmą.
- 5 proc. įmonių teigia, jog jos yra pritaikytos pramoninio turizmo vystymui.
- Per metus laiko būtų pasiruošę 40 proc. pramonės įmonių, kurios sutiktų vystyti pramoninį turizmą.

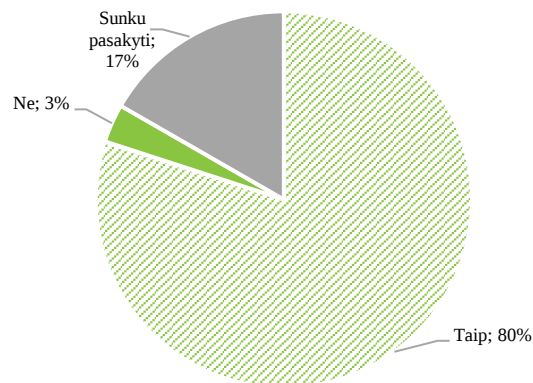
- 60 proc. įmonių mano, kad galėtų suteikti profesinio orientavimosi galimybes ir taip prisidėti prie pramoninio turizmo įgyvendinimo.
- Po 40 proc. pramonės įmonių teigia, jog joms trūksta inventoriaus (rūbai batai/skirto degustavimui).
- Šiuo metu pramonės įmonės savo istorinį potencialą daugiausia išnaudoja puoselėdami gerą įmonės vardą bei stabilumą įmonėje (95 proc.).
- Po 80 proc. įmonių, kurios sutiktų vystyti pramoninį turizmą, mano, kad jų įmonei tai būtų naudinga viešinimo tikslais bei bendruomeniškumo tikslais.

3.5. Suinteresuotų šalių bendradarbiavimas vystant pramoninį turizmą

Pramonės įmonės turi galimybę bendradarbiauti su turizmo įmonėmis ir kitais turizmo rinkos dalyviais. Klasteriui priklausančios pramonės įmonės ir pramonės paveldo savininkai galėtų tapti sėkmingos pramoninio turizmo strategijos, efektingos bei kūrybingos ženklo daros kūrimo dalimi. Veikiančios pramonės įmonės galėtų padidinti pardavimus, pramonės paveldas galėtų būti išsaugotas, o buvusios pramoninės teritorijos performuotos, pakeičiant jų pobūdį ir vertę – su įvairiais traukos objektais (firminėmis parduotuvėmis, restoranais, kavinėmis, galerijomis ir pan.). Kūrybingumu ir verslumu pasižyminčios įmonės yra pajėgios ne tik išsaugoti pramoninę funkciją, bet ir kurti naujas paslaugas, kuriančias pridėtinę vertę ne tik įmonei, bet ir Panevėžio miestui.

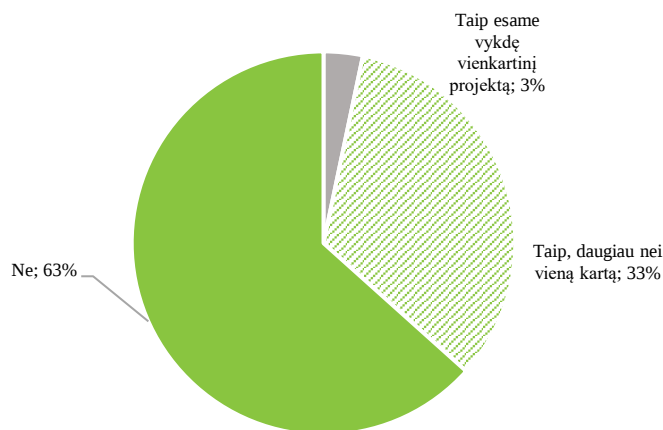
Efektyvus turistinės vietovės valdymas priklauso ne tik nuo Panevėžio plėtros agentūros (DMO), bet ir nuo pramoniu turizmu suinteresuotųjų šalių aktyvaus įsitraukimo. Suinteresuotųjų šalių (pramonės įmonių ir turizmo verslo) bendradarbiavimas yra svarbus, nes spartina informacijos, patirties, žinių ir idėjų perdavimą bei turizmui reikalingų gebėjimų ugdymą.

Tyrimo „Pramoninio turizmo inicijavimas ir vystymas Panevėžyje turizmo“ metu buvo apklausta 30 turizmo įmonių. Net 80 proc. turizmo įmonių sutiktų bendradarbiauti su Panevėžio pramonės įmonėmis, įgyvendinant pramoninį turizmą.



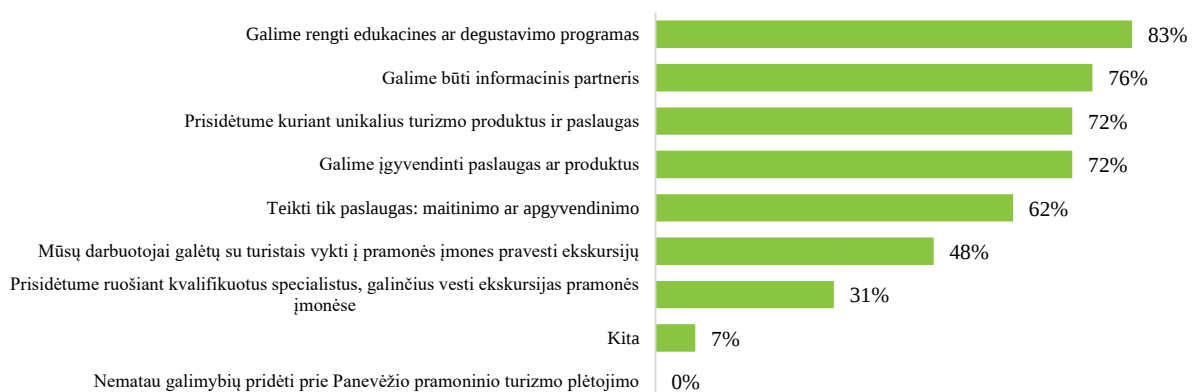
46 pav. Ar sutiktumėte bendradarbiauti su Panevėžio pramonės įmonėmis, prisidedant prie Panevėžio pramoninio turizmo plėtojimo? (N=30)

37 proc. turizmo įmonių jau anksčiau yra inicijavę panašius projektus, iš kurių 33 proc. yra vykdę panašius projektus daugiau kaip vieną kartą, 3 proc. – vykdę vienkartinį projektą.



47 pav. Ar esate inicijavę panašius projektus, susijusius su pramonės įmonėmis ar panašiomis veiklomis? (N=30)

83 proc. turizmo įmonių galėtų prisidėti rengiant edukacines ar degustavimo programas.

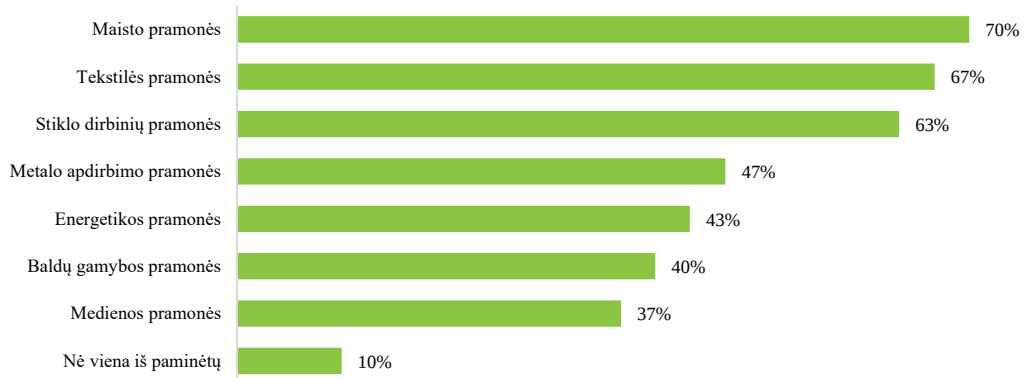


48 pav. Kaip save matytumėte prisidedant prie Panevėžio pramonės turizmo plėtojimo? (N=29)

76 proc. įmonių galėtų būti informaciniu partneriu, 72 proc. – prisidėtų kuriant unikalius turizmo produktus ir paslaugas, 72 proc. – įgyvendinti paslaugas ir produktus, 62 proc. – teikti

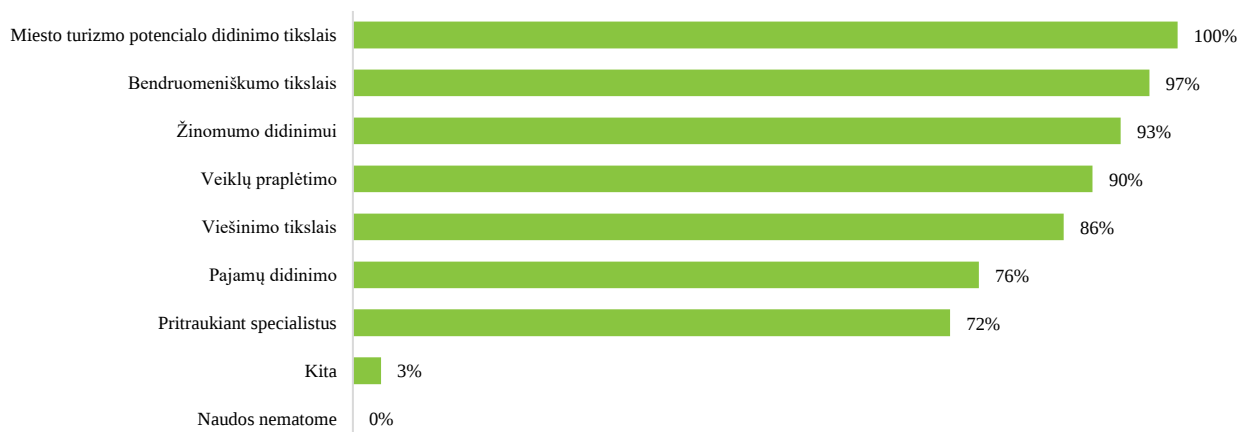
maitinimo ir apgyvendinimo paslaugas, 48 proc. – vesti ekskursijas, 31 proc. – ruošti kvalifikuotus specialistus ekskursijų vedimui.

Turizmo įmonių nuomone, vystant pramoninį turizmą patraukliausiai atrodo maisto pramonės (70 proc.), tekstilės pramonės (67 proc.) bei stiklo dirbinių pramonės (63 proc.) įmonės.



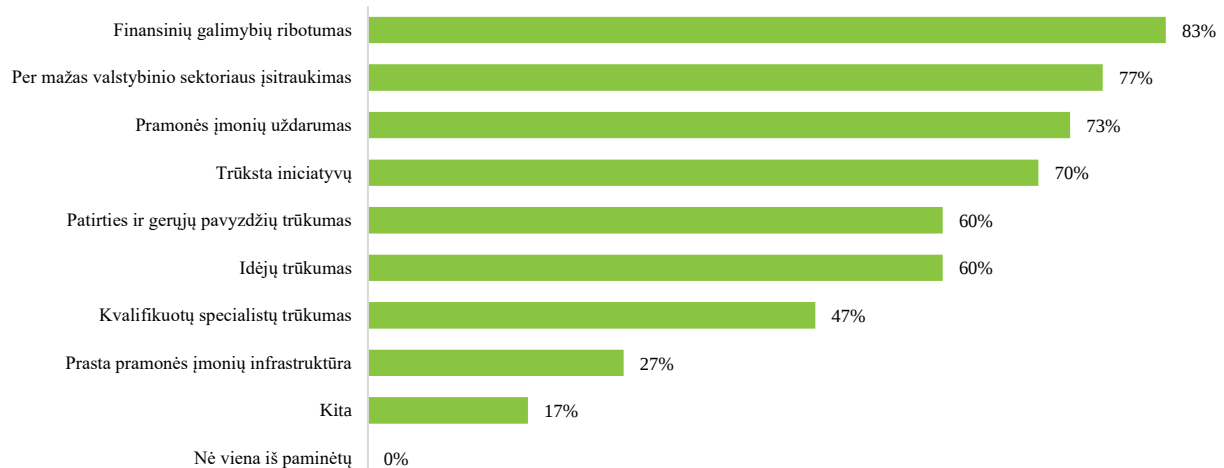
49 pav. Kokio tipo įmonės jau dabar atrodo patrauklios vystyti pramoninio turizmo veiklas? (N=30)

100 proc. turizmo įmonių, sutinkančių bendradarbiauti su pramonės įmonėmis, mano, kad joms naudinga prisidėti prie pramoninio turizmo miesto turizmo potencialo didinimo tikslais, 97 proc. – bendruomeniškumo tikslais, 93 proc. – žinomumo didinimui, 90 proc. – veiklų praplėtimui, 86 proc. – viešinimo tikslais, 76 proc. – pajamų didinimui, 72 proc. – specialistų pritraukimui.



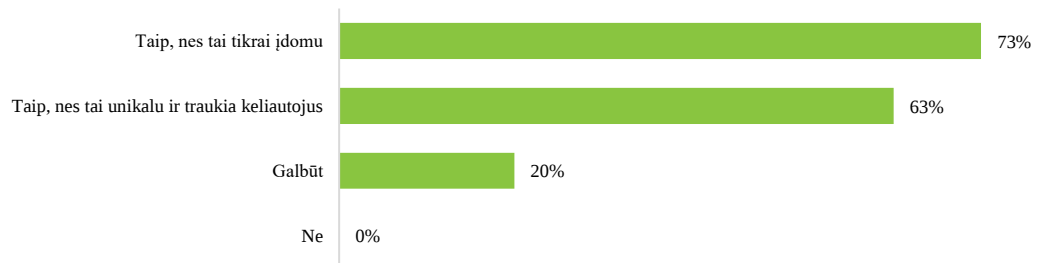
50 pav. Kaip manote kokių tikslų Jūsų įmonei būtų naudinga prisidėti prie pramoninio turizmo veiklų? (N=29)

83 proc. turizmo įmonių nurodė, kad pagrindinė pramoninio turizmo vystymo problema – finansinių galimybių ribotumas, 77 proc. – per mažas valstybinio sektoriaus įsitraukimas, 73 proc. – pramonės įmonių uždarumas, 70 proc. – iniciatyvų trūkumas, 60 proc. – patirties ir gerųjų pavyzdžių trūkumas, 60 proc. – idėjų trūkumas, 47 proc. – kvalifikuotų specialistų trūkumas, 27 proc. – prasta pramonės įmonių infrastruktūra.



60 pav. Kokias problemas išvelgiate vystant pramoninį turizmą Panevėžyje? (N=30)

Turizmo įmonės kitomis problemomis (17 proc.) įvardino kontaktų ir komunikacijos trūkumą, išvelgia įgyvendinimo problemas, pramonės įmonių nenorą bendradarbiauti, iniciatyvų iš Panevėžio plėtros agentūros trūkumą.



61 pav. Kaip manote ar pramoninio turizmo vystymas Panevėžyje pritrauktų turistus iš Lietuvos ir kitų šalių? (N=30)

73 proc. turizmo įmonių sutinka, kad pramoninis turizmas pritrauktų turistus iš Lietuvos bei kitų šalių, nes tai tikrai įdomu.

Turizmo įmonių apklausos pagrindinės išvados:

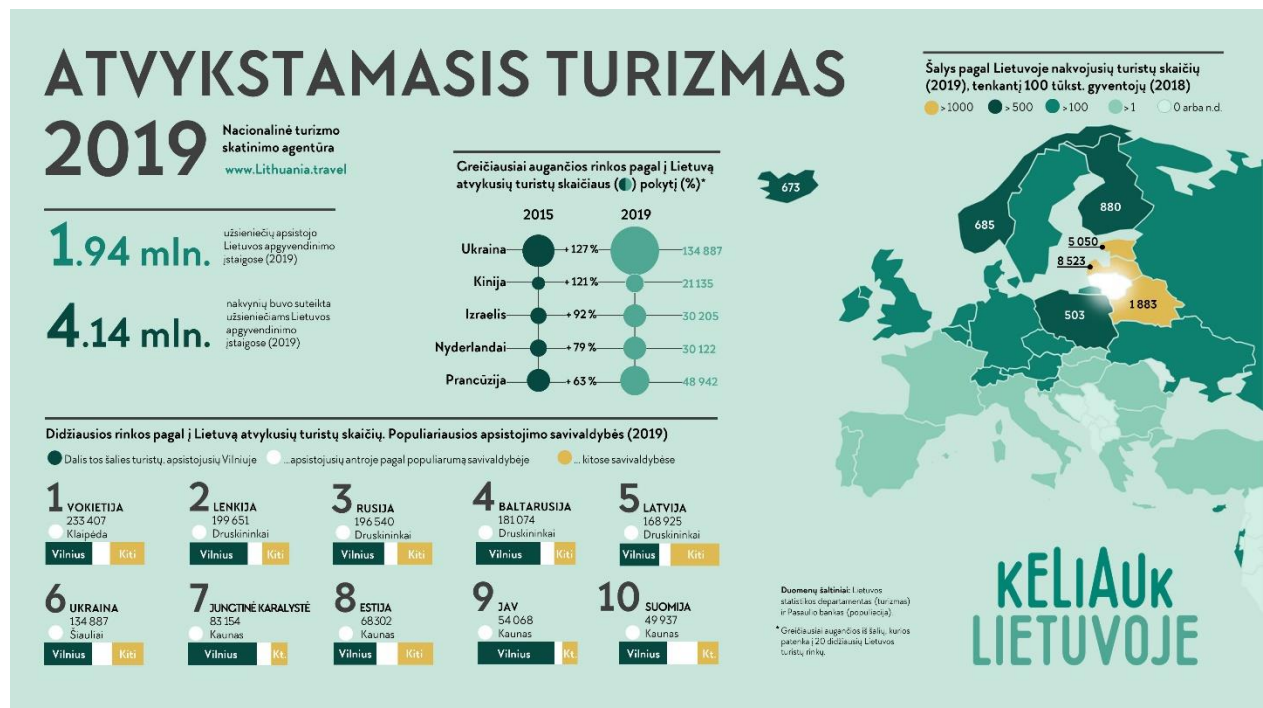
- Turizmo įmonės būtų labiau linkusios prisidėti prie pramoninio turizmo inicijavimo Panevėžyje (97 proc.), 37 proc. jau yra iniciavę panašius projektus anksčiau.
- 83 proc. turizmo įmonių, sutinkančių prisidėti prie pramoninio turizmo inicijavimo Panevėžyje, gali rengti edukacines bei degustacines programas, 72 proc. gali būti informaciniais partneriais inicijuojant šį projektą.
- Turizmo įmonėms patraukliausiai atrodo maisto pramonės (70 proc.), tekstilės pramonės (67 proc.) bei stiklo dirbinių pramonės įmonės (63 proc.).
- Turizmo įmonės pramoninio turizmo naudą išvelgia miesto turizmo potencialo didinimo tikslais (100 proc.) bei bendruomeniškumo tikslais (97 proc.).

- Kaip pagrindinę problemą, vystant pramoninį turizmą, turizmo įmonės išvelgia – finansinių galimybių ribotumą (83 proc.).
- Tačiau visos sutinka, kad tai pritrauktų turistus tiek iš Lietuvos, tiek iš kitų šalių.

3.6. Turizmo rinkos ir segmentai

Panevėžio geografinė padėtis yra patraukli, nes miestas yra šalia magistralės „Via Baltica“, įsikūręs apie 150 km nuo pagrindinių Baltijos regiono centrų – Vilniaus, Kauno ir Rygos (Latvija). Turizmo plėtrai lokacija yra patraukli, nes generuojamas didelis pravažiuojančių keliautojų srautas iš Vakarų Europos į Baltijos ir Skandinavijos šalis (arba iš Baltijos ir Skandinavijos šalių į Vakarų Europą).

Didelis turistų srautas pro Panevėžį keliauja iš Latvijos ir Estijos į Lietuvos turistines vietas.



62 pav. Turistų skaičius turizmo Lietuvoje
Šaltinis: Nacionalinė turizmo skatinimo agentūra „Keliauk Lietuvoje“

Nacionalinės turizmo skatinimo agentūros „Keliauk Lietuvoje“ ir Statistikos departamento duomenimis, 2019 metais Lietuvos apgyvendinimo įstaigose apsistoję 4.005.672 turistai, iš jų Lietuvos gyventojai sudarė 2.069.540 (51,7 proc.), užsieniečiai – 1.936.132 (48,3 proc.).

Daugiausia turistų 2019 metais Lietuva sulaukė iš Vokietijos (233.407), turistų skaičius palyginti su 2018 metais, išaugo 9 proc. Antroje vietoje pagal apgyvendintų turistų skaičių buvo Lenkijos atvykstamojo turizmo rinka – 199.651 turistai (augimas – 11,4 proc.), trečioje vietoje –

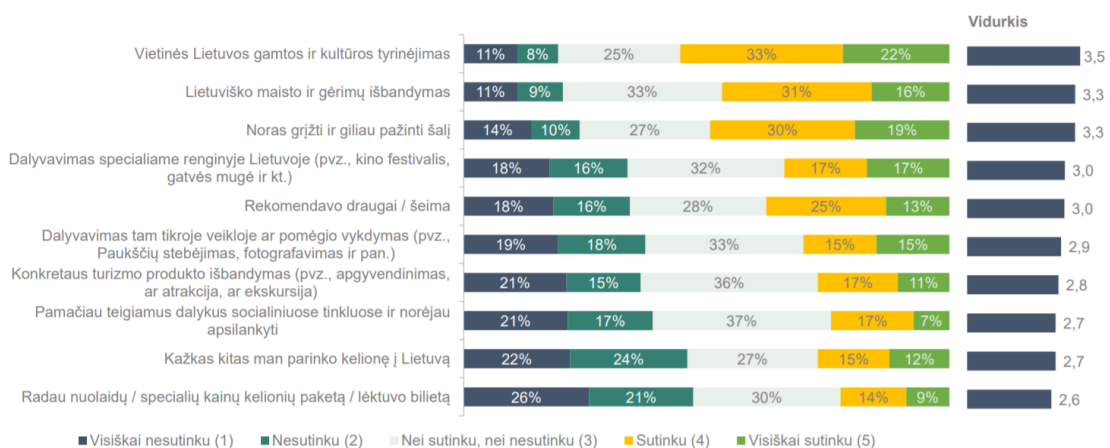
Rusijos (196.540 turistų, augimas – 7,1 proc.), ketvirtoje – Baltarusijos (181.074 turistai, augimas – 9,4 proc.), penktoje – Latvijos (168.925 turistų, augimas – 4,5 proc.).

Nacionalinės turizmo skatinimo agentūros „Keliauk Lietuvoje“ užsakymu 2019 metais buvo atliktas užsienio rinkų tyrimas. Tyrimo metu buvo apklausti besilankantys svečiai iš Baltijos šalių – Latvijos ir Estijos. Respondentai, pagal kelionės tikslą, buvo suskirstyti į tris segmentus: dalykinius keliautojus (43 proc.), sveikatos keliautojus (3 proc.), laisvalaikio keliautojus (54 proc.). Laisvalaikio keliautojai atvyksta atostogų (36 proc.), draugų / artimųjų lankymo (14 proc.), savaitgalio kelionių / ekskursijų (12 proc.), apsipirkimo (6 proc.), sporto renginių (3 proc.), kultūrinių renginių (2 proc.) tikslais.

Didžioji dalis (62 proc.) respondentų iš kitų Baltijos šalių į Lietuvą atvyko lėktuvu, automobiliu – 22 proc., autobusu (individualiai) – 10 proc., autobusu (su turistų grupe) – 4 proc., karavanu / kemperiu – 1 proc. ir kt.

54 proc. apsistojo viešbučiuose, 17 proc. nuomojosi butą / namą/ kambarį, 14 proc. – apsistojo pas draugus, 4 proc. – nakvynės namuose, 1 proc. – kempinge ir kt. Šis turistų segmentas keliaivo: 2 nakvynėms – 31 proc., nuo 3 iki 5 – 26 proc., 1 – 20 proc., nuo 6 iki 10 – 16 proc., 11 ir daugiau nakvynių – 7 proc.

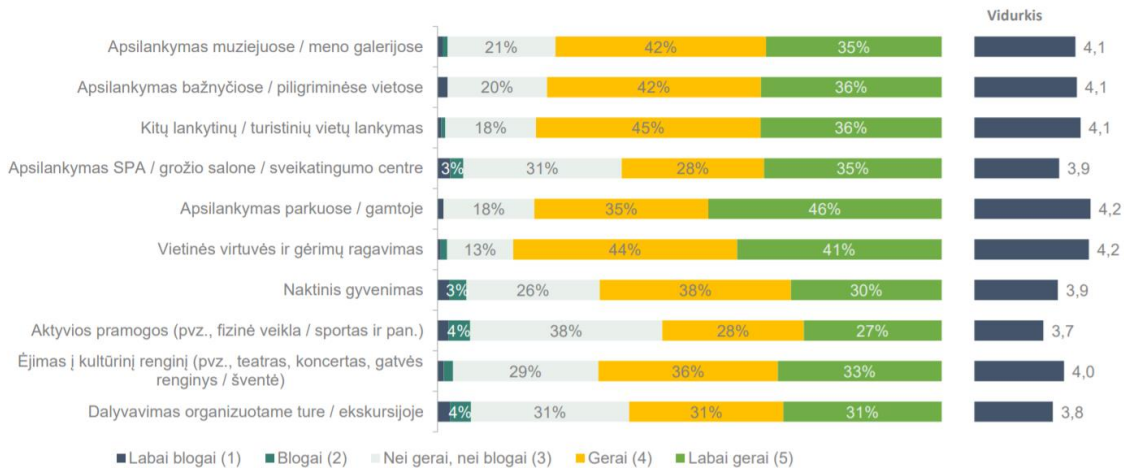
Svarbiausias kriterijus, renkantis kelionę į Lietuvą, dažniausiai įvardintas „Vietinės Lietuvos gamtos ir kultūros tyrinėjimas“.



63 pav. Turistams iš Baltijos šalių svarbiausi kelionės į Lietuvą kriterijai
Šaltinis: Nacionalinė turizmo skatinimo agentūra „Keliauk Lietuvoje“

Turistai, kaip veiklas, kuriose dalyvavo vizito į Lietuvą metu, dažniausiai įvardino vietinės virtuvės ir gėrimų ragavimą (77 proc. turistų užsiėmė šia veikla), kitų lankytinų / turistinių vietų lankymą (63 proc.) ir apsilankymą parkuose / gamtoje (62 proc.). Turistai, atvykę į Lietuvą ir

užsiėmę skirtingomis veiklomis vizito metu, aukščiausiai iš jų įvertino apsilankymą parkuose / gamtoje ir vietinės virtuvės bei gėrimų ragavimą (4,2 balo).



64 pav. Turistų veiklų vertinimas Lietuvoje
Šaltinis: Nacionalinė turizmo skatinimo agentūra „Keliauk Lietuvoje“

Bendras Lietuvos vertinimas yra pozityvus: 91 proc. respondentų sutiko su teiginiu „Mano bendras įspūdis apie kelionę yra geras“ (4,4 balo), 91 proc. respondentų sutiko su teiginiu „Aš dar kartą apsilankyčiau Lietuvoje“ (4,4 balo), 90 proc. respondentų sutiko su teiginiu „Rekomenduočiau aplankyti Lietuvą savo draugams ar šeimos nariams“ (4,4 balo), 85 proc. respondentų sutiko su teiginiu „Ši kelionė atitiko mano lūkesčius“ (4,3 balo).

Didžiausią Latvijos ir Estijos rinkų segmentą sudaro turistai, keliaujantys laisvalaikio tikslais (54 proc.). Kelionių pasirinkimo kriterijai: sprendimui aplankyti Lietuvą dažniau didesnę įtaką turėjo noras paragauti lietuviško maisto ir gėrimų (56 proc.), tyrinėti Lietuvos gamtą ir kultūrą (70 proc.), išbandyti konkretų turizmo produktą (37 proc.), grįžti ir giliau pažinti šalį (60 proc.), apsilankyti dėl teigiamų dalykų socialiniuose tinkluose (30 proc.), dėl draugų / šeimos narių rekomendacijų (51 proc.), dėl nuolaidų / specialių kainų kelionių paketui / lėktuvo bilietams (30 proc.).

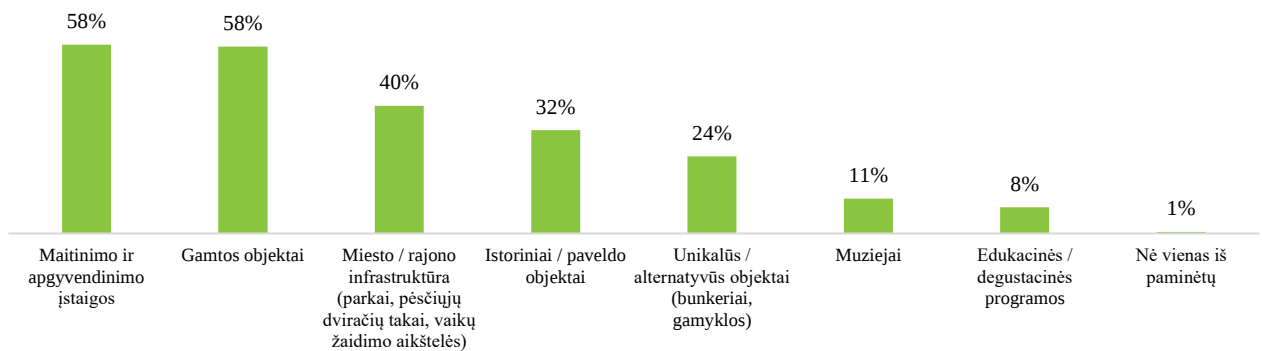
3.7. Pramoninio turizmo segmentai

Segmentavimas – tai rinkos suskirstymas į atskiras dalis, siekiant tikslingai formuluoti rinkodaros ir komunikacijos strategiją bei nukreipti rinkodaros veiksmus į skirtingas vartotojų auditorijas. Vartotojų segmentacija – natūrali šiuolaikinės analizės pasekmė, kadangi geras informacijos prieinamumas, visuomenės laisvėjimas lemia vis didesnę elgsenos, požiūrių ir poreikių įvairovę. Siekiant geriau suprasti šią įvairovę ir gebėti geriau atliepti turistų poreikius bei

pritaikyti komunikacines žinutes, skirtas skirtingoms turistų auditorijoms, strategijoje atlikta turistų, kurie susiję su Panevėžio rinkomis, segmentų analizė.

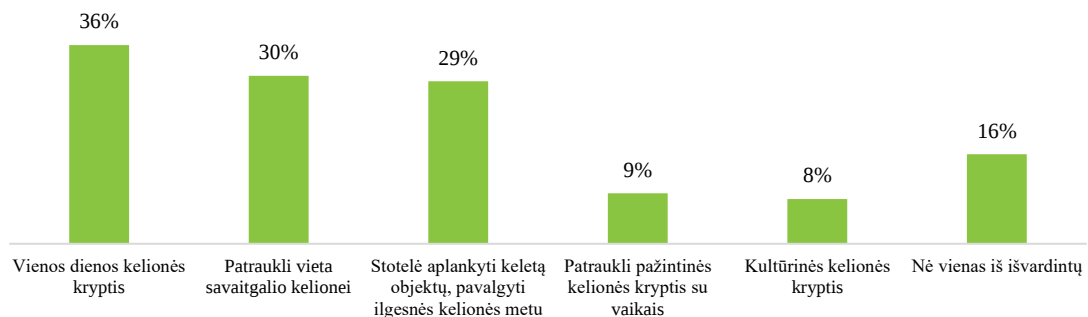
2020 metais atlikta tikslinių grupių apklausa „Pramoninio turizmo inicijavimas ir vystymas Panevėžyje“. Užsienio respondentų tyrimo rezultatai rodo, kad 65 proc. Latvijos gyventojų bent kartą per metus aplanko kaimynines šalis. 54 proc. Latvijos gyventojų domina pažintinės kelionės, 50 proc. – pramoginės, 47 proc. – aktyvios / žygių, o 46 proc. – išskirtinės kelionės.

Planuojant kelionės maršrutą Latvijos gyventojams svarbiausia maitinimo ir apgyvendinimo įstaigos (58 proc.), gamtos objektai (58 proc.), miesto / rajono infrastruktūra (40 proc.), istoriniai / paveldo objektai (32 proc.), unikalūs / alternatyvūs objektai (bunkeriai, gamyklos) (24 proc.), muziejai (11 proc.), edukacinės / degustacinės programos (8 proc.).



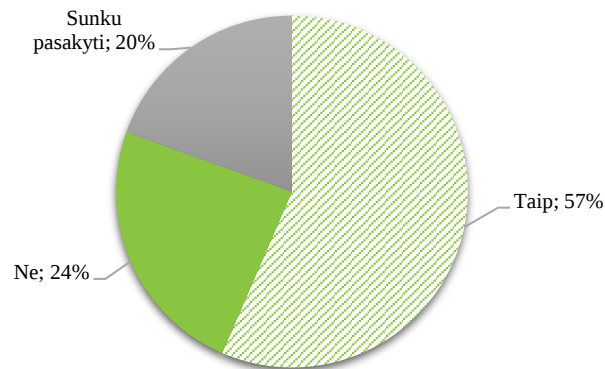
65 pav. Latvijos gyventojų dominančios veiklos, paslaugos ir traukos objektai (N=200)

Tyrimo rezultatai rodo, kad 36 proc. respondentų Panevėžys asocijuojasi su vienos dienos kelionės kryptimi, 30 proc. – kaip patraukli vieta savaitgalio kelionei, o 29 proc. – kaip stotelė aplankyti keletą objektų, pavalgyti ilgesnės kelionės metu.



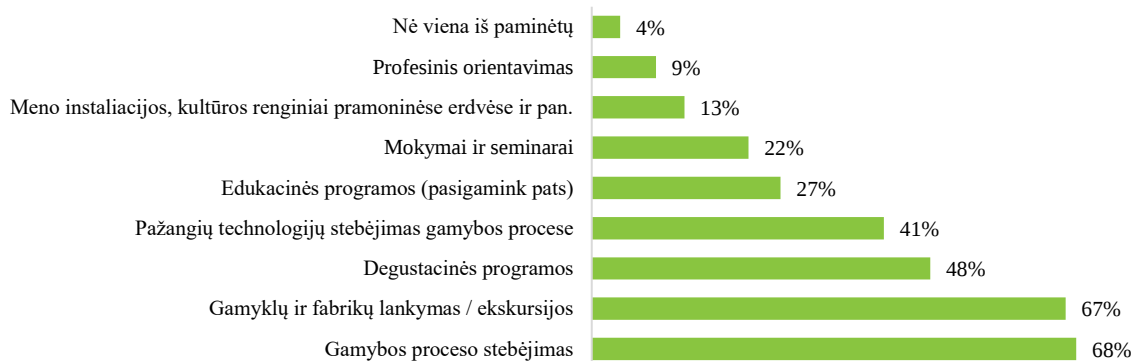
66 pav. Panevėžio – kaip kelionės krypties asociacijos (N=200)

57 proc. latvių teigia, kad juos domintų pramoninis turizmas, 20 proc. respondentų nurodo, kad pramoninis turizmas nedomina.



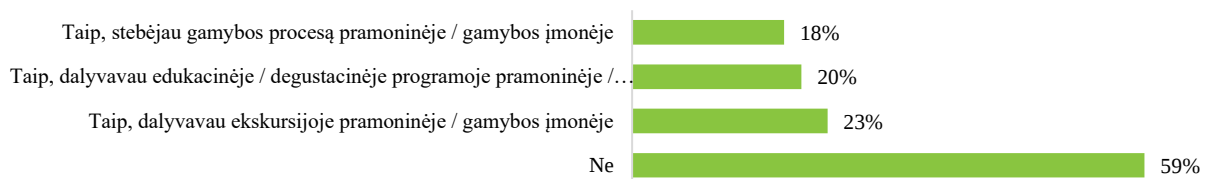
67 pav. Latvių susidomėjimas pramoniniu turizmu (N=200)

Pramoninis turizmas respondentams kelia įvairias asociacijas: gamybos proceso stebėjimas (68 proc.), gamyklų ir fabrikų lankymu ekskursijų metu (67 proc.), degustacinės programos (47 proc.), pažangių technologijų stebėjimas gamybos procese (41 proc.), edukacinės programos (27 proc.), mokymai ir seminarai (22 proc.), meno instaliacijos / kultūriniai renginiai pramonės erdvėse (13 proc.), profesinis orientavimasis (9 proc.).



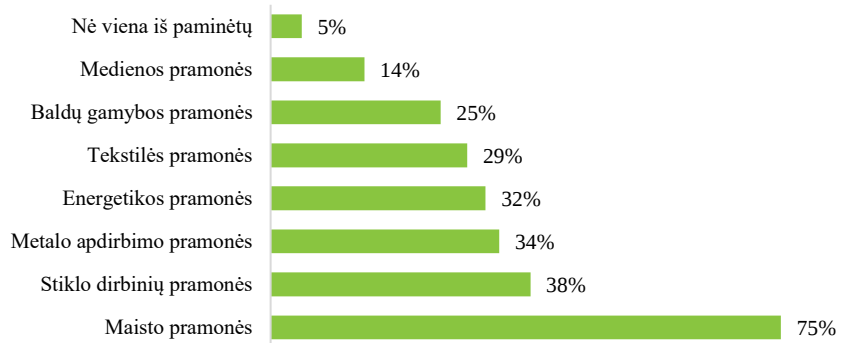
68 pav. Asociacijos su pramoniniu turizmu (N=200)

Kad pramoninis turizmas yra mažai žinomas turizmo produktas, patvirtina ir tyrimo rezultatai. Net 59 proc. Latvijos gyventojų nėra išbandę pramoninio turizmo. 18 proc. respondentų teko stebėti gamybos procesą, 20 proc. – dalyvauti edukacinėje programoje, 23 proc. – dalyvauti ekskursijoje.



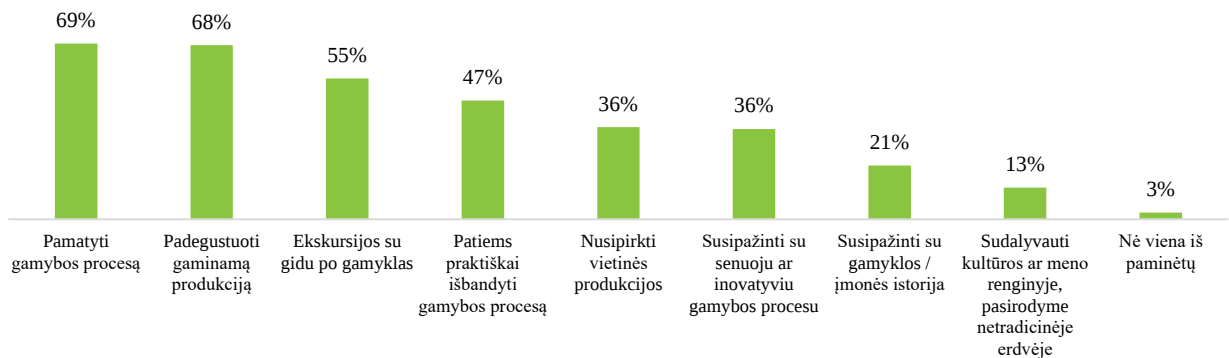
69 pav. Patirtis pramonio turizmo srityje (N=200)

Latvijos gyventojus labiausiai domintų galimybė aplankyti maisto pramonės įmones (75 proc.), stiklo dirbinių pramonės įmones (38 proc.), metalo apdirbimo įmones (34 proc.), energetikos įmones (32 proc.), tekstilės pramonės įmones (29 proc.), baldų gamybos pramonės įmones (25 proc.) ir medienos pramonės įmones (14 proc.).



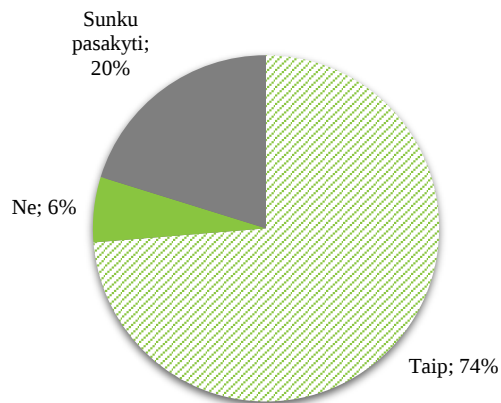
70 pav. Patraukliausios pramonės įmonių rūšys (N=200)

Latvijos gyventojams patraukliausios pramoninio turizmo veiklos: susipažinimas su gamybos procesu (69 proc.), gaminamos produkcijos degustacija (68 proc.), ekskursijos su gidu po gamyklas (55 proc.), išitraukimas į gamybos procesą ir išbandymas (47 proc.), vietinės produkcijos įsigijimas (36 proc.), susipažinimas su senuoju ar inovatyviu gamybos procesu (36 proc.), susipažinimas su pramonės įmonės istorija (21 proc.), dalyvavimas renginyje (13 proc.).



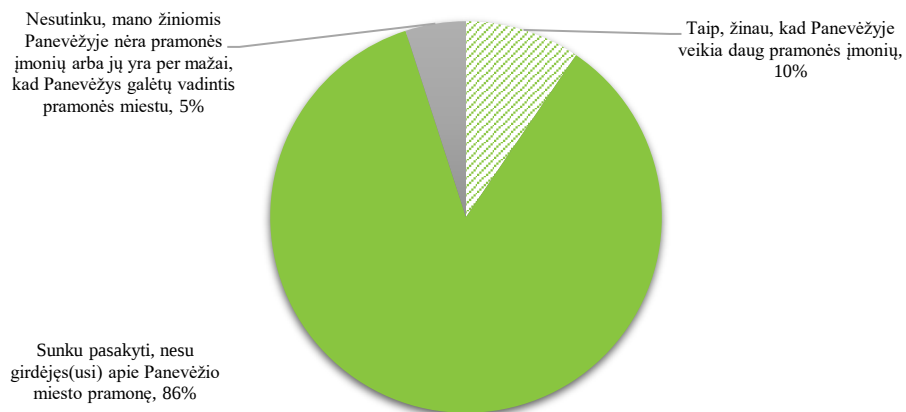
71 pav. Patraukliausios veiklos ir paslaugos pramonės įmonėse (N=200)

Net 94 proc. Latvijos gyventojų, auginančių vaikus iki 18 metų, mano, kad jų vaikams būtų naudinga susipažinti su skirtingomis pramonės šakomis ekskursijų metu.



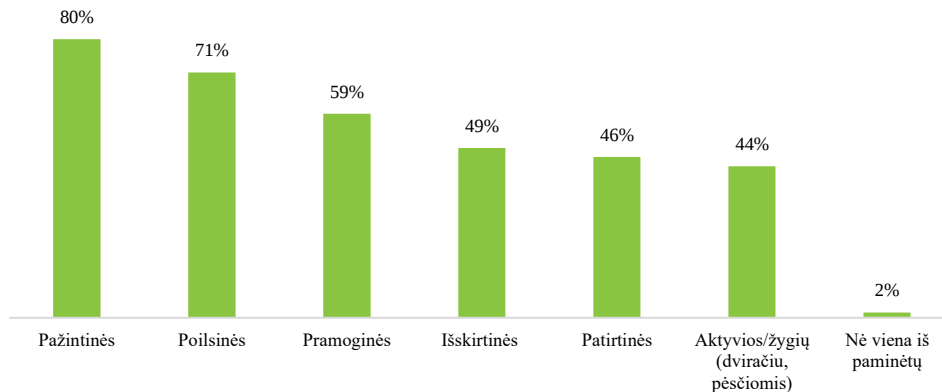
72 pav. Pramonės įmonių patrauklumas vaikams (N=99)

Kad Panevėžio kaip pramoninio turizmo vietovės įvaizdis nėra sukurtas ir miestas nėra identifikuojamas kaip pramoninio turizmo vietovė, patvirtina ir tyrimo rezultatai. Tik 10 proc. respondentų teigia, kad Panevėžys yra Lietuvos pramonės miestas, o 86 proc. nėra girdėję apie Panevėžio miesto pramonę.



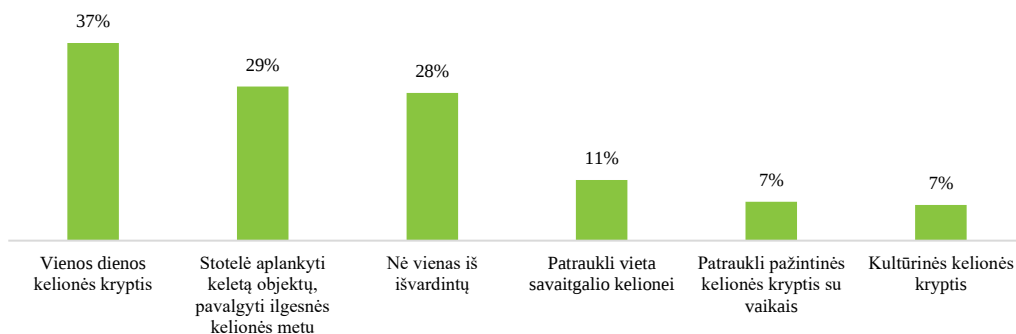
73 pav. Panevėžys – pramonės miestas (N=200)

Lietuvos gyventojų tyrimo rezultatai rodo, kad 84 proc. Lietuvos gyventojų bent kartą per metus keliauja po Lietuvą. 80 proc. gyventojų domina pažintinės kelionės, 71 proc. – poilsinės, 59 proc. – pramoginės, 49 proc. – išskirtinės kelionės, kurių metu lankomi unikalūs / alternatyvūs objektai – bunkeriai, gamyklos ir kt.; 46 proc. – patirtinės (edukacinės, degustacinės), 44 proc. – aktyvios / žygių (dviračiu, pėsčiomis).



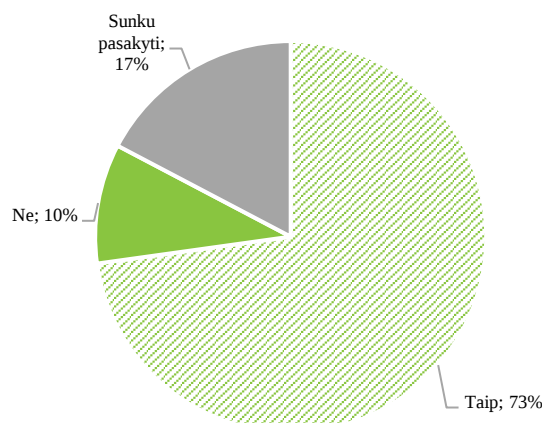
74 pav. Kokio tipo kelionės ar išvykos domina arba galėtų dominti ateityje? (N= 2800)

37 proc. Lietuvos gyventojų Panevėžys asocijuojasi su vienos dienos kelionės kryptimi, 29 proc. – kaip stotelė aplankyti keletą objektų, pavalgyti ilgesnės kelionės metu, 11 proc. – kaip patraukli turistinė vietovė savaitgalio kelionei, 7 proc. – kaip patraukli pažintinės kelionės kryptis su vaikais, 7 pros. – kaip kultūrinės kelionės kryptis.



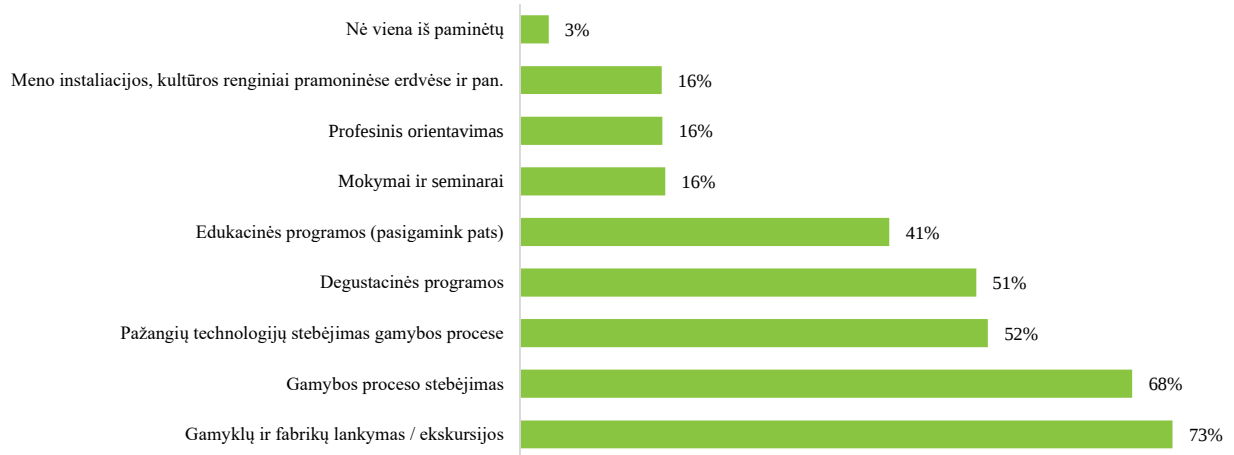
75 pav. Su kuo asocijuojasi Panevėžys kaip kelionės kryptis? (N= 2800)

73 proc. Lietuvos gyventojų domina pramoninis turizmas, 17 proc. – sunku pasakyti, tik 10 proc. respondentų pramoninis turizmas nedomina.



76 pav. Ar domintų pramoninis turizmas? (N=2800)

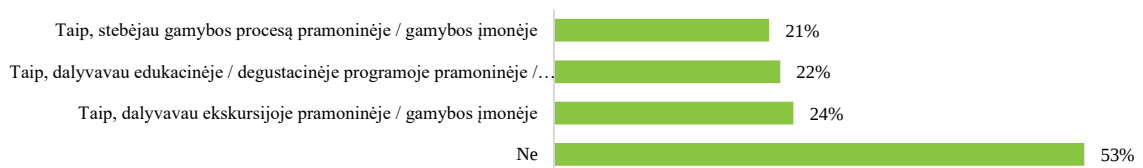
73 proc. respondentų pramoninis turizmas asocijuojasi su gamyklų bei fabrikų lankymu, 68 proc. – su gamybos proceso stebėjimu, 52 proc. – su pažangių technologijų stebėjimu gamybos procese, 51 proc. – degustacinės programos, 41 proc. – edukacinės programos.



77 pav. Kokias asociacijas kelia pramoninis turizmas? (N=2800)

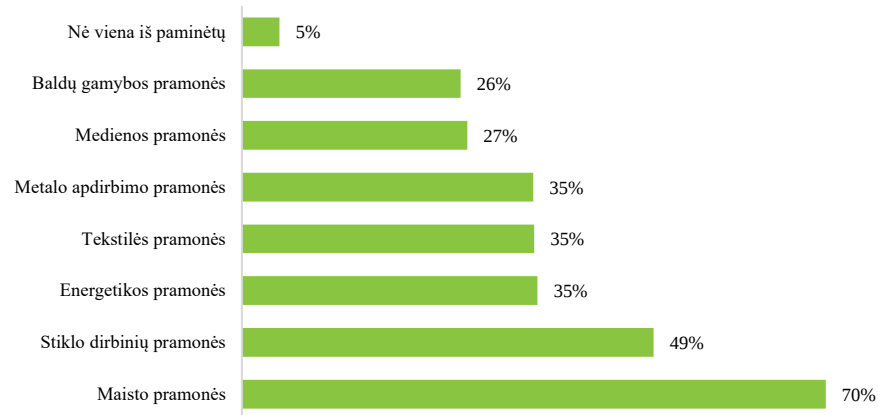
Tyrimo rezultatai rodo, kad 51 proc. vyrų ir 49 proc. moterų domina pramoninis turizmas. Pagal amžių respondentai pasiskirsto sekančiai: 18–20 m. (8 proc.), 21–25 m. (16 proc.), 26–30 m. (21 proc.), 31–35 m. (20 proc.), 36–40 m. (18 proc.), 41–45 m. (18 proc.). Pramoniniu turizmu domisi šeimos su vaikais ir didžiųjų miestų, t.y. Vilniaus (27 proc.), Kauno (13 proc.), Klaipėdos (6 proc.), Šiaulių (5 proc.), Panevėžio (3 proc.), Alytaus (2 proc.), Marijampolės (1 proc.), Tauragės (1 proc.), Telšių (1 proc.) ir Utenos (1 proc.) gyventojai. Daugiausia domisi Kauno apskrities (8 proc.), Vilniaus (7 proc.), Klaipėdos (5 proc.), Šiaulių (4 proc.), Panevėžio (4 proc.), Marijampolės (3 proc.), Telšių (3 proc.), Utenos (2 proc.), Tauragės (2 proc.) ir Alytaus (2 proc.) gyventojai.

24 proc. respondentų teko dalyvauti ekskursijoje pramonės įmonėje, 22 proc. – pramonės įmonės edukacinėje / degustacinėje programoje, 21 proc. – stebėjo gamybos procesą. 53 proc. Lietuvos gyventojų nėra išbandę pramoninio turizmo.



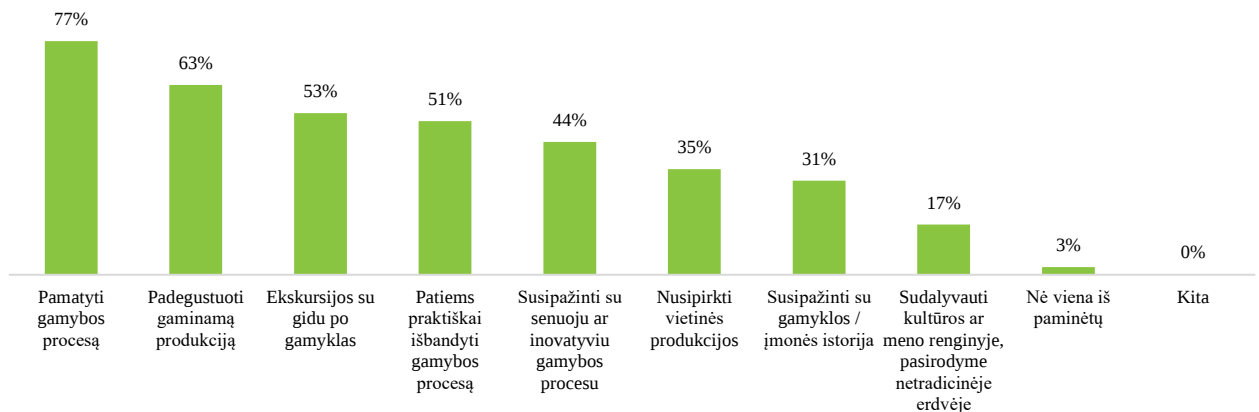
78 pav. Ar esate išbandę pramoninį turizmą? (N= 2800)

Labiausiai lietuviai būtų susidomėję galimybe aplankyti maisto pramonės įmones (70 proc.), stiklo dirbinių (49 proc.), energetikos (35 proc.), tekstilės (35 proc.), metalo apdirbimo (35 proc.), medienos (27 proc.) ir baldų gamybos įmones (26 proc.).



79 pav. Kokio tipo įmonės būtų aktualiausia aplankyti? (N=2523)

77 proc. respondentų patraukliausia veikla – pamatyti gamybos procesą, 63 proc. – degustuoti gaminamą produkciją, 53 proc. – ekskursijos su gidu po gamyklas, 51 proc. – patiems praktiškai išbandyti gamybos procesą, 44 proc. – susipažinti su senuoju ar inovatyviu gamybos procesu, 35 proc. – nusipirkti vietinės produkcijos, 31 proc. – susipažinti su gamyklos / įmonės istorija, 17 proc. – sudalyvauti kultūros ar meno renginyje, 3% – sudalyvauti kultūros ar meno renginyje, pasirodyje netradicinėje erdvėje, 0% – kita.

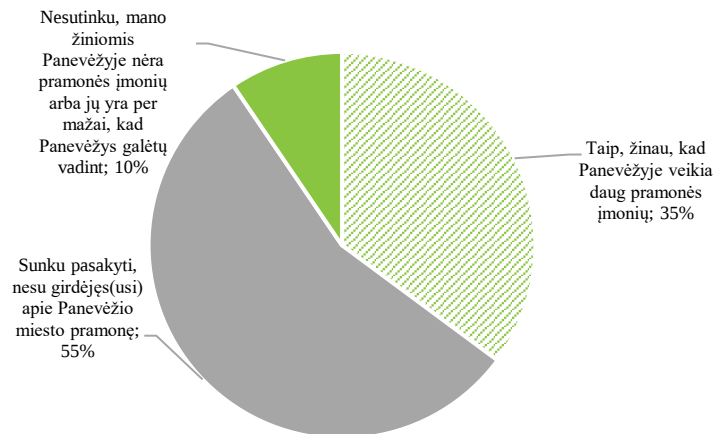


80 pav. Kokios veiklos būtų patraukliausios renkantis pramoninio turizmo kryptį? (N=2800)

71 proc. Lietuvos gyventojų, auginančių vaikus iki 18 metų, mano, kad jų vaikams būtų naudinga susipažinti su skirtingomis pramoniniu turizmu ekskursijų metu.

81 pav. Ar vaikams būtų naudinga susipažinti su skirtingomis pramonės šakomis pramoninio turizmo ekskursijų metu? (N=1349)

35 proc. respondentų teigia, kad Panevėžys yra Lietuvos pramonės miestas, 55 proc. – sunku pasakyti, nes nėra girdėję apie Panevėžio miesto pramonę.



82 pav. Panevėžys yra Lietuvos pramonės miestas (N= 2800)

Tikslinių segmentų tyrimo išvados:

- Daugiau lietuvių nei latvių domina pažintinės kelionės (80 proc. vs 54 proc.), tačiau labai panašią dalį tiek Latvijos, tiek Lietuvos gyventojų domina kelionės, apilankant isskirtinius objektus, tokius kaip bunkeriai, gamyklos ir kt. (46 proc. lietuvių ir 46 proc. latvių).
- Planuojant kelionės maršrutą lietuviams yra svarbiausia gamtos objektai, maitinimo / apgyvendinimo įstaigos bei aktyvaus laisvalaikio objektai, tuo tarpu latviams, svarbiausia maitinimo / apgyvendinimo įstaigos, gamtos objektai bei miesto / rajono infrastruktūra.
- Tiek lietuviams, tiek latviams Panevėžys daugiausia asocijuojasi su vienos dienos kelionės kryptimi (37 proc. lietuvių ir 36 proc. latvių).
- Lietuvos gyventojai būtų labiau linkę susidomėti pramoniniu turizmu nei Latvijos (83 proc. vs 71 proc.). Daugiausia pramoninį turizmą abiejų valstybių gyventojai asocijuoja su gamyklų bei fabrikų lankymu / ekskursijomis bei gamybos proceso stebėjimu.
- Abiejų šalių TOP 2 pramonės šakos, labiausiai dominančios aplankyti yra tos pačios: maisto pramonė (75 proc. latvių ir 70 proc. lietuvių) bei stiklo dirbinių pramonė (38 proc. latvių ir 49 proc. lietuvių).
- Lietuvos ir Latvijos gyventojai sutinka, kad jų vaikams būtų naudinga susipažinti su skirtingomis pramonės šakomis jų vaikams (80 proc. latvių ir 75 proc. lietuvių), todėl populiarinant pramoninį turizmą būtų naudinga kviesti dalyvauti ekskursijų programose ir įvairias mokyklas.

- Dauguma Lietuvos ir Latvijos gyventojų nėra nieko girdėję apie Panevėžio miesto pramonę (55 proc. lietuvių ir 86 proc. latvių), tad itin svarbu didinti Panevėžio, kaip pramonės miesto žinomumą.

Tikslinių grupių apklausos „Pramoninio turizmo inicijavimas ir vystymas Panevėžyje“ rezultatai rodo, kad Lietuvos ir Latvijos gyventojus domintų vystomas pramoninio turizmo produktas. Išteklių, traukos objektai ir geografinė lokacija sudaro galimybes kurti paklausius pramoninio turizmo produktus Panevėžio mieste.

- Tikslinės rinkos: Lietuva, (2) Latvija, (3) Estija (eiliškumas pateiktas prioriteto tvarka).
- Potenciali tikslinė Panevėžio pramoninio turizmo auditorija: didžiųjų Lietuvos miestų (Vilnius, Kaunas, Šiauliai, Klaipėda) gyventojai ir tikslinių užsienio rinkų turistai, keliaujantys individualiai ir grupėmis (automobiliais, kemperiais, autobusais): jaunimas (18–30 m.), dirbantieji (30–55 m.), vyresnio amžiaus žmonės (55+), šeimos su vaikais, mokyklinio amžiaus vaikai.

Kadangi keičiasi vartotojų segmentavimas, t.y. segmentavimas pagal geografinę rinką (šalį) palaipsniui tampa antraeiliu vartotojų segmentavimo kriterijumi, todėl daugiau dėmesio turi būti skiriama psichografiniam vartotojų segmentavimui pagal pomėgius.

4. SSGG ANALIZĖ

STIPRYBĖS	SILPNYBĖS
• Palanki Panevėžio miesto geografinė padėtis • Geras pasiekiamumas • Pramonės įmonių koncentracija • Išlikę pramonės paveldo objektai • Meno galerijų žinomumas • Panevėžio kraštotyros muziejaus ekspozicijos • Aukštaitijos siaurasis geležinkelis • Atnaujinami rekreacinės paskirties objektai (viešosios erdvės) • „Cido“ arena • Apgyvendinimo paslaugų įvairovė	• Panevėžio miestas nacionaliniu lygiu nepriskirtas prioritetiniams turizmo plėtros regionams • Planavimo dokumentuose pramoninis turizmas neįvardinamas prioritetine turizmo rūšimi • Neišnaudojamas pramoninio ir postindustrinio turizmo potencialas • Nedidelės privačios investicijos į turizmą (traukos objektus) • Dauguma pramonės paveldo objektų nesutvarkyti ir nepritaikyti turizmui • Pramoninio paveldo įveiklinimo idėjų stoka • Nepakankamas šiuolaikinių skaitmeninių technologijų panaudojimo lygis • Nepakankamai išnaudojamos kultūros kelių galimybės • Nepakankamas Panevėžio, kaip turizmui patrauklios vietovės, žinomumas • Patogumų ir kitos turizmo infrastruktūros trūkumas (viešieji tualetai) • Mažas užsienio turistų srautas ir nepakankamas apgyvendinimo įstaigų užimtumas
GALIMYBĖS	GRĖSMĖS
• Didelis pravažiuojančių keliautojų srautas magistraliniu keliu „Via Baltica“ • Pramonės įmonių įsitraukimas vystant pramoninį turizmą ir kuriant pramoninio turizmo produktus • Vietinio ir atvykstamojo turizmo skatinimas • Pramoninio paveldo išsaugojimas • Kultūrinių fabrikų kūrimas • ES investicijų pritraukimas • Naujų turizmo traukos objektų kūrimas • Inovacijų diegimas turizmo sektoriuje • Efektyvių rinkodaros priemonių, skirtų tiksliniams segmentams, įgyvendinimas • Gebėjimų stiprinimas, ypatingai užsienio kalbų ir svetingumo, tolesnis verslumo skatinimas turizmo sektoriuje • Svetingumo sektoriaus paslaugų kokybės gerinimas	• Ekonomikos krizė (pasaulinė ar regioninė) • Turistų srautų mažėjimas (dėl COVID-19 viruso) • Lietuvos įvaizdžio blogėjimas • Mažai žinoma Panevėžio turistinė vietovė tarptautinėse rinkose, nepasitikėjimas turizmo paslaugų ir aplinkos kokybe • Nepakankamas turizmo rinkodaros finansavimas ES ar biudžeto lėšomis • Bendradarbiavimo stoka nacionaliniu ir regioniniu lygiu (su nacionaline turizmo skatinimo agentūra „Keliau Lietuvoje“, Lietuvos turizmo informacijos centrais ir pan.) • Pramonės paveldo kokybinis ir kiekybinis nykimas • Išorinė ir vidinė emigracija • Pasikeitę ES prioritetai ir ES finansavimo nutraukimas • Sumažėjusi valstybės biudžeto parama turizmui • Valdžios ir pramonės įmonių tikslų nesuderinamumas

5. PRAMONINIO TURIZMO PRODUKTAI

Turizmo produktą sudaro dvi dalys: materialiosios (įvertinamos) – kelionės, ekskursijų paslaugų ir prekių pasiūla; nematerialiosios (neįvertinamos) – patirtas vidinis pasitenkinimas, nauji potyriai ir žinios.

Atlikus išsamų Panevėžio turizmo sektoriaus būklės vertinimą, kitų užsienio šalių gerąją patirtį, rinkos tyrimo rezultatus ir įvertinus pramoninio turizmo Panevėžyje vystymo galimybes, pateikiama 30 pasiūlymų dėl pramoninio turizmo produktų ir paslaugų vystymo:

- 10 prioritetinių Panevėžio pramoninio turizmo produktų;
- 5 renginiai, skirti pramoninio turizmo produktų pristatymui ir žinomumo didinimui;
- 5 inovatyviomis technologijomis sukurti pramoninio turizmo produktai;
- 5 iniciatyvos, skatinančios pramoninio turizmo konkurencingumą;
- 5 pramoninio turizmo produktai: ateities perspektyvos.

10 PRIORITETINIŲ PANEVĖŽIO PRAMONINIO TURIZMO PRODUKTŲ, KURIŲ PAGRINDAS – REIKALAUJANTIS STIPRIOS LYDERYSTĖS IR GLAUDAUS PARTNERIŲ BENDRADARBIAVIMO

1. **Aukštaitijos siaurasis geležinkelis.** Būtina plėsti paslaugų asortimentą ir didinti šio objekto žinomumą, kad savo istorija unikalus objektas būtų patrauklus įvairiems turistų segmentams. Teikiamos paslaugos turi atitikti dabartinius vartotojų poreikius, turėti sąsajų su Panevėžio, kaip pramonės miesto, identitetu. Šiuo tikslu būtų tikslinga bendradarbiauti su Panevėžio maisto pramonės atstovais, pristatant maisto pramonės istoriją ir dabartį, šeimų su vaikais ar jaunesnio mokyklinio amžiaus vaikų susidomėjimą galima būtų padidinti bendradarbiaujant su Panevėžio lėlių vežimo teatru ir pan. Aukštaitijos siaurasis geležinkelis – vienas svarbiausių objektų, atspindinčių Panevėžio pramoninio paveldo istoriją, todėl viešojo sektoriaus atstovų pastangos turi būti sutelktos šio objekto paslaugų kokybės gerinimui ir žinomumo didinimui, partnerystės stiprinimui su privataus sektoriaus atstovais. Vystant šį unikalų produktą, turi būti ieškoma finansavimo infrastruktūros ir paslaugų plėtrai, vystant turizmo traukos objektų pritaikymą turizmui (Gatvės menas, geležinkelio ruožai, stotys, tiltai, Cukraus fabriko pastatų kompleksas ir kt.).
2. **Stiklo magija.** Stiklo gamybos proceso stebėjimas galėtų būti viena iš įdomiausių ekskursijų Panevėžio pramonės įmonėse (AB Panevėžio stiklas). Stiklo gaminių pramonės produktas

susijęs su unikaliomis Panevėžio meno galerijomis (Panevėžio miesto dailės galerija, Meno stiklo studija „Glassremis“, Galerija „XX“), kuriančiomis meno kūrinius iš stiklo, organizuojančiomis edukacines programas, parodas ir simpoziumą „GlassJazz“. Šiuo pramoninio turizmo produktu galima būtų sudominti įvairias tikslines auditorijas (nuo vaikų iki senjorų), todėl turizmo produktą galima įvardyti kaip vieną iš prioritetinių pramoninio turizmo produktų. Turistams svarbu ne tik stebėti procesus, bet ir turėti galimybę įsigyti suvenyrų, todėl kuriant produktą ir jį pristatant vartotojams, būtina suteikti informaciją apie ekskursijas, edukacijas (stiklo, vitražų menininkai), vietas, kuriose galima įsigyti autentiškų stiklo gaminių. Viešojo sektoriaus vaidmuo – stiklo gamybos ir meninio stiklo kūrėjų partnerystės stiprinimas, žinomumo didinimas ir pozicionavimas, projektų iniciatyvos įtraukiančios jaunos kūrėjus, menininkus ir kt. (stiklo suvenyrų / kolekcijų gamyba ir pan.).

3. **Aludarių krašto sostinė.** AB „Kalnapilio-tauro“ grupė, pristatanti degustacinę programą ir organizuojanti ekskursijas, ateityje galėtų plėsti paslaugų paketą turistams, remiantis užsienio šalių pavyzdžiais (maitinimo paslaugos, modernios ekspozicijos ir pan.). Pastaruoju metu, turistinės vietovės šiuolaikinio ir modernaus miesto turistinio įvaizdžio formavimui dažnai pasitelkia gatvės meno kūrinius (Kaunas, Vilnius, Marijampolė), todėl ant „Kalnapilio“ alaus gamyklos pastato sienos esantis piešinys – žinutė, pristatanti alaus istorijos svarbą Panevėžio miestui, kurią būtina skleisti potencialiems turistams. Ateityje alaus tradicijų pristatymas galėtų išsiplėsti iki skirtingų paslaugų teikėjų bendradarbiavimo, siekiant pasiūlyti platų paslaugų asortimentą (alaus degustacijos, pvz., UAB „Panevėžio alus“, „Seklyčia prie uosio“, „Špunka“; alaus vonios „ETNO SPA“ (Romantic Boutique Hotel & SPA). Ateityje „Kalnapilio“ alaus degustacijos galėtų vykti Panevėžio miesto restoranuose, o verslas kurtų kosmetiką, reprezentuojančią Panevėžio alaus ir muilo tradicijas¹⁴.
4. **Miltai ir kepiniai kvepiantis miestas.** Malūnininkystė – viena seniausių ir svarbiausių Panevėžio miesto pramonės šakų, todėl ši pramonės šaka įdomi savo istorija (apsilankymas Panevėžio kraštotyros muziejuje), išlikusiais kultūros paveldo objektais (B. Rubinšteino malūnas, vėjo malūnai), veikiančia miltų gamybos įmone (AB „Roquette Amilina“) ir kepyklomis (UAB „Panevėžio eglė“ ir kt.). Turistams galima būtų pasiūlyti turizmo produktą, apimančią miltų gamybos istoriją, gamybos procesų stebėjimą miltų pramonės įmonėje, kepyklose, įsigyti gardžių kepinų. Ateityje galima būtų organizuoti renginius, skirtus šio

¹⁴ www.beerspa.com/en/beer-cosmetics/

produkto pristatymui (pvz., Miltų festivalis, Kalėdos su sniegu iš miltų, rekordinių kepinų kepimas ir pan.).

5. **Pieno upės.** Užsienio šalyse atlikti tyrimai rodo, kad maisto produktų gamybos procesai ir degustacijos yra itin mėgstama pramoninio turizmo mėgėjų, turistai lankosi pieno produktų gamybos įmonėse, dalyvauja ekskursijose, kurių metu stebi tiekimo grandinę: nuo ūkininko ūkio iki produkto degustacijos. Panevėžio lankytojams galima būtų sudaryti galimybes pieno produktų gamybos proceso stebėjimui ir degustacijoms (ledai, sūreliai ir kt.). Šį produktą būtų tikslinga papildyti apsilankymu Panevėžio centre įsikūrusiame „Pieno baras“. Perspektyvoje SPA centruose galima klientams pasiūlyti pieno vonias¹⁵.
6. **Lino tekstilė.** Lino pramonės ištakos Panevėžyje siejamos su žydų palikimu. Vieni turtingiausių panevėžiečių tarpukario laikotarpiu buvo Chazenai. Leizerio Bero Chazeno įmonė buvo akcinė bendrovė „L. B. Chazenas ir sūnūs“ – linų šukavimo ir pakulų apdirbimo fabrikas. Tai buvo stambiausia privati įmonė Panevėžyje (istorijos pristatymas galėtų prasidėti Panevėžio kraštotyros muziejuje). Šiandiena linų pramonę atstovauja AB „Linas“, todėl įmonės dalyvavimas ir įsitraukimas (atvirų durų dienos, edukacijos, ekskursijos) į pramoninį turizmą labai sustiprintų lino pramonės produkto patrauklumą. Turistams galima pasiūlyti apsilankyti AB Linas firminėje parduotuvėje ir kitose lino gaminių parduotuvėse (UAB „Teksdata“, D. Launikaitienės IĮ). Lino pramonės produkto pristatymui galimas ir platesnis bendradarbiavimas apjungiant Panevėžio miesto ir rajono įmones ir organizacijas (rankų darbo lininių kilimų gamintojas UAB „Pluošto linija“, Linų muziejų su edukacinėmis programomis).
7. **Muilo gamyba: istorija ir dabartis.** Panevėžio kraštotyros muziejuje galima būtų susipažinti su muilo fabriko istorija, o su muilo gamybos procesu – dabartinėje įmonėje „Naujoji Ringuva“. Kadangi šio pramonės objekto funkcinė paskirtis yra išlikusi, muilo fabrikas galėtų tapti vienu pagrindinių Panevėžio pramoninio paveldo objektų, išsaugojusių pirminę objekto funkcinę paskirtį. Vystant muilo istorijos ir gamybos procesų pristatymą turistams, galima būtų pritraukti smulkius muilo gamintojus, kurie organizuotų edukacijas (Muilo virtuvė, Saulės Mandala ir kt.).
8. **Iš pramonės žemėlapiu dingusios „Ekranos“ gamyklos, maitinusios daugelį panevėžiečių, istorija.** Kažkada kineskopų gamykla, marios, kultūros rūmai ir net futbolo klubas turėjo garbę vadintis „Ekranos“ vardais. Šiandiena ši sėkmingos pramonės įmonės etapas mena tik Ekranos marių pavadinimas. Su įmonės, kurioje dirbo per 4000 darbuotojų, istorija galima susipažinti

¹⁵ www.spavilnius.lt/lt/anyksciai/procedura/gelo-vandens-ozku-pieno-vonia-su-misko-uogomis/649

ekskursijoje buvusiame kineskopų gamyklos administracijos pastate. Pro šio pastato langus atsiveria nuostabus vaizdas į Ekrano marias, todėl lankytojams galima pasiūlyti pramogas ir pasivaikščiojimą šalia marių įrengtais pėsčiųjų takais, pasivažinėti dviračiais, praleisti laiką poilsio ir pramogų zonoje.

- 9. Pažinti pastatus galima ir kitaip: klausantis jų istorijų.** Siekiant supažindinti visuomenę su sovietinio laikotarpio architektūra, kuri apima kūrėjų laisvę, cenzūros gniaužtus, pastatų linijų išskirtinumą, tikslinga organizuoti ekskursijas ir tęsti atviros architektūros festivalį „Pastatai kalba“. Lankytojams tikslinga atverti tokius objektus kaip Panevėžio santuokų rūmai, Administracinis pastatas / buv. Informacinio skaičiavimo centras, Luminor Bank AS Lietuvos skyrius, Panevėžio klientų konsultavimo centras / buv. Lietuvos bankas, Kultūros centras „Panevėžio bendruomenių rūmai“, Juozo Miltinio dramos teatras, Panevėžio apylinkės teismas, restoranas „Žara“.
- 10. Paragauti tradicinės Panevėžio virtuvės.** Maisto tradicija – neatsiejamą vietinės kultūros dalis. Prioritetas teikiamas maitinimo įstaigoms, išlaikiusioms nepakitusį / mažai pakitusį interjerą (restoranai „Žara“, „Čičinskas“, „Pieno baras“, valgyklos) ir meniu (virtinukai, šaltibarščiai, spurgos, gira ir pan.). Atrinkus maitinimo įstaigas, sukurti produktą, kuris skatintų paragauti tradicinių Panevėžio virtuvės patiekalų.

5 RENGINIAI, SKIRTI PANEVĖŽIO PRAMONINIO TURIZMO PRODUKTŲ PRISTATYMOUI IR ŽINOMUMO DIDINIMUI

- 1. Šviesų ir meno instaliacijose atgyjantis pramonės paveldas.** LR Kultūros strategijoje pažymima, kad buvusios pramoninės erdvės paveldo objektai, stotys, parkai ir kiti objektai vis dažniau panaudojami kultūriniais renginiais. Cukraus fabriko pastatų kompleksas, Panevėžio konservų fabriko statinių kompleksas, Panevėžio mielių ir spirito fabriko pastatas – tai tik dalis išlikusių pramonės paveldo objektų Panevėžyje. Kadangi funkcinė paskirtis šiuose objektuose nėra išlikusi, kultūros paveldo objektų ir pramoninio turizmo produkto pristatymui tikslinga inicijuoti renginius. Remiantis sėkmės pavyzdžiais užsienyje (Zollverein gamykla Vokietijoje) ir Lietuvoje, keliautojų susidomėjimo sulaukia šviesų festivaliai, todėl Panevėžio pramonės paveldo ir pramoninio turizmo pristatymui tikslinga organizuoti Šviesų festivalį (pvz., Kalėdų laikotarpiu), kuris didintų Panevėžio, kaip pramonės turizmo vietovės, žinomumą ir spręstų turizmo sezoniškumo problemą.

2. **Tarptautinis meninio stiklo simpoziumas „GlassJazz“.** Uniklus, tačiau turizmo bendruomenėje kol kas mažai žinomas renginys, turi didžiulį turistinį potencialą. Galima būtų išplėsti renginio formatą, pakviečiant džiaz muzikos gerbėjus pasiklausyti ryškiausių Lietuvos ir užsienio džiaz žvaigždžių; organizuojant ekskursijas ir edukacijas pramonės objektuose.
3. **Meno festivaliai pramonės objektų erdvėse.** Menininkai reaguoja į šiuolaikinį pasaulį, perduoda savo idėjas per viešąsias erdves, eksperimentuoja, rengia performansus ir keičia miestų veidą. Lietuvoje organizuojami meno festivaliai (pvz., „Vilnius Street Art“, Kauno „Nykoka“, „Edit Klaipėda“, Marijampolės „Malonny“). Panevėžio išskirtinumu galėtų tapti pramonės istoriją iliustruojantis gatvės menas („Kalnapilio“ pavyzdžiu), kurį ateityje galima būtų apjungti į maršrutą. Turistams pristatant pramoninį turizmą, piešiniai ant pastatų būtų tarsi knygos iliustracijos.
4. **Meninės instaliacijos senamiesčio viešosiose erdvėse.** Kurti turizmui patrauklaus senamiesčio įvaizdį (pvz., vasaros metu), galima būtų pasitelkti ir bendradarbiauti su menininkų bendruomene, skatinant meniško miesto kūrimo ir meninių instaliacijų atsiradimo atvirose erdvėse idėją (pramoninio turizmo tema). Meninės instaliacijos yra fotogeniškos ir populiarios socialiniuose tinkluose, ypatingai „Instagram“ ir formuoja šiuolaikiško miesto įvaizdį.
5. **Pramoninio turizmo dienos.** Pramoninio turizmo galimybių pristatymas (keramikų dienos, aludarių dienos, tekstilės dienos ar pan.). Gali vykti parodomosios gamybos dienos, kada fabriko teritorija vienai dienai atveriamą lankymui.

5 INOVATYVIOMIS TECHNOLOGIJOMIS SUKURTI

PRAMONINIO TURIZMO PRODUKTAI

1. **(Ne)matomi pramonės architektūros ženklai, menantys pramonės šurmulį.** Audiogidas galėtų kviešti išklausyti Panevėžio pramoninio turizmo pristatymą ir turistus pramonės pristatymą patirti garsiniu būdu. Klausydami audiogido, klausytojai gautų skirtingas patirtis: išklausytą pramonės istoriją, miesto gyventojų patirtis, o gamybos procesus iliustruotų skirtingi garsai (siauruko lokomotyvas, siuvyklos ir kiti gamybos procesai).
2. **Pramoninio turizmo skaitmeninis virsmas.** Pramoninio turizmo pristatymui (buvusioms ir veikiančioms pramonėms įmonėms) tikslinga sukurti virtualaus gido mobiliąją aplikaciją (su maršruto planavimo ir GPS funkcijomis). Sudaryta galimybė pačiam kurti maršrutą ir gauti

visą su keliavimu susijusią informaciją. Taip kuriamas kokybiškas turinys, kuris šiuolaikinėmis technologijomis pateikiamas lankytojiui.

3. **Papildyta realybė** – tai realaus pasaulio atvaizdavimas praturtinant jį kompiuterio pagalba sukurta informacija. Šios technologijos ir elektroninio prietaiso dėka realioje aplinkoje esantys objektai realiu laiku gali būti praturtinti įvairiais papildomais atributais. Panevėžio mieste esantys pramonės paveldo ir kiti lankytini objektai būtų pristatomi tekstais, audio pasakojimais ir išskirtinėmis fotografijomis. Šie objektai būtų sudėlioti į teminius (pvz., pramonės paveldas, žydų paveldas ir pan.) maršrutus. Turistas viską turi rasti ir svetainėje, ir programėlėje, kurioje papildytos realybės kameros pagalba keliautojas galėtų pamatyti, kaip istoriniai objektai atrodė tuomet, kai buvo pastatyti. Programėlėje taip pat galima sudaryti galimybę dalintis nuotraukomis, įspūdžiais iš lankomų objektų, rašyti atsiliepimus.
4. **Interaktyvūs žaidimai**. Visame pasaulyje vyksta tradicinės pramonės ir technologinių inovacijų sinergijos procesai. Edukaciniais žaidimais¹⁶, skirtais vaikų ir jaunimo segmentui būtų pabrėžiama Panevėžio kaip pramoninio turizmo miesto specifika. Žaidimai gali būti skirti virtualiam arba gyvam įsitraukimui (pvz. kasmetinis „lobių ieškojimo“ arba taip vadinamas geocaching žaidimas – konkursas, kuriame naudojamos šiuolaikinės orientavimosi technologijos, pvz. GPS).
5. **Interaktyvūs turizmo stendai**. Interaktyviuose stenduose sužymimi lankomi objektai, turistiniai maršrutai, nuorodos, kaip pasiekti kiekvieną lankomą objektą ar turistinio maršruto pradžios tašką. Be to, turi būti sudaryta galimybė šias nuorodas atsisiųsti ir į mobiliųjų įrenginį. Informaciją būtina pritaikyti ne tik Lietuvos, bet ir užsienio šalių turistams, taip pat žmonėms su specialiaisiais poreikiais. Turistams gali būti sudaryta galimybė iš interaktyvaus stendo pasiskambinti į turizmo informacijos centrą.

5 INICIATYVOS, SKATINANČIOS PRAMONINIO TURIZMO KONKURENCINGUMĄ

1. **Nacionalinio lygmens pramoninio turizmo produktas** – prisiimti lyderystę nacionaliniu lygiu formuojant pramoninio turizmo produktą ir bendradarbiauti su nacionaline turizmo skatinimo agentūra „Keliauk Lietuvoje“ pristatant pramoninio turizmo produktą Lietuvoje. Galimi partneriai – pramonės paveldas ir veikiančios įmonės Šiauliuose, Kaune, Vilniuje, Utenoje, Klaipėdoje.

¹⁶ <https://tarpukarioarchitektura.lt/zaidimai/>

2. **Paslaugų paketas kelionių organizatoriams** – atrinkti patraukliausius Panevėžio miesto pramoninio turizmo objektus (Aukštaitijos siaurasis geležinkelis, viešbutis „Romantic“, stiklo menininkai, ekskursija alaus gamykloje) ir sudaryti 2-3 dienų kelionės paketą, skirtą atvykstamojo turizmo kelionių organizatoriams.
3. **Kultūros keliai** – parengti pramoninio paveldo objektų paraiškas ir pateikti Europos kultūros kelių institutui, įsijungiant į Europos kultūros kelių instituto sertifikuotus tarptautinius kultūros kelius, apimančius pramonės paveldą.
4. **Gidų mokymai ir paslaugos** – bendradarbiaujant su Panevėžio kolegija parengti profesionalius gidus, kurie vestų ekskursijas pramoninio turizmo tema, ir sukurti galimybes rezervuoti gidų paslaugas internete (integruoti į sukurtas skaitmenines technologijas).
5. **„Meet a local“** iniciatyva, kurioje dalyvautų savanoriai. Iniciatyvos tikslas – parodyti Panevėžio gyventojų svetingumą. Savanoriai susitikimo metu su turistais lanko skirtingas pramoninio turizmo vietas arba susitinka puodeliui kavos.

5 PRAMONINIO TURIZMO PRODUKTAI:

ATEITIES PERSPEKTYVOS

1. **Šaltojo karo laikų slėptuvės.** Nacionalinės turizmo skatinimo agentūros „Keliauk Lietuvoje“ duomenimis, Šaltojo karo turizmas turi didelį potencialą. Lietuvos turistai dažnai ieško nestandartinių, retų, netgi bauginančių patirčių ir per tokias veiklas susipažįsta su istorija. Šaltojo karo metais Aukštaitijos sostinės požemiuose pastatyta daugiau nei keturios dešimtys slėptuvių apsaugoti nuo branduolinio ginklo. Jose – viskas, ko reikia išgyventi: dujokaukės, telefono ryšys, generatoriai, dyzelino talpyklos, poilsio kambariai su lovomis, spintomis ir patalyne jose, su lentynomis maisto produktams sandėliuoti. Slėptuves požemiuose turi keletas veikiančių pramonės įmonių („Lietkabelis“, „Specagra“, „Metalistas“, „Linas“, „Panevėžio stiklas“, „Panevėžio energija“, „Aukštaitijos vandenys“), buvusios pramonės įmonės („Trikotažo gamykla“, „Ekranas“) ir institucijos (Panevėžio apskrities viršininko administracija, slėptuvė Sietyno gatvėje, priklausanti Savivaldybei ir Priešgaisrinei gelbėjimo valdybai). Jei būtų suinteresuotų įmonių ir įstaigų, su slėptuvėse išlikusia pirmine išvaizda, būtų galima inicijuoti projektą, skirtą priimti smalsius lankytojus. Ateityje galima būtų bendradarbiauti su Panevėžio rajono traukos objektais (Idėjų parkas-bunkeris ir kt.).
2. **Pramonės parkas.** Tematinio pramoninio turizmo parko sukūrimas, organizuojant kūrybinių idėjų konkursą.

3. **Pramonės istoriją ir šiuolaikiškas pramonės įmones reprezentuojantis modernus muziejus** su interaktyviomis ekspozicijomis, meno galerijoms skirtomis erdvėmis, maitinimo paslaugomis, knygynu, renginių ir konferencijų erdvėmis.
4. **Interaktyvių erdvių įrengimas veikiančiose pramonės įmonėse.** Skatinti veikiančias įmones dalyvauti pramoninio turizmo plėtroje, įrengiant modernias ekspozicijas.
5. **Apžvalgos aikštelių įrengimas ir/ar esamų vietų pritaikymas turizmui.**

6. PASIŪLYMAI RINKODARAI IR KOMUNIKACIJAI

VIZIJA

- **PANEVĖŽYS – PATRAUKLI PRAMONINIO TURIZMO VIETOVĖ**

TIKSLAI

- **PRITRAUKTI DIDESNIUS VIETINIO IR ATVYKSTAMOJO TURIZMO SRAUTUS**
- **GERINTI PANEVĖŽIO TURIZMO ĮVAIZDĮ**

UŽDAVINIAI

- **VYSTYTI PRAMONINIO TURIZMO PRODUKTUS**
- **SKATINTI PARTNERYSTĘ IR BENDRADARBIAVIMĄ**
- **KURTI PANEVĖŽIO TURIZMO ĮVAIZDĮ IR ĮGYVENDINTI RINKODAROS PRIEMONES**

	Uždaviniai ir priemonės	Metai	Rodiklis
1.	PRAMONINIO TURIZMO PRODUKTŲ VYSTYMAS	2021–2025	
1.1.	Didinti pramoninio turizmo produktų pasiūlą, pritraukiant veikiančias pramonės įmones ir kitus suinteresuotus dalyvius (meno galerijas, menininkus ir pan.)	2021–2025	Ne mažiau kaip 3 pramoninio turizmo produktai
1.2.	Didinti pramoninio turizmo tarptautiškumą ir dalyvauti Europos kultūros kelių programose, skatinančiose pramoninio paveldo turizmą	2022	Ne mažiau kaip 2 pramonės paveldo objektai
1.3.	Organizuoti svetingumo mokymus turizmo paslaugų teikėjams ir pramonės įmonėms	2021–2022	Ne mažiau kaip 2 mokymai Ne mažiau kaip 40 dalyvių
1.4.	Renginių, įraukiančių pramonės atstovus, gyventojus ir turistus, organizavimas	2021–2025	Kasmet ne mažiau kaip po 1 renginį
1.5.	Vykdyti turistų pasitenkinimo tyrimus	2022 2024	2 rinkos tyrimai
2.	PARTNERYSTĖS IR BENDRADARBIAVIMO PRAMONINIO TURIZMO SRITYJE SKATINIMAS	2021–2025	
2.1.	Skatinti pramoninio turizmo dalyvių (pramonės įmonės, pramoninio kultūros paveldo objektai, meno galerijos, kelionių	2021–2022	Ne mažiau kaip 20 klasterio dalyvių

	organizatoriai, gidai ir pan.) tinklaveiką ir inicijuoti klasterio, kurio pagrindinis tikslas būtų susijęs su pramoninio turizmo produkto komercializavimu, įkūrimą		
2.2.	Bendradarbiauti su švietimo įstaigomis, ruošiančiomis gidus	2021–2025	Ne mažiau kaip 10 gidų, vedančių ekskursijas pramoninio turizmo temomis
3.	PANEVĖŽIO TURIZMO ĮVAIZDŽIO KŪRIMAS IR RINKODAROS PRIEMONIŲ ĮGYVENDINIMAS	2021–2025	
3.1.	Sukurti Panevėžio pramoninio turizmo įvaizdį	2021	1 prekės ženklas 1 šūkis
3.2.	Pristatyti pramoninį turizmą parodose Lietuvoje ir Latvijoje	2021–2025	2 parodos kasmet
3.3.	Sukurti ir išleisti leidinius apie pramoninį turizmą Panevėžio mieste	2021 2023	1 įvaizdinis leidinys 1 maršrutų žemėlapis
3.4.	Supažindinti Lietuvos, Latvijos ir Estijos žiniasklaidos atstovus su pramoninio turizmo produktais	2021–2025	Ne mažiau kaip 3 pažintiniai turai
3.5.	Supažindinti Lietuvos kelionių organizatorius su pramoninio turizmo produktais	2022–2025	Ne mažiau kaip 2 pažintiniai turai
3.6.	Sukurti papildytos realybės vaizdo klipus pramoninio kultūros paveldo pristatymui ir pristatyti jaunosios kartos atstovams	2023	Ne mažiau kaip trijų pramoninio paveldo objektų pristatymai
3.7.	Sukurti audiogidus, skirtus individualiai keliaujantiems turistams	2021	2 audiogidai
3.8.	Įrengti interaktyvius informacinius stendus	2022–2025	3 stendai
3.9.	Sukurti įvaizdinį vaizdo klipą, pristatantį pramoninio turizmo produktus	2021	1 vaizdo klipas
3.10.	Vykdyti komunikaciją socialiniuose tinkluose (Facebook, Instagram), bendradarbiaujant su Lietuvos, Latvijos ir Estijos nuomonės formuotojais kelionių srityje	2021–2025	Komunikacija socialiniuose tinkluose nuolat (naudojant pramoninio turizmo ženklą ir stilistiką) 3 reklamos kampanijos su nuomonės formuotojais
3.11.	Sukurti ir išpopuliarinti interaktyvų žaidimą, reprezentuojantį pramoninį turizmą Panevėžio mieste, ir skirtą jauniems keliautojams ir šeimoms su vaikais	2022–2024	1 interaktyvus žaidimas ir reklamos kampanija

Pirmasis uždavinys „Vystyti pramoninio turizmo produktus“ susijęs su pramoninio turizmo produktų pasiūlos didinimu. Pramoninio turizmo produktai turi atitikti šiuolaikinius vartotojų poreikius ir Vakarų Europos valstybėse vyraujančias pramoninio turizmo tendencijas. Labiausiai lankomi tie pramonės objektai, kuriuose galima ne tik stebėti gamybos procesą, dalyvauti degustacijos, edukacinėse programose ir ekskursijose su gidais, bet ir teikiama papildomų paslaugų (siūlomas maitinimas, teikiama informacija, veikia knygynai, prekiaujama suvenyrais ir kita),

organizuojamos parodos, konferencijos ir vyksta kultūriniai renginiai. Vystant pramoninio turizmo produktus turi būti skatinamas vartotojų įsitraukimas, užtikrinama paslaugų įvairovė ir kompleksiskumas. Sukurti pramoninio turizmo produktai turi formuoti Panevėžio turistinį identitetą ir didinti miesto turistinį patrauklumą. Pramoninio turizmo pristatymui turi būti pasitelkiamos įvairios priemonės, nuo išskirtinių kultūrinių renginių (pavyzdžiui, Šviesų festivalis, atvirų durų dienos pramonės įmonėse) iki inovatyvių sprendimų pramoninio kultūros paveldo pristatymui.

Lietuva per mažai naudoja galimybes, kurias galėtų suteikti dalyvavimas tarptautinėse kultūros kelių programose, pirmiausia tose, kurios sertifikuotos ar siekia būti sertifikuotos Europos kultūros kelių instituto. Įsijungimas į Europos kultūros kelių tinklą didintų kitų Europos valstybių gyventojų susidomėjimą Panevėžio pramonės istorija ir paveldu (Aukštaitijos siaurasis geležinkelis, alaus daryklos, muilo fabrikas ir kt.).

Pramonės įmonių, apgyvendinimo, maitinimo įstaigų ir gidų svetingumas – vienas svarbiausių kriterijų, kuriais turistai vertina aplankytą miestą. Siekiant kurti draugišką turistams Panevėžio miestą ir kuo geresnę patirtį lankytojams, tikslinga organizuoti mokymus turizmo paslaugų teikėjams ir pramonės įmonėms.

Įvairūs turizmo tyrimai rodo, kad dažniausi miesto trūkumai, turistų akimis, siejami su nepakankama veiklų ar užsiėmimų, kultūrinių renginių įvairove, vangiu naktiniu gyvenimu, todėl siekiant išpopuliarinti Panevėžio pramoninio turizmo žinomumą ir sudominti pramonės įmones įsitraukti į pramoninio turizmo produktų kūrimą, galėtų būti organizuojami didelio susidomėjimo sulaukiantys festivaliai (pavyzdžiui, Šviesų festivalis, gatvės meno kūrybinis simpoziumas ar panašios iniciatyvos). Pirmasis žingsnis įgyvendinant bendrą pramoninio turizmo strategiją galėtų būti bendro renginio organizavimas kaip („World Port Days in Rotterdam“, „Expedition Colonia“, „Made in Angers“ ir „Made in Torino“). Toks renginys suteiktų papildomų pajamų Panevėžio miestui, gerintų pramonės įmonių ir Panevėžio miesto įvaizdį.

Planuojant turizmo skatinimo veiklas svarbu jas pagrįsti ne tik nuolatine turizmo statistinės informacijos analize, bet ir turistų patirtimi. Panevėžyje apsilankiusių turistų patirties vertinimas ir jo palyginimas tarptautiniame kontekste – vienas iš pagrindinių vykdomos turizmo skatinimo veiklos indikatorių. Remiantis turistų apklausų rezultatais, turėtų būti identifikuojamos stipriosios Panevėžio, kaip pramoninio turizmo krypties, pusės, išgryninamos tobulintinos sritys, sekama šių vertinimų dinamika. Gautos išvados padėtų planuoti pramoninio turizmo veiklą ir pramoninio turizmo produktų turinį, prioritetus bei apimtis.

Antrasis uždavinys „*Partnerystės ir bendradarbiavimo pramoninio turizmo srityje skatinimas*“ yra susijęs su viešojo ir privataus sektoriaus bendradarbiavimu pramoninio turizmo produktų komercializavimo srityje. Svarbus žingsnis – specialios organizacijos, kuri veiktų klasterio principu, sukūrimas. Tokia organizacija turėtų skatinti savo narius kurti bendrus pramoninio turizmo produktus, gerinti turizmo paslaugų (pvz., ekskursijų) kokybę bei skatinti pramoninio turizmo pasiūlą. Mažos ir vidutinės įmonės yra pažeidžiamos dėl atskirties (izoliacijos), tad joms reikalingi partneriai ir tinklai. Jėgų sutelkimas šiandien tapo norma, įmonės priklauso tinklams, klasteriams, koncentruoja veiklas ir mažina riziką, siekdamos konkurencinių pranašumų iš veiklos sinergijos. Turizmo versle inovacijas diegti dažniausiai trukdo vyraujančios mažos įmonės, nepakankama darbuotojų kvalifikacija ir motyvacija, neišplėtotas bendradarbiavimas su institucijomis, nepakankamai išplėtoti tinklai ir klasteriai, todėl pramoninio turizmo klasterio kūrimas Panevėžyje, padėtų spręsti problemas ir kylančius iššūkius. Ateityje galima būtų skatinti pramonės įmones integruoti pramoninį turizmą į verslo plėtrą mikro ir makro lygiu. Mikrolygiu reiškia, kad įmonės pritaikys savo erdves lankytojams (ekspozicijos, edukacijos, meno instaliacijos), organizuos arba prisidės prie renginių (parodų, festivalių ir pan.). Makrolygiu reiškia, kad viešasis sektorius vystys su pramoniniu turizmu susijusią infrastruktūrą ir traukos objektus, skatins pramonės įmones įsitraukti į pramoninio turizmo vystymą ir durų atvėrimą lankytojams.

Gidų kursų dalyviai įgyja ekskursijų rengimui ir vedimui būtinų žinių, gebėjimų (pavyzdžiui, ekskursijų rengimo ir vedimo metodikos, retorikos, profesinės etikos, bendravimo, psichologijos, istorijos, geografijos ir kita). Labai svarbu, kad įgydami gidams būtinas kompetencijas, jie būtų susipažindinti su Panevėžio turizmo galimybėmis, pramoninio turizmo potencialu ir gebėtų vesti ekskursijas pramoninio turizmo tema.

Trečiasis uždavinys „*Efektyvių rinkodaros priemonių įgyvendinimas*“ susijęs su tradicinėmis (parodos, leidiniai, pažintiniai turai) ir skaitmeninėmis rinkodaros priemonėmis. Virtualios ir papildytos realybės technologijos ir išaugęs mobiliųjų technologijų naudojimas, lemia drastišką turizmo pramonės transformaciją. Virtualios / papildytos realybės technologijų pagalba galima nusikelti į praeitį ir keliauti iki dabartinių laikų. Socialiniai tinklai turi būti naudojami kaip klientų aptarnavimo platforma. Tam pasitelkiama *Storytelling* technika, kuomet informacija pateikiama keliautojo akimis. Vienas pagrindinių vaizdo klipo tikslų – sužadinti norą aplankyti turistinę vietovę. Kokybiškas vaizdo klipas gali tapti virusiniu (angl. *viral*) ir pritraukti daugiau

turistų. Norint paskatinti potencialius turistus naudotis turizmo informacijos svetaine, būtina tapti kiek įmanoma geriau randamais Google paieškoje ir pan.

LITERATŪROS SĄRAŠAS

1. Armakauskaitė, E. (2016). Individualus magistrantūros teorinis darbas „Panevėžio miesto pramoninės architektūros restauracija, išsaugojimas ir pritaikymas visuomenei“.
2. Bujok, P., Klempa, M., Jelinek, J., Porzer, M., Rodriges Gonzalez, M. A. G. (2015). Industrial tourism in the context of the industrial heritage. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 1(15), 81–93.
3. Chikurova, T., Oshkordina, A. (2019). Industrial Tourism as a Factor in the Development of a City and Region. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 392, 569–572.
4. Drėmaitė, M. (2007). Pramonės paveldo panaudos ir pritaikymo būdai. Pramonės paveldo panauda šiandienos poreikiams: gerosios patirties analizė, 28–66.
5. Frew, E. A. (2015). Industrial tourism theory and implemented strategies. In *Advances in Culture, Tourism and Hospitality Research*, 27–42.
6. Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., Koo, C. (2015). Smart tourism: foundations and developments. *Electronic Markets*, 25(3), 179–188.
7. Morrison, M. A. (2019). *Marketing and managing tourism destinations* (2nd Ed). Abingdon, Oxon: Routledge.
8. Moscardo, G. (2017). Exploring mindfulness and stories in tourist experiences. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 11(2), 111–124.
9. Otgaar (2012). Towards a common agenda for the development of industrial tourism. *Tourism Management Perspectives*, 4, 86–91.
10. Otgaar, A. (2010). *Industrial tourism: Where the public meets the private*. Rotterdam: ERIM, Erasmus University.
11. Otgaar, A., Berger, C., Feng, R., Van den Berg, L. (2010). *Industrial tourism: Opportunities for city and enterprise*. Aldershot: Ashgate.
12. Stratton M. (2000). *Industrial Buildings. Conservation and Regeneration*, E&FN Spon, London, 2000, p. 27.
13. Szromek, A. R., Herman, K. (2019). A Business Creation in Post-Industrial Tourism Objects: Case of the Industrial Monuments Route. *Sustainability*, 11, 1–17.
14. Apklausą „Pramoninio turizmo inicijavimas ir vystymas Panevėžyje“ (2020).
15. Turizmo sektoriaus analizė bei strateginės plėtros kryptys galimybių studija (2019). Interneto nuoroda: <https://eimin.lrv.lt/uploads/eimin/documents/files/Turizmo%20sektoriaus%20analiz%C4%97%20bei%20strategin%C4%97s%20pl%C4%97tros%20kryptys.pdf>
16. UNWTO (2016). *Terminology within Destination Management and Quality*. Interneto nuoroda: <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/terminologydm.pdf>.

PRIEDAI

1 lentelė. Didžiausios Panevėžio mieste veikiančios įmonės

Eil.Nr.	Bendrovė	Pagrindinė veikla
1.	AB Linas Agro	Agroverslo įmonės kontroliuojančioji bendrovė
2.	AB Roquette Amilina	Krakmolo, jo produktų gamyba
3.	UAB Schmitz Cargobull Baltic	Kėbulų, priekabų ir puspriekabių gamyba
4.	AB Panevėžio statybos trestas	Statyba
5.	AB Kalnapilio-tauro grupė	Alaus, sidro, gaiviųjų gėrimų gamyba
6.	AB Panevėžio keliai	Kelių, tiltų statyba ir remontas
7.	AB Panevėžio energija	Elektros ir šilumos gamyba, tiekimas
8.	UAB Viking Malt	Salyklo gamyba
9.	UAB AQ Wiring Systems	Automobilių elektromechaninių sistemų gamyba
10.	UAB Elektrokomplektas	Elektros laidų, šviestuvų prekyba
11.	UAB Alvas ir Ko	Maisto prekių didmeninė prekyba
12.	UAB Naftėnas	Naftos produktų didmeninė prekyba
13.	AB Lietkabelis	Elektronikos bei elektros laidų ir kabelių gamyba
14.	UAB Specagra	Žemės ūkio technikos, dalių prekyba
15.	UAB PKC Group Lithuania	Elektromechaninių sistemų gamyba
16.	UAB Vestey Foods Baltics	Maisto produktų prekyba
17.	UAB TETAS	Statyba (elektros ir telekomunikacijos tinklų)
18.	UAB Multimedia	Baldų gamyba
19.	UAB Devold	Trikotažo gamyba
20.	UAB Litforina	Medienos didmeninė prekyba
21.	AB Linas	Tekstilės gaminių gamyba
22.	UAB Jungtinis tiekimas	Statybinių medžiagų didmeninė prekyba
23.	AB Panevėžio stiklas	Stiklo gamyba
24.	UAB Jaukurai	Šildymo, santechnikos, inžinerinių tinklų įranga
25.	UAB Norac	Vonios kambarių, durų, panelių laivams gamyba
26.	UAB Adax	Elektrinių radiatorių gamyba
27.	UAB Panevėžio Aurida	Autokompresorių gamyba, aliuminio liejimas, metalo mechaninis ir terminimis apdirbimas
28.	Lipeikio IĮ Egzotika	Padangų prekyba. Transportas
29.	UAB Stigma	Plastikiniai, gumos gaminiai
30.	UAB Refra	Šaldymo agregatų (įrangos) gamyba
31.	AB Lėvu	Mažmeninė prekyba
32.	UAB Serpantinas	Suvirinimo, vėdinimo, kt. įrangos prekyba
33.	UAB Automatikos sistemos	Elektros paskirstymo ir valdymo įrangos gamyba
34.	UAB Panevėžio lytagra	Žemės ūkio technika, statybinės medžiagos
35.	UAB Hjellegjerde Baltija	Kėdžių ir sėdimųjų baldų gamyba
36.	VĮ Panevėžio regiono keliai	Statyba (kelių taisymas ir priežiūra)
37.	UAB Aukštaitijos vandenys	Vandens surinkimas, valymas ir tiekimas
38.	UAB Kelias	Prekyba, transportas, statyba
39.	UAB Kriautė	Pastatų remontas, rekonstravimas

www.panevezys.lt/lt/verslininkams/didziausios-imonės.html

Galimybių studija paruošta įgyvendinant Panevėžio miesto savivaldybės finansuojamą turizmo skatinimo projektą
„Pramoninio turizmo inicijavimas ir vystymas Panevėžyje“.



**PANEVĖŽIO
MIESTO
SAVIVALDYBĖ**