

KLAIPĖDOS UNIVERSITETAS

Sveikatos mokslų fakultetas

Sporto, rekreacijos ir turizmo katedra

DOVILĖ TRANAUSKAITĖ

**BRANDUOLINIO TURIZMO PLĖTROS GALIMYBĖS
LIETUVOJE**

Magistro baigiamasis darbas

Vadovas:

Prof. dr. Diana Šaparnienė

Klaipėda, 2020

MAGISTRO BAIGIAMOJO DARBO LYDRAŠTIS

Dovilė Tranauskaitė

(bakalauro baigiamojo darbo autoriaus vardas, pavardė)

Branduolinio turizmo plėtros galimybės Lietuvoje

(bakalauro baigiamojo darbo pavadinimas lietuvių kalba)

Patvirtinu, kad magistro baigiamasis darbas parašytas savarankiškai, nepažeidžiant kitiems asmenims priklausančių autorių teisių, visas baigiamasis bakalauro darbas ar jo dalis nebuvo panaudotas Klaipėdos universitete ir kitose aukštosiose mokyklose.

.....
(bakalauro baigiamojo darbo autoriaus vardas, pavardė ir parašas)

Sutinku, kad magistro baigiamasis darbas būtų naudojamas neatlygintinai 5 m. Klaipėdos universiteto studijų procese.

.....
(bakalauro baigiamojo darbo autoriaus vardas, pavardė ir parašas)

Magistro baigiamąjį darbą ginti

(įrašyti – leidžiu arba neleidžiu)

.....
(data)

.....
(bakalauro baigiamojo darbo vadovo vardas, pavardė ir parašas)

Baigiamasis darbas įregistruotas katedroje

(data)

2020 06 08

61Sv-B-BD-SRT-Eil.Nr.

(registracijos Nr.)

Vilija Lazarevičiūtė

(katedros sekretorės vardas, pavardė ir parašas)

Magistro baigiamąjį darbą ginti

(įrašyti – leidžiu arba neleidžiu)

2020 06 08

(data)

prof. dr. Asta Šarkauskienė

(katedros vedėjo vardas, pavardė ir parašas)

Recenzentu(-ais) skiriu

.....
(įrašyti recenzento(u) vardą, pavardę)

2020 06 08

(data)

prof. dr. Asta Šarkauskienė

(katedros vedėjo vardas, pavardė ir parašas)

Dovilė Tranauskaitė. Branduolinio turizmo plėtros galimybės Lietuvoje. Magistro baigiamasis darbas / vadovas prof. dr. Diana Šaparnienė; Klaipėdos universitetas, Sveikatos mokslų fakultetas. Studijų krypčių grupė, studijų kryptis: Verslas ir viešoji vadyba, Turizmas ir poilsis, socialiniai mokslai.

Reikšminiai žodžiai: branduolinis turizmas, turizmo plėtra, lankytini objektai.

Klaipėda, 2020. p.84

SANTRAUKA

Baigiamajame magistro darbe branduolinio turizmo plėtros galimybės Lietuvoje dėl temos naujumo nagrinėjamos tiek Lietuvos, tiek kitų šalių pavyzdžiu. Darbe konceptualizuojama mažai Lietuvos akademinėje erdvėje tirta branduolinio turizmo sąvoka, pristatoma visuomenėje diskusijas keliantys aspektai ir populiarėjimo prielaidos. Nustatyta, kad branduolinis turizmas – objektų susijusių branduoline energetika, branduoliniais ginklais ir šaltuoju karu lankymas. Darbe pateikiami žinomiausių branduolinių objektų Černobylio, Hirošimos, Naujosios Meksikos turizmo plėtros pavyzdžiai. Magistro baigiamajame darbe sprendžiamas klausimas, reikalaujantis tyrimo, kuriuo grindžiant būtų galima spręsti apie branduolinio turizmo plėtros galimybes Lietuvoje.

Darbo objektas: branduolinio turizmo plėtra Lietuvoje.

Darbo tikslas – ištirti branduolinio turizmo plėtros galimybes Lietuvoje. Tyrimo rezultatai galėtų reikšmingai prisidėti atkreipiant turizmo politikos formuotojų ir įgyvendintojų dėmesį į pakankamai naują nišinio turizmo – branduolinio turizmo – plėtros poreikį ir galimybes.

Pirmojoje darbo dalyje teoriškai konceptualizuojamas branduolinis turizmas ir jo plėtra, aptariant mokslinėje literatūroje pateikiamus tyrimus. Antrojoje dalyje pagrindžiama branduolinio turizmo plėtros galimybių tyrimo metodologija. Trečioje dalyje yra pristatomi atlikto kiekybinio ir kokybinio tyrimo rezultatai. Darbo tikslui ir uždaviniams atskleisti buvo naudoti mokslinės literatūros analizės, pusiau struktūruoto interviu ir atsiliepimų turinio kiekybinė analizė.

Tyrimas parodė, kad Lietuvoje susidomėjimas branduoliniu turizmu auga, tačiau šis turizmas nėra priskiriamas prie prioritetinių turizmo šakų, jam nėra skiriamas didesnis dėmesys. Remiantis atliktu tyrimu nustatyta, kad Lietuvoje branduolinio turizmo plėtra galima, įtraukiant vietas ir nacionalinius suinteresuotuosius subjektus, skatinant ir suteikiant galimybes privačiam sektoriui rūpintis branduolinio turizmo objektais. Investicijos ir dėmesys turizmo plėtrai turėtų būtų nukreiptas šaltojo karo laikotarpio objektų, IAE kryptimis kartu kuriant edukacinius užsiėmimus, teminius maršrutus kartu išlaikant aukštą paslaugų kokybę.

Dovilė Tranauskaitė. Possibilities of nuclear tourism development in Lithuania. Master's thesis in Management / supervisor assoc. prof. dr. Diana Šaparnienė. Faculty of Health Sciences, Klaipėda University.

Group of study fields, field of study: Business and Public Management, Tourism and Recreation, Social Sciences.

Keywords: nuclear tourism, tourism development, tourist attractions

Klaipėda, 2020. 84 p.

SUMMARY

In the final master's thesis, the possibilities of nuclear tourism development in Lithuania due to the novelty of the topic are analyzed by the example of both Lithuania and other countries. The paper conceptualizes the concept of nuclear tourism, which has been little studied in the Lithuanian academic space, and presents aspects that cause discussion in society and assumptions of popularity. Nuclear tourism has been identified as a visit to facilities related to nuclear energy, nuclear weapons and the Cold War. The paper presents examples of the most famous nuclear facilities in Chernobyl, Hiroshima, New Mexico tourism development. The master's thesis solves an issue that requires research, on the basis of which it would be possible to decide about the possibilities of nuclear tourism development in Lithuania.

The object of the work - development of nuclear tourism in Lithuania.

The aim of the research - to study the possibilities of nuclear tourism development in Lithuania. The results of the research could significantly contribute to drawing the attention of the creators and implementers of tourism to the relatively new need and opportunities for the development of niche tourism - nuclear tourism.

In the first part of the work, nuclear tourism and its development are theoretically conceptualized by discussing the research presented in the scientific literature. The second part substantiates the research methodology of nuclear tourism development opportunities. The third part presents the results of the quantitative and qualitative research. Quantitative analysis of the content of scientific literature, semi-structured interviews and feedback was used to reveal the purpose and objectives of the work.

The research showed that the interest in nuclear tourism in Lithuania is growing, but this tourism is not one of the priority branches of tourism, it is not given more attention. Based on the research, it has been established that the development of nuclear tourism in Lithuania is possible by involving local and national stakeholders, promoting and providing opportunities for the private sector to take care of nuclear tourism facilities. Investments and attention to the development of

tourism should be directed to the objects of the Cold War period, in the direction of the Ignalina nuclear power plant, together with the development of educational activities, thematic routes while maintaining a high quality of services.

TURINYS

Įvadas	9
1. BRANDUOLINIS TURIZMAS IR JO PLĖTRA: TEORINĖ KONCEPTUALIZACIJA....	14
1.1 Branduolinio turizmo samprata	14
1.2 Branduolinio turizmo vieta turizmo plėtros kontekste	26
1.3 Branduolinio turizmo struktūra	31
1.4 Branduolinio turizmo plėtra užsienio šalyse	33
1.5 Branduolinio turizmo, kaip nišinio turizmo plėtros politika Lietuvoje.....	37
1.6 Branduolinio turizmo plėtros teorinė operacionalizacija	44
2. BRANDUOLINIO TURIZMO PLĖTROS GALIMYBIŲ TYRIMO METODOLOGIJA.....	46
2.1 Tyrimo strategija, metodai ir organizavimas	46
2.2 Tyrimo instrumento pagrindimas	50
2.3 Tyrimo etika	51
3. BRANDUOLINIO TURIZMO PLĖTROS GALIMYBIŲ TYRIMO REZULTATAI.....	53
3.1 Branduolinio turizmo objektų raiška Lietuvoje	53
3.2 Branduolinio turizmo plėtra: objektų vertinimas turistų požiūriu.....	57
3.3 Branduolinio turizmo plėtros galimybės: informantų nuomonės raiška.....	62
3.4 Branduolinio turizmo plėtros kryptys	72
4. DISKUSIJA	74
IŠVADOS IR REKOMENDACIJOS	75
NAUDOTA LITERATŪRA.....	77
PRIEDAI.....	86

PAVEIKSLŲ SĄRAŠAS

1 pav. Traukimo ir stūmimo jėgos lemiančios turistų motyvaciją. Sudaryta autorės remiantis S.M. Yuill (2003)	18
2 pav. Kultūrinio turizmo schema. Sudaryta remiantis Mikos v. Rohrscheidt A. (2008)	23
3 pav. Branduolinio turizmo sąsaja su kitomis turizmo rūšimis, sudaryta autorės remiantis J. Swarbrooke et al. (2003), C. Bogaard (2012), P. Triantafyllos (2017), J. E. Tunbridge ir G. J. Ashworth (1996), B. Frantal ir R. Urbank (2014) N. Mažeikienė ir E. Gerulaitienė (2018) ir kitais autoriais.	31
4 pav Branduolinio turizmo objektai, sudaryta autorės remiantis J. Swarbrooke et al. (2003), C. Bogaard (2012), P. Triantafyllos (2017), J. E. Tunbridge ir G. J. Ashworth (1996), B. Frantal ir R. Urbank (2014) N. Mažeikienė ir E. Gerulaitienė (2018) ir kitais autoriais.....	32
5 pav Branduolinio turizmo plėtros teorinė operacionalizacija (pagal N. Mažeikienė ir E. Gerulaitienė (2018), A. Otgaar (2012), J. Swarbrooke et al. (2003 ir kitais autoriais), sudaryta autorės.....	45
6 pav. Empirinio tyrimo eigos schema, sudaryta darbo autorės.....	47
7 pav. Branduolinio turizmo objektai Lietuvoje, sudaryta autorės.....	53
8 pav. Hierarchinė regionų klasterių dendrograma (branduolinių turizmo objektų skaičius, Lietuvos turistų sk. ir užsienio turistų sk. 2019 m., viešbučių sk. ir maitinimo įstaigų sk. 2019 m.), sudaryta autorės.....	54
9 pav. Hierarchinė regionų klasterių dendrograma (rodikliai: viešbučių sk. ir maitinimo įstaigų sk. 2019 m.), sudaryta autorės.....	55
10 pav. Hierarchinė apskričių klasterių dendrograma (rodikliai: veikiančių branduolinio turizmo objektų 2019 m.), sudaryta autorės.....	56
11 pav. Atsiliepimų skaičius pagal lankytinus objektus, sudaryta autorės.....	57
12 pav. Bendradarbiavimo tinklo schema, sudaryta autorės	58
13 pav. Bendrai pasitaikančių įvykių tinklo schema, sudaryta autorės	59
14 pav. Hierarchinė žodžių klasterių schema, sudaryta autorės KH Coder programa	61

LENTELIŲ SĄRAŠAS

1 lentelė. Turistų motyvacija keliauti, sudaryta autorės remiantis mokslininkų darbais.....	16
2 lentelė. Atominių elektrinių lankymo priežastys. Sudaryta autorės pagal Todėl B. Frantal ir R. Urbank (2012)	25
3 lentelė. Pusiau struktūruoto interviu dalyvių charakteristikos.....	49
4 lentelė. Pusiau struktūruoto interviu dalyvių charakteristikos.....	50
5 lentelė. Bendradarbiavimo ir bendrai pasitaikančių įvykių tinklų rezultatai.....	60
6 lentelė. Sąlygos plėtoti branduolinį turizmą.....	63
7 lentelė. Maitinimo ir apgyvendinimo įstaigų infrastruktūros padėtis.....	64
8 lentelė. Informacijos apie branduolinį turizmą sklaida	65
9 lentelė. Investicijos į branduolinį turizmą	66
10 lentelė. Branduolinio turizmo plėtros kryptys	67
11 lentelė. Atvykstamasis branduolinis turizmas	68
12 lentelė. Turizmo plėtrai trūkstamos priemonės	69
13 lentelė. Turisto charakteristika	70

ĮVADAS

Darbo aktualumas. Iki COVID-19 Pasaulinės pandemijos turizmas buvo viena perspektyviausių pasaulinės ekonomikos dalių, kasmet buvo stebimas turizmo sektoriaus augimas. Lietuva – ne išimtis, 2018m. tyrimų duomenimis Lietuva buvo viena iš pirmaujančių ES šalių pagal turistų praleidžiamų naktų skaičių, turistinėse apgyvendinimo įstaigose, kuris padidėjo net 10% (Eurostat, 2020). Nepaisant to, jog 53% turistų buvo lietuviai, šis augimas leidžia manyti, jog tiek vietiniai tiek užsienio turistai domisi turizmu Lietuvoje ir noriai čia praleidžia vis daugiau laiko. Turizmo produktyvumas kaip ekonomikos augimo rodiklis yra svarbus visoms valstybėms. Tačiau bėgant laikui ir besikeičiant vartotojų norams turizmo pobūdis keičiasi ir tai kas buvo svarbu anksčiau, dabar gali neturėti jokios reikšmės.

R. Baggio, 2008; B. Faulkner ir C.R. Goeldner, 1998 teigė, kad dėl dažnų turizmo sektoriaus svyravimų, jo negalima vadinti pastovia ar subalansuota sistema. Ypatingai ši tendencija stebima įvairių ekonominių krizių, ekologinių katastrofų, pandemijų metu (pvz., COVID-19). Galima teigti, kad krizės yra nenusipėjami reiškiniai, kurie kelia pertvarkas turizme. Tam reikia novatoriško požiūrio, kuriant naujas sistemas, kurios turizmo krizes interpretuoja kaip progresyvius reiškinius ir padeda plėtoti naujas turizmo rūšis.

Turizmo sektoriaus sudėtingumą ir chaotiškumą taip pat tyrė ir B. McKercher (1999, p. 426). Turizmas apjungia ir susieja privatų, valstybinį sektorius ir fizinius elementus, kurių sąsaja daro įtaką vienas kitam (Scuttari et al, 2016). Tačiau nusistovėjusią sistemą sutrikdžius, tolimesni veiksniai gali būti sunkiai prognozuojami ir sukelti procesą, kuris vadinamas chaosu (Russell & Faulkner, 2004, p. 557). Deja, bet pašalinus trikdžius, kurie sukelia “chaosą” arba kitaip krizę, grįžti į normalią būseną ne visuomet įmanoma. Anot G. Santana (2004, p. 306), dėl to ištikus krizėms būtini inovatyvūs ir netikėti sprendimai, kurie padėtų lengviau išspręsti susiklosčiusias problemas, nes renkantis eilinius sprendimus galima dar labiau pabloginti situaciją. Įgyvendinant netikėtas, inovatyvias idėjas, galima pasiekti daug geresnių rezultatų, nei, kad buvo anksčiau. Krizių likvidavimas, kuriant naujus turizmo produktus gali stipriai pagerinti socialinius ir ekonominius rodiklius.

Turizmo produktyvumas kaip ekonomikos augimo rodiklis yra svarbus visoms valstybėms. Dažnai krizėms praėjus, daliai turizmo objektų suteikiamos naujos paskirtys, kurios gali būti politinės ar fizinio paveldo dalys, taip reklamuojant lankytinas vietas ir kartu edukuojant lankytojus (Boyd, 2000; Butler ir Suntikul, 2013). To pavyzdžiu galėtų būti Japonija, kuri po branduolinių katastrofų sugebėjo nelaimės vietas paversti komerciniais turizmo produktais. Čia branduolinis karo turizmas dėl vienodos studentų ir karinio turizmo entuziastų motyvacijos buvo orientuotas į šias dvi grupes siekiant patenkinti jų smalsumą (Duncan, 2017).

Dabartinėje turizmo paslaugų rinkoje svarbiausias veiklos prioritetas yra klientų norai, o stipri konkurencija suteikia itin daug galimybių klientui rinktis iš skirtingų variantų. Šiuolaikinis klientas yra išrankus, keliantis nemažus reikalavimus, todėl jo norus gali būti sunku nuspėti. Norint ir toliau didinti susidomėjimą Lietuva, pritraukti ne tik naujus, bet ir pakartotinai sugrįžti jau viešėjusius keliautojus, reikia plėsti pramogų spektrą – siūlyti ne tik tradicines pramogas, bet taip pat kiek neįprastas ir daugiau emocijų sukeliančias, bei sugebėti neatsilikti nuo vis labiau populiarėjančių nišinio turizmo rūšių. Nišinis turizmas – tai ne masinė, o tik tam tikrą žmonių grupę dominanti turizmo rūšis, kuomet kelionių metu ieškoma netradicinių lankytinų objektų, ieškoma išskirtinių potyrių ir veiklų. Vienas įspūdingiausių šio laikmečio turizmo pokyčių yra dabartinio nišinio turizmo atsiradimas ir augimas. Šis turizmas susiformavo per daugelį metų. Šiais laikais turistai kelionių metu vyksta ne tik atostogų, tačiau ir vedini savo pomėgiais. Pavyzdžiui, vyno mėgėjai keliauja į Ispanijos ar Prancūzijos vynuogynus, žygeiviai renkasi keliones į kalnus. Taigi, ši turizmo rūšis taip pat gali būti vadinama ypatingų poreikių patenkinimo verslu. Galima manyti, kad terminą nišinis turizmas galima vartoti, tik dalyvaujant nedideliame ar ribotame žmonių skaičiui, tačiau taip nėra. Nišinio turizmo poreikis didėja visame pasaulyje. Ir tai turėtų būti visapusiškai išnaudojama turizmo sektoriuje. Yra begalės nišinio turizmo rūšių, kurios apima maisto ir alkoholio turizmą, juodąjį ar tamsųjį turizmą, golfo turizmą, nuotykių turizmą, medicinos turizmą, kultūros ir paveldo turizmą, kino turizmą ir kt. Nišinis turizmas kaip konkretus turizmo produktas gali būti pritaikytas tam tikros auditorijos segmento poreikiams tenkinti. Nišinis turizmas, kurdamas įvaizdį, padeda turistinėms vietoms išsiskirti savo turizmo produktais ir konkuruoti vis konkurencingesnėje turizmo aplinkoje (Ali-Knight, 2011).

Branduolinis turizmas yra viena iš nišinio, priklausančio tamsiajam turizmui, atšakų, susijusių su branduolinių mokslinių tyrimų naujovėmis ir technologinėmis inovacijomis, su neįprastų objektų lankymu, objektų, kuriuose buvo atominiai sprogimai, arba vietomis, susijusiomis su taikiu ar kariniu branduolinės energijos naudojimu. Branduolinis turizmas tampa vis labiau viena iš patraukliausių ir vis labiau populiarėjančių turizmo šakų pasaulyje. Kasmet vis daugiau paskelbiama mokslinių straipsnių ir tyrimų, analizuojančių branduolinio turizmo poreikį ir ypatumus (Freeman, 2014, Davies ir Polese, 2015, Petryna, A. 2013, Farkic 2019, Yoshida et. al 2016, Bürkner, 2014, Bakalo et. al 2016, Bogaard 2012, Hodge ir Weinberger 2008, Kužnik 2015, Mažeikiene ir Gerulaitienė 2018).

L. Pitkanen ir M. Farish (2017) analizavo branduolinius kraštovaizdžius ir ryšius tarp branduolinių objektų, mokslo ir geografinės aplinkos. K. Zerva (2020) tyrė žiniasklaidos daroma įtaką tamsiojo turizmo objektų lankomumui tarp jų ir tokiems branduolinio turizmo objektams kaip Černobylis. N. Mažeikiene ir E. Gerulaitienė (2018) aptarė branduolinio turizmo objektus,

specifiką, įtaką edukacijai ir tapatumą su kitomis turizmo rūšimis. Taip pat buvo analizuojamas branduolinio turizmo kontekstas, plėtra, tiriamos ir lyginamos lankytinos vietos, maršrutai. S. Stefanie (2016) straipsnyje analizavo Hirošimos kaip branduolinio ir kultūrinio turizmo plėtrą.

Vis tik, nišinis turizmas arba jo atšaka – branduolinis turizmas – yra mažai nagrinėta tiek teoriniu aspektu, bei ribotai įgyvendinama praktikoje, turizmo rūšis. Atsižvelgiant į tai, krizių akivaizdoje jos atskleidimas ir plėtra, panaudojant vietos resursus ir akcentuojant vietinio turizmo aktyvesnį poreikį, gali tapti svarbia turizmo niša.

Branduolinio turizmo plėtrą gali vystyti ne visos šalys, tačiau Lietuvoje ši plėtra yra galima dėl joje esančių objektų: uždaroma Ignalinos atominė elektrinė (IAE), Šaltojo karo muziejus Žemaitijos nacionaliniame parke, Kėdainių branduolinio ginklo saugykla, Šiaulių branduolinių galvučių saugykla, Atominis bunkeris Kaune ir kitų.

Lietuvos nacionaliniuose turizmo politikos vystymo dokumentuose akcentuojamas nišinio turizmo plėtros poreikis (Lietuvos turizmo plėtros 2014-2020 metų programa).

Problema: Branduolinis turizmas ir jo plėtros galimybės Lietuvoje yra mažai tyrinėtos, todėl neįvertinta, kiek turistų ir kokios naudos jie suteiktų regionams, kuriuose yra branduolinio turizmo objektų. Nišinio turizmo klausimus nagrinėjo tokie Lietuvos ir užsienio mokslininkai J.M. Ali-Knight, 2011, M. Novelli 2005, N. Douglas et al., 2001, V. Smith et al. 2010, B. Trauer 2006. Branduolinio turizmo klausimus nagrinėja T. Davies ir A. Polese, 2015, J. Farkic 2019, K. Yoshida et al. 2016, N. Bakalo et al. 2016, L. Kužnik 2015, N. Mažeikiene ir E. Gerulaitienė 2018. Pastaruoju metu auga susidomėjimas nišiniu ir branduoliniu turizmu, o atsirandanti paklausa skatina imtis veiksmų, kurie padėtų plėtoti branduolinį turizmą šalyje.

Ypač didelio susidomėjimo branduolinis turizmas Lietuvoje sulaukė, to po kai buvo parodytas HBO filmas „Černobyliis“, kuris buvo filmuojamas Lietuvoje, išskirtiniame branduolinio turizmo objekte – Ignalinos atominėje elektrinėje. Branduolinio turizmo plėtra padėtų pritraukti naujus turistų srautus į mažiau turistams žinomas Lietuvos teritorijas. Todėl reiktų įvertinti galimybes ir resursus branduolinio turizmo plėtrai.

Magistro baigiamuoju darbu siekiama analizuoti mokslinę problemą, reikalaujančią apibrėžti branduolinio turizmo sąvoką, empiriškai ištirti branduolinio turizmo svarbą ir plėtros galimybes Lietuvoje.

Tyrimo probleminiai klausimai:

Kokia branduolinio turizmo vystymo situacija Lietuvoje?

Kaip ekspertai vertina branduolinio turizmo plėtros galimybes?

Kokie veiksniai ir priemonės galėtų prisidėti plėtojant branduolinį turizmą Lietuvoje?

Darbo objektas: branduolinio turizmo plėtra.

Tyrimo tikslas – ištirti branduolinio turizmo plėtros galimybes Lietuvoje, identifikuojant galimas plėtros kryptis.

Tyrimo uždaviniai:

1. Teoriškai atskleisti branduolinio turizmo sąvoką ir vietą turizmo plėtros kontekste.
2. Pristatyti branduolinio turizmo plėtros patirtis užsienyje.
3. Išanalizuoti dabartinę branduolinio turizmo plėtros situaciją Lietuvoje identifikuojant branduolinio turizmo plėtros veiksnius ir priemones.
4. Tyrimo rezultatų pagrindu suformuoti branduolinio turizmo Lietuvoje plėtros kryptis.

Tyrimo metodai:

- mokslinės literatūros analizė, kuria siekta atskleisti branduolinio turizmo sąvoką ir struktūrą;
- internetinių žiniatinklų analizė, kuri leido atskleisti branduolinio turizmo vystymo pavyzdžius užsienio šalyse;
- statistinis duomenų apdorojimo metodas sukuriant hierarchines Lietuvos regionų klasterių schemas;
- kokybinis tyrimas pusiau struktūruotas giluminis interviu, kurio metu apklausti branduolinio turizmo ekspertai ir socialinės realybės dalyviai, interviu siekta atskleisti priemones ir veiksnius bei prielaidas branduolinio turizmo plėtrai;
- kiekybinė Trip Advisor ir Google review platformų analizė, kuomet buvo surinkti ir analizuojami branduolinio turizmo objektuose apsilankusių turistų atsiliepimai;
- kokybinė ir kiekybinė duomenų turinio analizė.

Pagrindinis ginamas teiginys: branduolinis turizmas yra perspektyvi turizmo rūšis, kuri ateityje gali būti sėkmingai plėtojama Lietuvoje, tačiau tam reikalingas valdžios institucijų dėmesys, skatinantis tarpsektorinį bendradarbiavimą ir inovacijas šioje nišinio turizmo srityje.

Tyrimo teorinis ir praktinis reikšmingumas. Apibendrintos mokslininkų įžvalgos nišinio, branduolinio turizmo temomis. Apibendrinta branduolinio turizmo sąvoka. Atlikta branduolinio turizmo plėtros analizė, leido išsiaiškinti pagrindinius branduolinio turizmo išskirtinumo bruožus ir problemas trukdančias plėtrai. Atlikus turistų atsiliepimų turinio analizę atskleista, kas turistams palieka didžiausius įspūdžius lankant branduolinio turizmo objektus Lietuvoje. Atliktas kokybinis pusiau struktūruotas interviu atskleidė realias branduolinio turizmo plėtros galimybes ekspertų požiūriu. Magistro baigiamajame darbe iškeltos idėjos gali būti pritaikomos rengiant turizmo plėtros strategijas, išskirti veiksniai, trukdantys įgyvendinti branduolinio turizmo plėtros planus. Pateikiamos rekomendacijos, kokie veiksmai ir priemonės turi būti naudojami sėkmingai branduolinio turizmo plėtrai.

Darbo struktūra: įvadas, 4 skyriai, išvados, rekomendacijos, literatūros sąrašas, priedai.
Bendra apimtis - 84 psl. Literatūros sąrašė pateikiami 128 šaltiniai, 14 paveikslų ir 13 lentelių.

1. BRANDUOLINIS TURIZMAS IR JO PLĖTRA: TEORINĖ KONCEPTUALIZACIJA

1.1 Branduolinio turizmo samprata

Dabartiniame lietuvių kalbos žodyne sąvoka turizmas aiškinama kaip „aktyvaus poilsio rūšis, kai žmonės keliauja, norėdami susipažinti su kitų vietovių gamta, architektūra, žmonių papročiais ir pan.“ (Turizmas reikšmė, 2019). Pasaulinė turizmo organizacija (PTO) turizmą siūlo apibrėžti kaip socialinį, kultūrinį ir ekonominį reiškinį, kuris susijęs su persikėlimu į kitas vietas, kurios nėra įprastoje aplinkoje darbo arba asmeniniais tikslais.

Pasaulinė turizmo rinka - o šios dalis taip pat ir Lietuvos turizmo sektorius, išgyvena pokyčių metą. Šylant klimatui ir besikeičiant pasaulinėms turizmo tendencijoms, kintant tradicinėms turizmo srautų kryptims be abejonės keičiasi ir turistų elgesys ir turizmo politika. Europos turizmui, ilgai buvusiam neabejotinam tarp žemyniniu lyderiu globaliame turizmo kontekste atsiranda naujų iššūkių, siejamų su aktyviu kitų žemynų populiarumo ir konkurencijos augimu, taip pat turizmo politikos kaitai: nuo gausių išteklių naudojimo į darnaus turizmo vystymą. Augantys turistų srautai daro neigiamą įtaką regionams aplinkosauginiais aspektais, kultūros paveldui bei regionų išskirtinumui, todėl jaučiama tendencija masinio turizmo mažėjimui. Atsižvelgdama į turizmo sektoriaus pokyčius ES (Europos Sąjunga) skatina alternatyvų – nišinių turizmą - greitai besivystančią turizmo sektoriaus sritį, apimančią Europos privalumus - regionų gamtinę įvairovę ir kultūrinius išteklius.

Turizmo pramonė atlieka svarbią rolę bet kurios šalies ekonomikoje ir daro smarkią įtaką pasaulio ekonomikai: plėtoja ir formuoja regionų įvaizdį, padeda atkreipti dėmesį į visuomenės raidos problemas. 2008 pasaulinė krizė privertė kardinaliai peržvelgti turizmo paslaugų teikimą, bei peržvelgti turizmo rūšis. Nepaisant to, kad turizmo istorija prasidėjo seniai, moksliniuose darbuose keliamas teorinio ir metodinio pagrindo klausimas sukėlė daugybę diskusijų tarp įvairių sričių specialistų. Turizmo metodinio - koncepcinio aiškios sąvokos sudėtingumą nulemia jo daugiafunkciškas vaidmuo pasaulyje.

Vienos iš aktualiausių problemų, kuriai reikalingas sprendimo būdas yra turizmo paslaugų klasifikavimas, turizmo rūšių apibrėžimas, turizmo rūšių plėtotė visuose regione priklauso nuo geografinių ir socialinių veiksnių. Naujausių turizmo rūšių formavimasis ir plitimą taip pat skatina globalizacijos ir mokslo - technikos pažangos procesai, nes ekonomikos internacionalizacija ir naujausių mokslo technologijų diegimas padeda susikurti ir plėstis absoliučiai naujoms turizmo kryptims (Bakalo et al., 2016).

M. Novelli (2005 p. 1) nurodo, kad nišinis turizmas turizmo politikoje ir strategijoje yra apibūdinamas kaip priešingas masiniam turizmui, siūlant individualias paslaugas, kurios labiau patinka priimančioms bendruomenėms ir aplinkai, nei neribojamas, sukومercintas turizmas. Nišiniam turizmui būdingas „sudėtingas klausimų mechanizmas“ (Novelli, 2005 p. 1), kuris sukelia tiek teigiamų, tiek neigiamų padarinių ir kelia daugybę iššūkių priimančiajai vietai, tad vienas pagrindinių šio kritinio įvertinimo įnašas yra bandymas panaikinti kai kurias iš šių spragų ir atsirandančių iššūkių, nustatant nišinio turizmo produktų lemiamą vaidmenį kuriant naujus produktus ir organizuojant naujas bei atnaujinat kelionių kryptis ir lankytinus objektus.

R. Sharpley ir D. J. Telfer (2002) svarstė, kaip dėl turistų elgesio susiformavo sudėtingesnė vartotojų rinka ir kaip nišinis turizmas atsiliepią į specializuotus vartotojų poreikius ir pageidavimus. Kurdamą nišinius turizmo produktus, turizmo pramonė turi plėsti savo produktų bazę, kad aptiktų naujas, dar tik atsirandančias turizmo rinkas ir suformuotų įvairesnę klientų rinką. Dėl šios priežasties apibrėžtų ir individualizuotų nišų sukūrimas leido mažesniems nepriklausomiems turizmo operatoriams konkuruoti labai konkurencingoje turizmo rinkoje.

Viena iš nišinio turizmo rūšių yra tamsusis arba juodasis turizmas. Tamsusis turizmas prasideda nuo žudynių vietų ir baigiasi pramogomis, kurios irgi gali būti kaip tamsusis turizmas. Tamsusis turizmas kaip terminas atsirado neseniai praėjusio amžiaus pabaigoje apie 1996m. Anglijoje, kai 2 mokslininkai J. Lennon ir M. Foley įvedė į mokslo pasaulį terminą „dark tourism“. Šalys šį terminą pradėjo versti labai skirtingai vienoje šalyje jis tapo juodoju turizmu, o kitose tamsiuoju turizmu. Dėl to, kad tai buvo nauja sąvoka, daug mokslininkų pradėjo ją nagrinėti. Pirminiame etape į tamsųjį turizmą buvo įtrauktos tik koncentracijos stovyklos ir masinės žudynių vietos. Tačiau vėliau, kai mokslininkai pradėjo tirti ir atlikinėti mokslinius tyrimus, paaiškėjo, kad tamsųjį turizmą žmonės supranta labai skirtingai dabar yra sudarytas tarsi spektras nuo juodojo iki baltojo turizmo. Tamsusis turizmas apima labai daug ką nuo koncentracijos stovyklų iki kalėjimų, branduolinių katastrofų lankymo vietų, šių objektų lankymas naudingas dėl suvokimo, suteikiamos edukacijos, katastrofų identifikavimo prasmėmis.

Žmones lankyti tamsiojo turizmo vietas skatina įvairios priežastys: smalsumas, švietimas, „išgyvenusiojo“ kaltė, prisiminimai, nostalgija, empatija ar siaubo elementai (Ashworth ir Hartmann, 2005; Baldwin & Sharpley, 2009; Garwood, 1996; Lennon ir Foley, 2000; Miles, 2002; Smith, 1996). Žmonės tarsi nori būti įbauginti, išgąsdinti, emociškai sujaudinti.

Deja, bet yra atlikta labai mažai teorinių ir empirinių tyrimų, kuriais remiantis būtų galima, apibrėžti kas verčia žmones keliauti į tokias išskirtines turistines vietas. Anot G. J. Ashworth ir R. Hartmann (2005) žmonės keliauja dėl trijų pagrindinių priežasčių: smalsumo, empatijos ir siaubo faktoriaus, tačiau kiti tyrimai išskiria papildomas priežastis: švietimą, prisiminimus, nostalgiją ir išgyvenusiųjų kaltę (Garwood, 1996; Lennon & Foley, 2000; Marcuse, 2005; Miles, 2002; Smith,

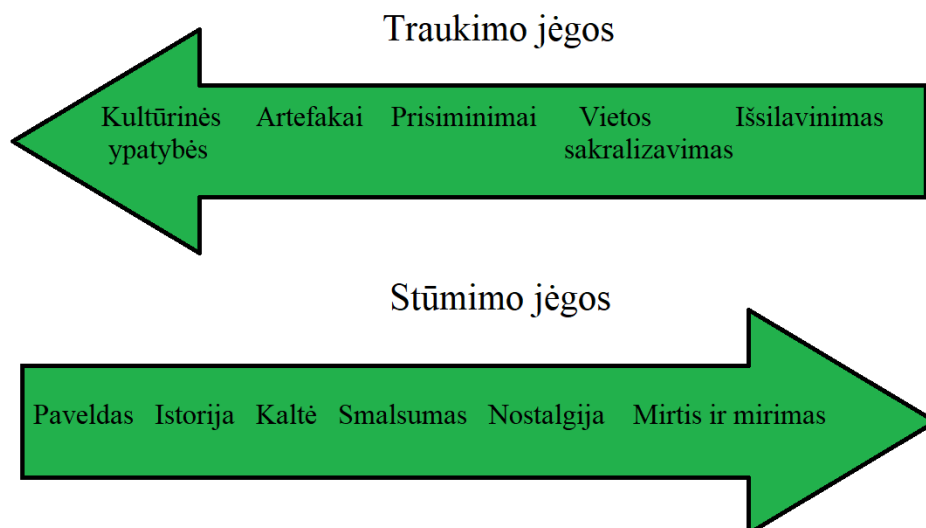
1996). Pateiktoje lentelėje išskirtos pagrindinės turistų noro keliauti priežastys kartu su paaiškinimais.

1 lentelė. Turistų motyvacija keliauti, sudaryta autorės remiantis mokslininkų darbais

Turistų motyvacijos priežastis	Motyvacijos paaiškinimas
Empatija	Leistinas būdas išreikšti susižavėjimą siaubu. Empatija priklauso nuo žmonių sugebėjimo susitapatinti su atskiromis žiaurumo aukomis. Daugeliu atveju - turizmo vietų interpretavimas gali būti įmanrus ir emocionalus, atkreipiant dėmesį į lankytinos vietos vadovų norimą pateikti žinią apie vietą (Ashworth ir Hartmann, 2005).
Smalsumas	Didžiajai daliai turistų įdomu neįprasti ir nepakartojami, reiškiniai, įvykiai. Jiems įdomūs ten vykstantys procesai ir to priežastys. Apsilankymas tokios vietose yra unikali bei patraukli patirtis padedanti nugalėti smalsumą. Pagrindinė priežastis skatinanti keliauti yra ta, kad tai neįprasta, tai nėra kasdienė pramoga ar malonumas (Kužnik, 2015).
Siaubo faktorius	Tai vienas iš esminių motyvų skatinančių lankytis tokiose vietose. G. J. Ashworth ir R. Hartmann (2005) teigė, kad yra ne menkas kiekis literatūros, istorijų, o tai pat medijose vaizduojamos siaubo scenos, vienu metu sukeliančios baimės ir susižavėjimo emocijas. Taigi žiaurumo ir paveldo apjungimas yra toks pat susižavėjimą keliantis kaip ir bet koks medijose atvaizduojamas pasakojimas, dėl prieštaringas emocijas sukeliančių veiksmų.
Švietimas	Mokslinėje turizmo literatūroje galima rasti informacijos, kad viena iš pagrindinių priežasčių, kodėl žmonės savo kelionėms renkasi tam tikras vietas yra troškimas įgyti naujų žinių ir išskirtinės patirties paieškos. Viena iš kultūros ir paveldo turizmo užduočių yra suteikti turistams galimybę mokytis ir tobulinti savo žinias iš ekskursijų ir kelionių. Lygiai taip pat ir pavieniai apsilankymai, tam kad įgautų žinių, suvokimo ir tobulėjimo galimybių, ir toliau išlaiko švietimo paskirtį (Ashworth ir Hartmann, 2005). Taip pat skatinamas gebėjimas mokytis iš praeityje padarytų klaidų. Dėl šios priežasties, nemaža turizmo objektų ar vietovių dalis yra išsaugojama mokyklinių išvykų, skirtų pažinimui ir švietimui, tikslu (Marcuse, 2005).

Prisiminimai	Prisiminimai yra itin svarbūs žmonėms, jie apjungia žmones kartu su praeitimi, taip pat jie padeda formuoti ateitį, praeities prisiminimai dažnai nusako ir numato, kokia yra dabartis ar ateitis (Young, 1993). Prisiminimai žmonėms leidžia semtis žinių iš praeities klaidų ir padeda formuoti ateities vizija. Prisiminimai ir atmintis yra laikomi vienais iš pagrindinių svarbos elementų (Lennon ir Foley, 2000; Walter, 2009; Young, 1993). Nemaža dalis turizmo vietų yra laikomos veiksmingomis atminties išsaugojimo vietomis. Dažna lankytinų objektų egzistavimo ir išlikimo priežastis yra dėl minėjimo ir prisiminimų. Kai kurie objektai yra stiegiami būtent dėl šių principų. Ne retu atveju memorialinių vietų lankytojai, prieš lankydami memorialą, pirmiausia gali susipažinti su objektu informaciniuose stenduose (Lennon ir Foley, 2000).
Nostalgija	Nostalgiją galima įvardinti kaip praeities ilgesį. (Dann ir Potter, 2001, Smith, 1996) arba kaip ilgesio emociją, kurią sukelia daiktai, kvapai ar kita (Kužnik, 2015). Įdomu tai, kad ši priežastis išlieka viena iš pamatinių kelionių į paveldo sritis priežasčių (Walter, 2009). Nepaisant to, kad nostalgija pripažinta kelionių į tamsiojo turizmo vietas priežastimi tai gali būti ir pagrindine, ir ne pagrindine priežastimis (Kužnik, 2015)
Išgyvenusiųjų kaltė	Vienas išskirtinių turizmo bruožų, jog tarp turistų, kuriuos traukia tokios vietos, yra išgyvenusių katastrofas žmonių ar aukų giminių, keliaujančių į mirties ar nelaimės vietas. Didžiąjai daliai išgyvenusių siaubą, žiaurumą ir nelaimės atrodo, kad grįžimas į tokias vietas nors ir yra keliantis neigiamas emocijas, tarsi padeda nejausti kaltės. D. Braithwaite ir Y. L. Lee (2006) atliktas tyrimas, nustatė jog galima teigti, kad sugrįžimas į mirties ar žiaurumo vietas gali suteikti tarsi terapinį poveikį, mažinantį sielvartą, bei padeda suvokti kaip įvyko įvairūs baisūs įvykiai. Tai vadinama nesąmoninga emocijų patirtimi (Braithwaite ir Lee, 2006).

Šios priežastys, parodo kaip žmogiškoji patirtis daro įtaką apsilankymams įvairiose galbūt ne itin įprastose turistinėse vietose. Turizmo literatūroje turistų patirtys dažnai laikoma emocinio pobūdžio ir su švietėjišku tikslu. Turistiškos vietos yra skirtos informacijos skaidai, o turistų patirtys paprastai susijusios su praeities įvykių prisiminimais (Ashworth ir Hartmann, 2005; Henderson, 2000; Lennon ir Foley, 2000).



1 pav. Traukimo ir stūmimo jėgos lemiančios turistų motyvaciją. Sudaryta autorės remiantis S.M. Yuill (2003)

S. M. Yuill (2003) išskyrė 2 jėgas (1pav.): stumiančiąsias ir traukiančiąsias įtakojančias turistų motyvaciją. Stumiamosios jėgos, tai emocinė turisto motyvacija, smulkiau skaidoma į paveldo - kai juntamas tiesioginis ryšys su vietove ar objektu, istorijos - kai stipriai domimasi objekto istorija, kaltės - kuomet žmonės jaučiasi kalti, dėl praeities įvykių, smalsumo - apima jaudulį, susižavėjimą objektais ar įvykiais, mirtis ir mirimas – norėdami susidurti su mirtimi iš arčiau, nostalgijos - norėdami patirti tai kas vyk anksčiau.

Antroji jėga- traukimo tai išorinės motyvacijos, tokios kaip išsilavinimas ir noras suprasti praeities įvykius, prisiminimai - kuomet prisimenant praeities įvykius siekiama įvertinti praeities klaidas ir pagerbti praeitį, artefakai - siekis pamatyti materialius išlikusius objektus, kultūrinės prasmės skirimas objektams (Yuill,2003).

Planuodami atostogas, daug žmonių pasirenka poilsines kelione. Tačiau vis daugiau įvairaus amžiaus šeimų ir asmenų kelionėms renkasi bunkerius, atominės elektrines, karinių ginklų ar raketų saugyklas. Nors šios kelionių vietos neatrodo tipiškos lankytinos vietos, jų ryšys su branduoline energetika, šaltuoju karu ir jo istorija intriguoja lankytojus ir kiekvienais metais pritraukia vis didesnę skaičių žmonių. Turistai keliauja po visą pasaulį, norėdami pažvelgti į slaptus miestus, sužinoti apie atominio amžiaus pradžią ir stovėti ten, kur buvo kuriama istorija. Šis reiškinys, vadinamas branduoliniu turizmu yra tamsiojo turizmo dalis, kuri stipriai plečiasi.

Pasak C. Bogaard (2012) branduolinis turizmas yra neįprasta turizmo rūšis – ne iš karto siejama su laisvalaikiu ar pramogomis. Priešingai, tai priverčia susidurti su masinio naikinimo

ginklų egzistavimu, galinčiu visiškai sunaikinti žmoniją. Kyla klausimas kaip tai suderinama su turizmu - pastaruoju metu vis daugiau žmonių ieško branduolinio turizmo vietų, siekdami neįprastų potyrių, branduolinės istorijos atvaizdų.

Bėgant laikui ir nykstant istoriniams, šaltąjį karą menantiems objektams, susirūpinę žmonės ir nacionalinės vyriausybės pripažįsta, jog būtina išsaugoti šį svarbų istorijos periodą menančius objektus. Daugelis supranta, jog padidėjęs turizmas gali duoti naudos tų vietovių ekonomikai. Ryšys su atominė praeitimi daugelį metų traukia turistus. Dedant bendras pastangas ir tęsiant atominės praeities išsaugojimą ir populiarinimą, būtų galima realizuoti tokių unikalių vietų potencialą tapti branduolinio turizmo traukos vietomis.

Branduolinis turizmas yra gana nauja turizmo rūšis. Viena iš branduolinio turizmo populiarumo augimo priežasčių galima laikyti, tai, kad nors terminas branduolinis turizmas tarsi prieštarauja pats sau ir sąvoka „branduolinis turizmas“ gali atrodyti kaip oksimoronas, tačiau jei į tai būtų žiūrima ne kaip į grėsmę, o taip kaip J. Schell (2000) vadino „naujuoju branduoliniu amžiumi, antruoju branduoliniu amžiumi“, tai savaimė šaltojo karo metu atsiradę objektai, kurie tampa traukos objektais, memorialinėmis vietomis. Tai turistams suteikia galimybę patirti sąlyti netiesiogiai. Skelbiama, kad kelionės yra saugios, turistai keliauja drąsiai, nesibaimindami dėl rizikos. Žmonių neįprastas noras keliauti po branduolinio turizmo objektus taip pat gali būti aiškinamas kaip žmonių siekis išmėginti tai kas neturi aiškių ribų, tai kas kelia smalsumą, siekį prisiliesti prie istorijos asmeniškai, nors tikroji, autentiška patirtis susijusi su išlikusia radiacija būtų itin žalinga sveikatai (Gusterson, 2004).

Branduolinio turizmo mėgėjus keliauti motyvuoja noras bandyti suvokti branduolinę istoriją, atkreipti pasaulio dėmesį į tai, pamatyti pasaulinius ryšius ir suprasti, kad rizika nėra tik branduolinio turizmo ekonominis poveikis, jie taip pat siekia įsitraukti į viešą diskursą apie šio turizmo svarbą.

Branduolinis turistai, žmogus, kuris lankosi vietose, kuriose buvo sukurtos ir išbandytos pirmosios atominės bombos ir vyko pirmieji jų bandymai. Besikeičiančios turistų kelionių kryptys ir naujos priežastys, dėl kurių jie keliauja daro įtaką kelionių organizatoriams siūlantiems keliones ir vietovėms, kurios priima turistus. Siekiant išvengti staigios kelionių krypties kaitos ir didelių pasikeitimų turizmo rinkoje, turizmo paslaugų teikėjai privalo domėtis naujausiomis tendencijomis, tuo kas motyvuoja keliauti ir rinktis tam tikras paslaugas ir kelionių kryptis, siekiant išlikti konkurencingais rinkoje. J. Swarbrooke ir S. Horner (2004), išskyrė 2 kategorijas veiksnių, kurios daro įtaką turistams renkantis keliones:

- motyvaciniai - veiksniai, skatinatys pasirinkti produktą;
- apsisprendimo – veiksniai, lemiantys produkto įsigijimą.

Straipsnyje „Vartotojų elgesys turizme“ (Swarbrooke ir Horner, 2004) siūloma skirstyti motyvaciją į šias rūšis:

- psichologinę,
- emocinę,
- asmeninę,
- asmeninio tobulėjimo,
- statuso,
- kultūrinę.

Tyrimus apie motyvus skatinančius keliauti galima naudoti kaip veiksmingą priemonę, kuria turi naudotis turizmo specialistai. Laiku pastebėdami pokyčius turistų motyvacijoje keliauti turizmo profesionalai gali tinkamu laiku koreguoti kelionių pasiūlymus, maršrutus ir siūlyti naujus produktus ir koreguoti senuosius. Tiksliai žinant turistų motyvus net valstybių valdžios gali imtis reikalingų veiksmų remdami tas turizmo sritis, kurios yra aktualios ir didinti turistų srautus. Žinant turistų poreikius galima siūlyti naujas paslaugas, kurias parduodant didėtų valstybės pajamos taip prisidedant prie vietos ekonomikos. Net ir tose vietovėse, kuriose turistinės vietos ilgą laiką išlieka tos pačios, galima išvelgti tam tikrus pokyčius. Turistai renkasi naujus dalykus ugdančias, interaktyvias pramogas, atostogų metu siekia įgyti naujų gabumų. Todėl svarbu, kad laiku būtų imtasi tikslingų rinkodarinių veiksmų siekiant susidomėjimo tam tikrais objektais, paslaugomis ar vietovėmis (Mahika, 2011).

Išsiaiškinus pagrindinius motyvus dėl kurių turistai renkasi branduolinį turizmą tikslinga apibrėžti ir pačią sąvoką „branduolinis turizmas“. Lietuvoje branduolinį turizmą ir jo konceptualumą tyrė N. Mažeikienė ir E. Gerulaitienė (2018).

Pasibaigus šaltajam karui atominės elektrinės, branduolinių bandymų, avarijų, branduolinių ginklų gamybos ir saugojimo vietos tapo prieinamos visuomenei. Net tokios radioaktyvios vietos kaip Černobylis tapo itin populiaria turistine vieta, kurioje kelionių organizatoriai kasdien vykdo ekskursijas į zoną, kurioje turistai turi laikytis griežtų taisyklių ir nenuklysti nuo turistinių maršrutų, kurie suplanuoti greta iki šiol išlikusių radioaktyvių vietų. Savo paslaugas taip pat teikia daug muziejų įkurtų gamyklose, saugojimo bunkeriuose ar kitaip susijusių. Valstybės, kuriose vyko eksperimentai ar katastrofos yra suinteresuotos pritraukti turistus ir organizuoti jiems ekskursijas siekdamas turistams įdiegti, kad pastarosios vietos yra saugios ir jų nereikia vengti. Lankantis tokiose vietose sukeliama įspūdis tarsi turistai sužino slaptos informacijos, po kurios jie gali jaustis išskirtiniais, tam pasitarnauja branduoliniai muziejai, specializuotų parkų lankymas, dalyvavimas teminėse ekskursijose, taip tarsi pagaliau visai visuomenei praskleidžiamas ilgai saugotas paslapčių šydas, tenkinamas jų smalsumas, supažindinama su išlikusiais artefakais, gamyklomis, architektūra.

Atsiranda privataus sektoriaus atstovų siekiančių išsaugoti, užkonservuoti iki šiol išlikusias vietas ir sąsajas su branduoliniu turizmu, ne retu atveju, siekdami jas paversti vietinės ar valstybinės svarbos objektais, vertindami istoriją, bei žinoma siekdami gauti materialinės gerovės.

J. Schlegel (2009) New York Times rašė, vietiniai žmonės remia branduolinį turizmą, nes jis gerina vietovių ekonominę galią: „...vietiniai gyventojai viliasi, jog neeilinis II pasaulinio karo ir šaltojo karo istorijų susijungimas su vietiniais resursais stipriai gali paveikti turizmą...“

Viename iš P. Triantafyllos (2017) straipsnių teigiama, kad šaltojo karo turizmas yra stipriai susijęs su branduolinių išpuolių grėsme, tai vietos, kurias anksčiau ištiko branduolinė katastrofa, ypač šaltojo karo metu. Branduolinio turizmo esminis skirtumas su šaltojo karo turizmu yra tas, jog branduoliniame turizme išskiriamos vietos, kuriose tikrai vyko branduolinės katastrofos ar bandymai ir jos pritraukia didelius turistų srautus. Nelaimių turizmas taip susijęs su branduoliniu turizmu, nes apima žmogaus sukeltų katastrofų nelaimių vietas. Kartais šios vietos lieka nerekonstruotomis po katastrofų ir turistai gali pamatyti išlikusią originalią katastrofos vietą.

Branduolinis turizmas išgyvena atgimimo amžių. Buvę šaltojo karo laikų bunkeriai, raketinės bazės yra privatizuojami ir atveriami visuomenei. Turistai nebebijo labiausiai užterštų vietovių tokių kaip Černobylis ar Hirošima ne retai norint apsilankyti tokiose vietose tenka apsilankymus dėl itin didelio užimtumo planuoti gerokai iš anksto. (Hodge ir Weinberger, 2008)

Įvairios su branduoliniu turizmu susijusios turistų lankomos vietos iliustruoja būdus, kaip visuomenei pristatoma atominio amžiaus istorija ir kaip išsaugoma branduolinė atmintis. Norint suprasti, kaip šiose vietose pateikiama istorija, pirmiausia reikia išsaugoti istorines vietas. Turėtų būti dedamos visos pastangos išsaugoti likusius objektus turistų lankymui. Vertinat veiksmus, kurių dėka jau išsaugotos istorinės struktūros, galima daug sužinoti apie tai, kaip elgtis ateityje.

Anot J. Berger (2006) atsiradus branduoliniam amžiui, visuomenė įsitraukė į visa, kas susiję su branduoliniu panaudojimu. Nuo baimės iki susižavėjimo vien branduolinio ginklo galia drastiškai pakeitė pasaulį, kuriame gyvename. Filmai ir knygos šia tema tradiciškai tarnavo kaip šios mokslo ir technologijos plėtros svarbos kultūros rodikliai. Be šių įprastų būdų, visuomenė dabar turi dar vieną būdą perprasti atominio amžiaus istoriją - pasitelkdama branduolinį turizmą. Visame pasaulyje vietos, kuriose vyriausybės išbandė atomines bombas ir kuriose mokslininkai atliko novatoriškus atominės energijos tyrimus, dabar tampa turistų lankomomis vietomis.

K. Hannan ir M. Mostafanezhad (2014) nuomone iš pradžių branduolinis turizmas buvo utopinis, orientuotas į ateitį. Priešingai, naujajame tūkstantmetyje branduolinis turizmas paprastai yra nostalgiškas, turint omenyje pasibaigusią svajonę apie branduolinę ateitį, kuri nebuvo pasiekta, jis taip pat iliustruoja tamsią ateitį, kurioje skęstame nuo savo pačių branduolinių atliekų. Tiek tamsusis, tiek nostalgiškas branduolinis turizmas turi daug bendro su dabartimi žiūrint į apleistus pramonės objektus ir nesėkmingus pramonės projektus ir jų griuvėsius. Tai lyginama, nes

branduolinės pramonės, kaip ir kitų, modernių pramonės projektų nežinoma ateitis. Pirmiausiai, branduolinis turizmas priverčia pažvelgti į branduolinės pramonės apimtį, radiaciją, jis pateikia materialių priminimų apie tai, kas liko iš atominių utopinių svajonių. Kita vertus, branduolinio turizmo vietos, ypač muziejai, dažnai bando paskelbti „šaltojo karo“ sėkmę. Tai gali būti vertinama kaip pastangos įsidėmėti ankstesnę praeityje kilusią grėsmę iš priešų, jos yra patriotinės ir antikomunistinės.

J. Urry (2002) „branduolinį turizmą“ pagrindžia turizmo diskursu, naudodamas Foucaultian „žvilgsnio“ modelį, kurį jis iš dalies apibūdina kaip: prekių ir paslaugų vartojimą, kurios tam tikra prasme yra nereikalingos. Ir vis dėlto šios turizmo rūšies tikslas anot jo - pažvelgti į įvairias situacijas, vaizdus, kurie nėra įprasti, pažvelgti į tai su kuo nedažnai susiduriame.

K. Sullivan (2004) pateikė, paprastą apibrėžimą, jog branduolinis turizmas yra apibrėžiamas kaip lankymasis vietose, kur gaminami ar buvo gaminami branduoliniai energijos šaltiniai ir energija.

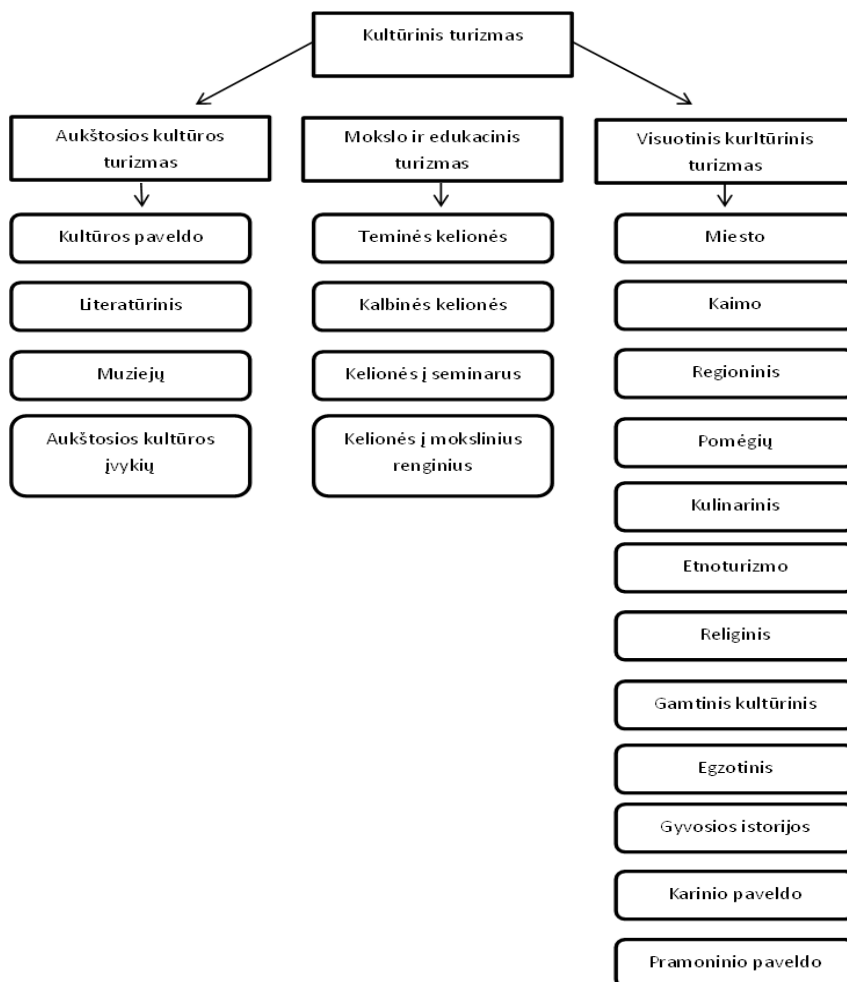
Branduolinis turizmas pasak L. Kužnik (2015) tai tokia turizmo rūšis, kuomet lankomasi civilinės branduolinių bandymų, branduolinių katastrofų vietose, raketų silosuose, bei ten kur atominės bombos iš tikrųjų buvo panaudotos.

Tad galima teigti, jog branduolinis turizmas, tai kelionės į vietas, kurios susijusios su branduoliniais tyrimais ir technologijomis, vietas, kuriose įvyko atominiai sproginiai, arba vietas, susijusias su taikiu ar karo metu naudojamu branduolinės energetikos panaudojimu: branduolinių sproginų vietos (sproginti miestai, ginklų bandymo vietos, vietos, susijusios su taikiu branduolinių sproginų naudojimu), branduolinių avarių ir branduolinį ginklą gabenančių orlaivių avarių vietos, atominiai muziejai.

Nepaisant to, kad muziejai taip pat gali būti laikomi turistų lankomomis branduolinio turizmo vietomis, kai kurie žmonės juos lanko kaip net kaip vietas, kurios simbolizuoja mirtį, o kiti - susižavėję mokslo pažanga. Tuo pačiu metu kai kurie branduoliniai turistai gali nežinoti, kad jie yra branduoliniai turistai. Šie asmenys nežinodami dažnai mėgaujasi „radioaktyviais“ kraštovaizdžiais. Taip apibūdinti galima daugelį aikštelių, esančių šalia atominių elektrinių, į kurias šeimos eina pramogauti, arba kitus nišinio turizmo objektus, kurie priklauso ir kitoms turizmo rūšims.

Conny Bogaard (2012), N. Mažeikienė ir E. Gerulaitienė (2018) tyrė, kad branduolinis turizmas taip pat gali būti laikomas kaip didėjantis paveldo turizmo porūšis. Pastarasis per pastaruosius kelis dešimtmečius smarkiai išaugo. Nėra nieko autentiškesnio kaip apsilankymas istorinėje vietoje, kur vyko istoriniai įvykiai. Turistai tai pripažįsta atostogaudami, nuolat lankydami istorinėse vietose ir muziejuose. Dabar jie į savo maršrutus įtraukia vietas, susijusias su branduolinio amžiaus istorija.

Paveldas, o ypatingai architektūrinis ir apčiuopiamas paveldas jau nuo seno laikomas kultūrinio turizmo pagrindu. Anot D. J. Timothy (2011), paveldo apibrėžimas yra taip pat svarbi kaip ir diskusija apie kultūrinį turizmą. Jis mano, kad paveldas yra tarsi didelis šaltinių spektras, kartu su gyvenimo būdu, senoviniai artefakais ir menu bei architektūra, tai reiškia, kad kultūrinis turizmas ir paveldo turizmas beveik nesiskiria.



2 pav. Kultūrinio turizmo schema. Sudaryta remiantis Mikos v. Rohrscheidt A. (2008)

Žvelgiant į kultūrinio turizmo schemą (2pav.) galima pastebėti, kad nemažai kultūrinio turizmo rūšių galima priskirti ir branduoliniam turizmui: pramoninį paveldą, karinį paveldą, gyvąją istoriją, pomėgių, teminių kelionių, kultūros paveldo, muziejų turizmo. Šiomis turizmo rūšimis galima apibūdinti ir branduolinį turizmą, nes juos sieja tie patys objektai.

Dar vienas terminas susiję su branduoliniu turizmu, kurį nagrinėjo J. E. Tunbridge ir G. J. Ashworth (1996), o branduoliniui turizmui priskyrė N. Mažeikienė ir E. Gerulaitienė (2018) - nepatogus paveldas – tai prasmės ir vertybių sistemų kontrastas tarp praeities ir dabarties. Tunbridge ir Ashworth (1996) priėjo išvados, kad visas paveldas yra nepatogus, apimantis visada tam tikrą

„neaiškumo ar susitarimo ir nuoseklumo trūkumą“. O su paveldu yra neatsiejama ir kultūra. Kultūros paveldas, kultūros turizmas taip pat susijęs su branduoliniu turizmu. Kultūra neatsiejama turizmo dalis. Kultūriniai objektai, renginiai yra viena iš pagrindinių kelionių pasirinkimo priežasčių, o kelionės savaime kuria kultūrą, o ryšys tarp kultūros ir turizmo yra aiškiai apibrėžtas kaip kultūrinis turizmas.

Pastaruosiu metu turistai vis dažniau renkasi aktyvų, edukacinį turizmą, o poilsio ir pasyvusis turizmas užima vis mažesnę turizmo rinkos dalį. Dėl šios priežasties vis labiau populiarėja industrinis turizmas, kuomet lankomasis pramoninėse įmonėse, ir kuriami turistiniai, specializuoti maršrutai. Neveikiantys ar net apleisti objektai bene populiariausi tarp naujų potyrių ištroškusių turistų.

Viena iš industrinio turizmo sričių energetikos turizmas. Turistų apsilankymai energetikos vietose yra viena iš esminių energetikos turizmo dalių. B. Frantal ir R. Urbank (2014) straipsnis prisideda prie turizmo teorijos, suteikdamas kitokį požiūrį į energetikos ir turizmo ryšius. Energetinio turizmo sritys, kurios anksčiau buvo laikomos kaip apsilankymai nebeveikiančiose vietose ar vis dar eksploatuojamose energetikos vietose, kuriose paslaugos buvo skirtos tik turistams, negali būti tik pramoninio turizmo dalimi, nes jie taip pat yra kultūros ir paveldo, nuotykių turizmo dalis. Pramoninis turizmas pripažintas kaip priemonė, kurią pasitelkiant galima didinti regionų turizmo potencialą (Otgaar, 2012). Besikeičiantys turizmo įpročiai, tapo priežastimi dideliu turizmo susidomėjimu ir perteikia didėjančią modernių kelionių įvairovę (Douglas et al. 2001). Energetinis turizmas teikia veiklą lauke, neįprastuose vietovėse, didina žmonių supratimą apie energetiką, kuri yra naudojama ir tai skatina žmones susimąstyti apie tinkamus sprendimus susijusius su energetika ir spręsti dabartinės energetikos problemas. Su energetika susijusias turistines vietas lanko dviejų tipų turistai, tai entuziastai, kurie domisi ir yra šios srities ekspertai, ir antrasis tipas tai turistai mėgėjai, kurie lankosi šiose vietose, bet tuo pačiu ieško ir kitų veiklų, kurias galėtų vykdyti lankantis ten (Trauer, 2006).

Ekskursijos vykdomos siekiant įvairių tikslų: edukacinių, smalsumo, norint patirti naujų potyrių. Energetinį turizmą iš kitų išskiria naujumo faktorius, žmonės, kurie nori keliauti toliau nuo tipinių objektų, pamatyti naujus objektus. Atominės elektrinės kartu aušinimo bokštais gali būti laikomos „šiuolaikinių katedrų“ rūšimis (Hecht, 1997), pritraukdamos turistus, atsiranda, net jaunavedžių, kurie savo vestuvinei fotosesijai pasirenka būtent tokią aplinką (Lukasova, 2011).

Dar vienas pavyzdys - Bataano atominė jėgainė Filipinuose, ji nebuvo pradėta eksploatuoti, ir tai yra pavyzdys, kaip skirtingos interesų grupės vieną objektą sugebėjo išnaudoti dėl skirtingų tikslų (Onishi, 2012). Energetikos įmonė organizuoja ekskursijas tikėdamiesi gauti didesnę finansavimą branduolinei energetikai, o tarptautinė aplinkos apsaugos organizacija „Greenpeace“ organizuoja turus, norėdami atvirksčiai- sumažinti paramą branduolinei energetikai. Panašiai galima

organizuoti ekskursijas ir po kitus objektus skirtingiems interesams. Išskyla svarbus klausimas- ar energetinis turizmas, gali tapti turizmo niša, galinčia prisidėti prie vietos ekonomikos plėtros. Lietuvoje energetinio ir pramoninio branduolinio turizmo ryšius nagrinėjo N. Mažeikienė ir E. Gerulaitienė (2018).

Atominės elektrinės yra neatsiejamos nuo branduolinio ir energetikos turizmo. Todėl B. Frantal ir R. Urbank 2012m. apklausos būdu analizavo dėl kokių priežasčių žmonės renkasi atomines elektrines į savo lankomų objektų sąrašą.

2 lentelė. Atominių elektrinių lankymo priežastys. Sudaryta autorės pagal Todėl B. Frantal ir R. Urbank (2012)

Motyvai	Procentai
Laisvalaikis neįprastose vietose	40
Domėjimasis energija	32
Domėjimasis branduoline energetika	20
Energetikos įtaka aplinkai	32
Branduolinių atliekų likvidavimo problema	20
Kitos priežastys	20

Iš duomenų (2 lentelė) matyti, kad turistai atomines elektrines renkasi dėl „neįprastos vietos“ faktoriaus ir dėl to, kad jiems įdomus elektrinių veikimo principas.

J. Swarbrooke et al. (2003) taip pat teigia, jog egzistuoja keletas panašumų tarp branduolinio ir nuotykių turizmo. Tiek branduolinis, tiek nuotykių turizmas klesti dėl rinkodaros metodų, kuriais siekiama įsitvirtinti. Šiuolaikiniai turistai nori patirties, susijusios su rizikavimu ir jauduliu, būtent tai ir sieja nuotykių ir branduolinį turizmą. Nuotykių turizmas apima keliones ir laisvalaikio užsiėmimus, tikintis, kad jie suteiks naudingą nuotykių patirtį: intelektinę, dvasinę, fizinę ar emocinę riziką ir iššūkius.

Tad apibendrinus J. Swarbrooke et al. (2003), C. Bogaard (2012), P. Triantafyllos (2017), J. E. Tunbridge ir G. J. Ashworth (1996), B. Frantal ir R. Urbank (2014) N. Mažeikienė ir E. Gerulaitienė (2018) ir kitų mokslininkų tyrimus galima teigti, kad branduolinis turizmas yra nišinė turizmo rūšis, tamsiojo, energetikos, nuotykių ir kultūros turizmo junginys, kuomet lankomasi objektuose susijusiuose su branduoline energetika ar šaltojo karo meto objektais.

Remiantis autorių apibrėžimais galima išskirti pagrindinius branduolinio turizmo elementus susijusius su veiklomis taikios ar karinės paskirties branduoliuose objektuose. Tai gali būti šaltojo karo ar branduolinės energetikos tematikos muziejų, parodų lankymas, vykimai į branduolinių raketų saugojimo, paleidimo, ar kūrimo vietas, bunkeriai ir kitos slėptuvės, kurios buvo specialiai

pritaikytos slėptis nuo branduolinių išpuolių, atominių elektrinių lankymas, branduolinių katastrofų ir avarijų vietos tokios kaip: atominės elektrinės kuriose įvyko avarijos ar vietos, kuriose buvo susprogdinti atominiai ginklai.

1.2 Branduolinio turizmo vieta turizmo plėtros kontekste

Turizmas įmantri sistema, kurioje visuomenė, institucijos ir visa infrastruktūra yra tarpusavyje susijusios ir daro įtaką viena kitai (Scuttari et al., 2016). Turizmo plėtros kontekste viena iš sudėtingiausių problemų yra konkurencingumas ir išskirtinumas turizmo rinkoje (Garcia, 2012).

Kelionių planavimas ir pritaikymas turistų poreikių patenkinimui yra priklausomas nuo turizmo pramonės įvairovės, išteklių naudojimo galimybių bei turizmo paslaugų įmonių kuriamų patrauklaus turizmo produktų. Turizmo plėtros potencialas vietovėje dažniausiai priklauso nuo gamtinių ir kultūrinių išteklių, vietinės bendruomenės bendradarbiavimo ir turistinio patrauklumo elementų.

Šiuolaikinio turizmo esminius bruožus nusako tai, kad kelionių metu nebe pasitenkinama tik pramoga, bet pramoga sujungiama kartu su švietimu, žinių kaupimu ir lankomos vietovės kultūros pažinimu. Kartu tai lemia ir naujus sociokultūrinius poveikius, nes mažos turistų grupės, kurios pakankamai ilgą laiką būdamos vietovėje, gali pastebimai paveikti vietos gyventojų kultūrą ir papročius. Dėl šios priežasties planuojant turizmo plėtros politiką vienu iš jos tikslų reikalinga įvardinti sociokultūrinio poveikio kontroliavimą norint išvengti galimų nesusipratimų, o taip pat – ir turizmo plėtros ribojimų. Nepageidaujamų reiškinių sumažinimui reikalinga plati turizmo produkto analizė bei kelionės tikslo vietovės gerinimo strategija, atkreipiant dėmesį į vietinės bendruomenės požiūrį į turistus. Dėl to bandoma pasiekti turizmo paslaugas teikiančių ir jas valdančių organizacijų bendradarbiavimo ir susivienijimo, numatant ir nuolat nagrinėjant turistų ir jų elgsenos pasikeitimus.

Turizmo pramonės augimui įtakos turi, taip pat plačiai besikeičiančios, informacinių technologijų, urbanizacijos, infrastruktūros plėtros, žemės ūkio, kultūros, gamybos ir veiklos, turinčios įtakos beveik kiekvienam ekonomikos sektoriui.

Branduolinis turizmas, kaip ir visa turizmo pramonė, taip pat didėja dėl informacinių technologijų plėtros (Berger, 2006). Yra keletas interneto svetainių, kurios padeda reklamuoti daugybę vietų, susijusių su branduoliniu turizmu, jos skirtos skatinti lankyti tokias vietas visame pasaulyje, ten pažymėtos yra atominių sprogimų vietos, kuriose rodomi susiję eksponatai arba kuriose yra transporto priemonių, skirtų atominiam ginklui pristatyti. Paprastai šios svetainės nėra susijusios su jokiais vyriausybinėmis agentūromis ar turizmo organizacijomis. Tokias svetaines

prižiūri žmonės, suinteresuoti pasidalinti su visuomene informacija apie branduolinio amžiaus istoriją.

Taip pat padėti branduoliniams turistams planuoti savo atostogas yra sukurti „elektroniniai kelionių vadovai“. Tokiuose įrenginiuose žmonėms suteikta prieiga prie žemėlapių, fotografijų, kelionių tvarkaraščių ir įvairių branduolinės istorijos vietų kontaktinė informacija. Tokių „vadovų“ autoriai turi turėti platų mokslinį pagrindą jog galėtų tyrinėti tiek branduolinių ginklų istoriją, tiek vietas, kuriose juos sukūrė ir išbandė. Tokiuose sąrašuose gausu svarbių pastatų, laboratorijų, gamyklų, bombų sprogdinimo vietų. Pateikiama informacija, kaip aplankyti tokias istorines vietas. Tai, kad tokios svetainės ir „kelionių vadovai“ egzistuoja, rodo didėjančią susidomėjimą branduoliniu turizmu.

Gausėjantys branduolinio turizmo mėgėjų srautai priverčia susimąstyti apie turistinės veiklos plėtrą ir galimybes sėkmingai panaudoti, kūrybingai puoselėti turimus branduolinio turizmo ir šaltojo karo paveldo išteklius ir išsaugant paveldą.

Manoma, kad didesnių teisių suteikimas vietos gyventojams skatina bendruomenės dalyvauti turizmo planavime ir plėtroje. Kai kurie autoriai (Nyaupane et al. 2006) siūlo vietos bendruomenių narius įtraukti į turizmo planavimą, nes jie:

- supranta kaip regionas prisitaiko prie pokyčių;
- bus labiausiai paveikti turizmo;
- tikimasi, kad jie taps neatsiejama kuriamo turizmo produkto dalimi.

Sparti turizmo plėtra yra stipriai susisiejusi su turizmo veiklos švietimo poreikio stiprinimu. Nišinis, kaip ir, branduolinis turizmas yra ypatingai svarbi turizmo dalis, kai tam tikros turistų ir vietinių gyventojų grupės susiduria su šia tema (Mažeikienė, Gerulaitienė 2018).

L. Jackson (2006) sukūrė sistemą, skirtą skatinti bendruomenės dalyvavimą ir įsitraukimą į turizmo plėtrą, kuria jis parodė, kad procesas prasideda nustatant pagrindinius suinteresuotuosius asmenis ir interesų grupes, nustatant tarpusavio komunikaciją ir informacijos srautus tarp suinteresuotųjų šalių.

Į branduolinio turizmo plėtrą taip pat svarbu įtraukti visuomenę, pirmiausiai reiktų viešai supažindinti ir atskleisti kas tai yra, kuo ši turizmo rūšis išsiskiria iš kitų ir kokią naudą branduolinio turizmo plėtra vietos gyventojams ir šaliai suteiktų.

Katastrofos yra daugelio socialinių pažeidžiamumų, atsirandančių dėl vykstančių gamtos sąlygų, rezultatas (Cannon, 1994; Wisner ir kt., 2004). Tad jei norime suprasti branduolinio turizmo mėgėjų lankomų vietų vaizdus, reikia atkreipti dėmesį į gilų kontekstą, iš kurio atsiranda ta veikla, o ne sutelkti dėmesį į tiesioginius požymius. Dėmesys kreipiamas nuo individualios psichologijos aprašymo ar lankytojams skirto žvilgsnio aprašymo į socialines ir kultūrinės sąlygas, kurios „verčia“ šiuos lankytojus ieškoti lankytinų vietų.

Nuolat didėjantis mokslinių darbų ir tyrimų skaičius parodo, jog norint išlikti konkurencingiems tarptautinėje rinkoje, senosios turistinės vietovės privalo nepaliaujamai diegti įvairias naujienas. Be to, taip pat manoma, kad senosios turistinės vietos taip pat turi atsinaujinti, kai numatomas sudėtingesnis etapas turizmo verslui. Naujai atsirandantys turistiniai produktai galėtų padėti spręsti kylančias problemas, dėl kurių nukenčia turistinės vietovės suteikiant galimybę išnaudoti turistinį potencialą netradiciniais būdais skatinant nišinio turizmo populiarinimą ir ypač šiame darbe nagrinėjamą branduolinį turizmą. Dėl šių teiginių daug turistinių vietovių tarsi varžosi tarpusavyje dėl teikiamų produktų pasiūlos išskirtinumo ir turizmo plėtros (Rodríguez - Díaz & Espino - Rodríguez, 2008; Faulkner & Tideswell, 2005; Briassoulis, 2004). Branduolinis turizmas kaip nauja turizmo rūšis siūlo išskirtines turistines atrakcijas, ir išsiskiria iš kitų nišinių turizmo rūšių savo unikalumu – tuo, kad yra beveik neįtakojamas sezoniškumo. Paprastai siūloma platesnė paslaugų ir produktų pasiūla norint prisivilioti naujus turistus, galinčius skirti daugiau pajamų ir taip pat siekiant kiek įmanoma labiau panaikinti sezoniškumą (Briassoulis, 2004). Tačiau pasitaiko atvejų, kai naujienų atsiradimas ne visais atvejais padeda ilgam išsiskirti nuo konkurentų (Cooper ir Jackson, 1989; Butler, 1980), tad svarbu stebėti rinką ir domėtis, ko tikisi turistai.

Todėl svarbu išanalizuoti egzistuojančius branduolinius išteklius, kuriais galima remtis kuriant išskirtinius turizmo produktus. Itin svarbu žinoti ar esamas turistinių produktų skaičius yra pakankamas siekiant vykdyti novatorišką branduolinio turizmo plėtrą, atsižvelgiant į objektų išsidėstymą šalies viduje, jų pasiekiamumą ir išskirtinumą.

Turizmo vystymo pagrindiniai elementai saugumas, infrastruktūrą, verslo skatinimas, lankytini objektai ir ir jų suvokimas (Maharaj et al., 2020). Paprastai vietovės, kurios siekia plėtoti branduolinį turizmą turi ne vieną susijusį lankytiną objektą, tai vienas iš skatinamųjų veiksnių atvykti turistams.

E. Inskeep (1991) teigia, jog turizmo plėtros kontekste turistiniai objektai yra turizmo plėtros pamatas, nes jie yra esminiai turistinių produktų elementai, kurie atskleidžia, kokio tipo turizmo entuziastai turėtų susidomėti jais. Lankytinos vietos – kelionės tikslai yra elementai, kurie leidžia išsiskirti turistinėms vietovėms.

Vėliau S. Smith (1994) pateikė kitą nuomonę, kad svarbiausi turizmo produkto plėtrą skatinantys resursai yra darbuotojai, gamtinė aplinka ir visa ūkinė veikla. Pasak jo, šie ištekliai yra tarsi atsiveriantys vartai ir labai svarbi lankytinų objektų dedamoji ir stipriai paliečia turizmo infrastruktūrą. Šis dėmuo yra pagrįstas pagrindiniais ir tarpiniais resursais, kurie įgalinami teikiant paslaugas, kurios orientuotos į turizmą, tai yra: apgyvendinimo, maitinimo, ekskursijų paslaugas. Šie tarpiniai rezultatai tampa turizmo produkto dalimi turistine patirtimi, kai šiomis paslaugomis naudojasi klientai. Tad į turizmo plėtrą įtrauktos vietos bendruomenės ir jų suteikiamos paslaugos yra labai reikšminga turizmo dalis.

Visame paslaugų sektoriuje svarbiausią vaidmenį atlieka žmonės, šiuo atveju turistai ir jiems paslaugas suteikiantis personalas atsižvelgiant į žmonių pomėgius, patirtis ir pasirinkimus galima galima lengviau suprasti, ko jie nori ir vykdyti nišinių turizmo sričių plėtrą, kurti novatoriškus turistinius produktus, taip pat išlaikyti vietinę kultūrą ir remiant vietinį verslą

H. Pechlaner et al. (2009) manymu, naujų turizmo produktų steigimo etapai turi tapti inovacijų sistemos dalimi. Atsižvelgiant į turizmo produktų kūrimo esmines kompetencijas, kurios, anot H. Pechlaner ir B. C. Döpfer (2009), yra išskirtinė turistinėje vietovėje esančių išteklių, žinių ir technologijų kombinacija, sudėtinga tai atkartoti (Pechlaner ir Döpfer, 2009; Pechlaner et al., 2009). Branduolinio turizmo objektai ir išsiskiria savo infrastruktūra, teikiamomis istorinėmis ir technologinėmis žiniomis. Viena iš inovacijų bėdų visuose sektoriuose yra konkurencingumas. Atkreipiant dėmesį į naujas tendencijas galima pastebėti, jog pagrindinės priežastys kurios skatina keliauti dažniausiai yra susiję su konkrečia tema, ar vieta, o ne tik su konkrečiais kelionės tikslo ištekliais (Pechlaner ir Döpfer, 2009; Pechlaner ir kt., 2009). Todėl turizmo temos išskirtinumas ir konkretumas yra labai svarbus. Pagrindinių išteklių išskyrimas yra itin reikalingas, nes neidentifikavus ar neteisingai identifikavus galima priimti neteisingus sprendimus, todėl svarbu tinkamai atrinkti ir išskirti objektus, kurie būti tinkami branduoliniui turizmui plėtoti. Dėl to reikalinga išsiaiškinti atsakymus į klausimus:

- Kokie elementai daro regioną išskirtiniu?
- Identifikuoti kokie vertingiausi objektai yra pasirinktame regione?
- Išsiaiškinti ar nėra apribojimų pasirinktai veiklai?

Branduolinių objektų yra visoje Lietuvoje čia itin gausu branduolinių slaptaviečių, bunkerių, raketų saugojimo ir paleidimo bazių ir žinoma atominė elektrinė. Vertingiausi yra tie objektai, kurie vis dar geros būklės, nereikalaujantys didelių renovacijos išteklių ir išsiskiriantys savo istorija. Tereikia, apjungti šiuos objektus tarpusavyje – sukuriant turistams patogius maršrutus keliauti.

Galima teigti, kad branduolinis turizmas yra specialiųjų poreikių turizmo rūšis, kuri atspindi šaltojo karo laikotarpį įvairiais aspektais. Stebint kitų šalių pavyzdžius, galima teigti, jog sukūrus maršrutą, kuriuo būtų lankomi branduolinio turizmo objektai sulauktų nemažai turistų dėmesio. Remiantis Ukrainos, Japonijos, JAV ar kaimyninės Latvijos pavyzdžiais, matoma, kad branduolinis turizmas yra gan lengvai pritaikomas turizmo sektoriuje ir atneša naudą šalims ir vietos bendruomenėms. Branduolinių objektų naudojimą turizme galima sieti su visomis turizmo rūšimis: išvykstamuoju, atvykstamuoju ir vietiniu. Būtina nepamiršti vietinių, nes jiems taip pat svarbu prisiliesti prie istorijos, kurios dalimi buvo ir patys, prisiminti praeitį. Siekiant išanalizuoti branduolinių objektų padėtį turizmo sektoriaus kontekste, buvo įsitikinta jog branduolinis turizmas sudarytas iš kitų turizmo rūšių. Branduoliniai objektai yra paveldo dalis, tai ką valstybė paveldėjo iš

anksčiau, o kartu tai ir kultūros dalis, paveldas taip pat siejamas su istorija, tai tampa istorinio etapo – šaltojo karo turizmo dalimi.

Turizmo produktų, skirtų parduoti įvairioms rinkoms, kūrimas daro įtaką ekonominei gerovei, taip pat užtikrinant paskirties vietos išsaugojimą, duoda galimybę turistams gauti unikalią patirtį ir kuria veiksnius, kurie leidžia turistinei vietai būti konkurencingai ir išsiskirti iš konkurentų. Manoma, jog kai kurie turistiniai objektai nėra populiarūs, dėl nesugebėjimo atsinaujinti, periodiškai įgyvendinti inovacijų ir suteikti klientams vis naujų patirčių ir taip pat jų sėkmingai įtraukti į savo veiklą. Branduolinis turizmas dar gana neatrastas ir inovatyvus, tad sėkmingai galėtų padėti kuriant ir naujus turizmo produktus.

Nustačius turistinių vietų pagrindinius išteklius, H. Pechlaner ir kt. (2009) minėjo, kad holistiniu ir integruotu būdu galima suteikti turistui jam patrauklių paslaugų pasiūlą ir kad turistai jas supranta kaip unikalią turistinę patirtį. Todėl neprivaloma pabrėžti išskirtinių savybių, tokių kaip gamtinė ar kultūrinė aplinka, kurios turi būti skiriamos tematikai, net jei šios savybės ir toliau yra siūlomų produktų esmė.

M. M. Santos et al. 2014 atliktame tyrime, pastebėta tendencija, kad labiausiai vertinamas turistų užsiėmimas lankantis naujose vietose yra ekskursijos - į kurias vyksta daugiau nei pusė keliaujančių žmonių. Tyrime jie taip pat nustatė, kad verslo struktūrų dalyvavimas vietovės populiarinime stipriai pagerintų procesus ir verslo iniciatyva yra itin reikalinga, kuriant turizmo produktus. Branduolinio turizmo vietovės, įdiegdamos naujus turistinius produktus, ir atnaujinamos tikslingas kelionių vietas, tarsi sustabdo tokių nišinių vietų nykimą. Reguliariai atnaujinant savo paslaugas sudaromos sudėtingos sąlygos plagijavimui ir konkurentai negali paprastai kopijuoti, taip užkertamas kelias pranašumo ir išskirtinumo sunykimui ir išsaugomas konkurencingumas.

Taigi, remiantis turimais ištekliais, būtų galima rengti teminius turus, papildomus siūlant vietines maitinimo paslaugas, susiejant jas su tema, taip pat leidžiant apsilankyti išskirtinėse vietose kur turistams būtų galimybė dalyvauti ekskursijose, edukacinėse veiklose. Taip pat būtų galima pasiūlyti seminarus apie branduolinius produktus, jų kūrimo istoriją, šaltojo karo laikotarpį įtraukiant ir sudominant turistus interaktyvumu. Novatoriškas tokio turizmo pobūdis leistų turistams suteikti unikalią ir įsimintiną turizmo patirtį ir leistų patirti neišdildomus įspūdžius.

Stebint pasaulines tendencijas branduolinis turizmas, turizmo kontekste užima vis didesnę vietą, nes visos šalys ir visi regionai yra suinteresuoti išsiskirti iš kitų ir turėti kažką savito. Branduolinio turizmo objektų nėra daug, ir ne visos šalys jų turi, tai istorinis, technologinis paveldas, dėl kurio šalys ar atskiri regionai išsiskiria ir sėkmingai pritraukia daug turistų.

1.3 Branduolinio turizmo struktūra

Pasaulyje nėra vieningos turizmo politikos, nepaisant to, kad kartais iškyla diskusijų dėl jos reikšmės ir reikalingumo įvairių šalių politikos srityse, kurios daro įtaką turizmo sektoriui, veiklos kryptys ir prioritetai yra skirtingi. Valstybių turizmo politikai ir jos formavimui įtaką daro kitos politikos sritys.

Žmonės nuolat traukė rizikingos vietos, tad traukos objektais neabejotinai tapo ir branduolinio turizmo objektai. Dabar senosios branduolinių bandymų aikštelės ir branduolinių avarių vietos virsta vienomis iš populiariausių turistų lankomomis vietomis. Branduolinį turizmą siejamas su nemažai kitų rūšių turizmo: Šaltojo karo, kultūrinio, industrinio, nelaimių, tamsiojo, paveldo.



3 pav. Branduolinio turizmo sąsaja su kitomis turizmo rūšimis, sudaryta autorės remiantis J. Swarbrooke et al. (2003), C. Bogaard (2012), P. Triantafyllos (2017), J. E. Tunbridge ir G. J. Ashworth (1996), B. Frantal ir R. Urbank (2014) N. Mažeikienė ir E. Gerulaitienė (2018) ir kitais autoriais.

Turizmo sistema – sudėtinga sistema, kurią sieja daug elementų (3pav.). Ją galima vadinti individualia sistema, bet jei įtakos turi kitos sistemos, kurios ją papildo. Turizmo sistema greit besikeičianti ir iki galo neapibrėžta. Branduolinį turizmą, sudaro lygiavertės kitų turizmo rūšių dalys, tačiau žvelgiant giliau, užimama dalis gali priklausyti ir nuo atskiro objekto, energetinis turizmas nebūtinai gali būti susietas su nelaimių turizmu, o tamsusis turizmas su industriniu turizmu.

Stebint žiniasklaidą galima pastebėti, kad branduolinio turizmo žinomumas auga, nors objektų ir vietovių lankymas gan brangi turizmo rūšis. Dėl nutrūkusių branduolinių bandymų ir vietų, kurios nebėra naudojamos pagal buvusią paskirtį šalių vyriausybės turėtų atkreipti dėmesį į tai, kokią ekonominę naudą galėtų gauti iš šaltojo karo metais naudotų branduolinių objektų. Pagal tai kokie objektai yra išlikę ir kokia jų dabartinė būklė juos galima pritaikyti įvairių turistų įgeidžiams tenkinti: nuo nardymo atominiuose kurortuose, ar ekstremalesnėse, radiacijos labiau paveiktose vietose ir dėl to jaučiant daugiau jaudulio ir emocijų kaip Černobyliis, kuriame tarsi sustojęs laikas ir lankydamasis ten grįžti į praeitį.



4 pav Branduolinio turizmo objektai, sudaryta autorės remiantis J. Swarbrooke et al. (2003), C. Bogaard (2012), P. Triantafyllos (2017), J. E. Tunbridge ir G. J. Ashworth (1996), B. Frantal ir R. Urbank (2014) N. Mažeikienė ir E. Gerulaitienė (2018) ir kitais autoriais.

Branduolinio turizmo objektų, kurie gali būti pritaikomi turizmui yra daug (4pav.). Didžioji jų dalis buvo sukurti visai ne kaip turizmo objektai, o energetinės ar karinės paskirties objektai šaltojo karo metu, kurių paskirtis dabar pritaikyta turizmui. Tik kai kurie branduolinės ar šaltojo karo tematikos muziejai buvo kuriami jau po 1991m., su aiškia, kaip turistinių objektų funkcija.

Branduolinio turizmo entuziastai trokšta patirti daugiau įspūdžių ir trokšta daugiau jaudulio, kai lankydamiesi tokiuose objektuose turi būti itin atsargūs siekdami išvengti per didelės radiacijos

dozės ar tiesiog stengdamiesi nesusižeisti branduolinio ginklo saugykloje, taip pat lankydamiesi su šaltojo karo metu susijusiuose objektuose jie tarsi pajunta to laikotarpio žmonių išgyvenimus (Lau, 2007).

Turizmo sektoriaus struktūra visuose regionuose turi kiekybinių ir kokybinių skirtumų, šie skirtumai turi tiesioginę priklausomybę nuo šalių išsivystymo, infrastruktūros, ekonominio lygmens, atvykstamojo turizmo srautų, valstybės politikos dėl turizmo (Spiriajevas, 2007).

Turizmo sektoriuje matomas didėjantis turistų skaičius besirenkančių keliones, kurios nukreiptos į patirties siekimą, jie atsisako įprastų maršrutų ir renkasi tai, kas kelia emocijas -

„Aštrių pojūčių mėgėjams Lietuvoje greičiausiai neatsiras tokių išskirtinių pramogų, kokios siūlomos užsienyje. Mūsų šalyje yra nuosaikios paslaugos ir maršrutai: modernūs gamtos muziejai nacionaliniuose parkuose, pažintiniai takai ir apžvalgos bokšteliai, maršrutai po pelkes, kulinarinio paveldo – alaus ar pieno keliai. Taipogi Lietuvoje yra objektų, įtrauktų į pasaulio lankytinų tamsiojo turizmo objektų sąrašus, galinčių sudominti aštresnių pojūčių ieškotojus: atominis bunkeris, KGB muziejus...“ (Hopenienė, 2017).

Mokslinėje literatūroje randama įvairių branduolinio turizmo sąvokos interpretacijų. Galima teigti, kad branduolinis turizmas yra sudėtinis konceptas, ir vis dar trūksta jungtinės sąvokos sampratos.

1.4 Branduolinio turizmo plėtra užsienio šalyse

Manhatano projektas.

Manhatano projektas ir atominės bombos kūrimas tikriausiai visada bus laikoma neatsiejama Amerikos ir viso pasaulio istorijos dalimi, labai svarbu, kad liktų su tuo susijusių objektų, o jų dar yra, tereikia tas vietas išsaugoti. Pasibaigus šaltajam karui, dėmesys nuo ginklų tyrimų ir plėtros persikėlė į turimo pertekliaus naikinimą.

Visame pasaulyje sritys, kuriose vyriausybės išbandė atomines bombas, o mokslininkai atliko naujus atominės energijos tyrimus, tampa turistų vis labiau lankomomis vietomis. Ypač Jungtinėse Valstijose kuriami ir stebėtinai gausiai lankomi muziejai, skirti papasakoti apie branduolinės energetikos raidą ir istoriją. Vietos bendruomenės, remiamos nacionalinės vyriausybės, pasisako už tokią naują branduolinio turizmo tendenciją. Trijuose slaptuose Manhatano projekto miestuose - Los Alamos, Oak Ridge ir Hanford - ir jų apylinkėse muziejai ir išlikę objektai pasakoja atominės energijos istoriją ir iliustruoja bendras pastangas, būtinas norint išsaugoti ir pateikti sudėtingus istorinius istorinius objektus (Berger, 2006).

Bradberio mokslo muziejus yra oficialus Manhatano projekto, kurio pagrindinis vaidmuo buvo sukurti pirmąją pasaulyje atominę bombą, muziejus. 1954 m. atidarytas Bradberio mokslo muziejus, kurio uždavinys papasakoti atliktų tyrimų istoriją, paaiškinti veiklą ir vaidmenį nacionalinio saugumo programose. Šiame muziejuje eksponatai perteikia mokslo programos istoriją, kurios rezultatas – atominis ginklas. Vien tik pirmaisiais metais muziejų aplankė 14 000 lankytojų iš įvairių valstybių. Jo vieta, buvo nepatogi lankymuisi, todėl 1993 m. muziejus perkeltas į Los Alamos miesto centrą. Perkėlę į labiau prieinamą vietą, buvo pastebimai išaugęs lankytojų skaičius, ir pastebėta, kad centrinė vieta yra labai svarbi norint pritraukti lankytojus. Nepaisant to, kad Los Alamosas yra nedidelis miestas, jis vis tiek traukia turistus iš viso pasaulio. Nuo pat atidarymo naujoje miesto vietoje beveik 110 000 lankytojų kasmet apsilanko muziejaus darbuotojų organizuojamuose renginiuose ir ekskursijose (Gerster, 2013)

Oak Ridge vienas Manhatano projekto slaptųjų miestų, taip pristatomas reklamos tikslais. Šis miestas buvo įkurtas gaminti uraną atominei bombai, o dabar lankytojams siūlantis išskirtinį praeities, dabarties ir ateities junginį. (Berger, 2006) . Šis miestas vilioja lankytojus informaciniais leidiniais ir internetine svetaine, kviečiant žmones susipažinti su istorija. Glaudus ryšys su savo praeitimi ir gera rinkodara padėjo užtikrinti, kad šiame regione būtų pasakojama Manhatano projekto ir atominės energetikos istorija (Berger, 2006).

Tenesio valstijos valdžia mano, kad Oak Ridge mieste esantis atominis muziejus turi ir gali sėkmingai veikti nesitikėdamas pelno, valdžia skatina ieškoti investuotojų, galinčių populiarinti regioną ir ten esančius objektus. Gyventojams įprastai rūpi vietų išsaugojimas ir turizmo ir jų gyvenamosios vietovės ekonominė plėtra. Pastebėdami problemas gyventojai siekia išlaikyti tai kas vis dar išlikę vietose ateičiai, nori išsaugoti egzistuojančius muziejus ar steigti naujus (Molella, 2003) Dažnai dėl to, kad branduoliniai objektai neretai nėra laikomi paveldu, jiems tenka tarpusavyje konkuruoti su tipiniais paveldo objektais.

Nuo XXa. vidurio muziejai gerokai praplėtė savo ekspozicijas, vykdė plėtrą, modernizavosi ir tapo vienu iš populiariausių turistinių vietovių ir edukacijos centrais. Begalės lankytojų peržiūrėjo muziejų kolekcijas. Minėtieji muziejai neabejotinai turi ypatingą rolę kuriant visuomenės požiūrį apie branduolinį turizmą ir prisideda prie jo populiarumo augimo.

Černobylis

1986 m. balandžio 26 d., po eksperimentinio ketvirtojo reaktoriaus uždarymo Černobylio atominėje elektrinėje Ukrainoje, visas pasaulis išgirdo apie didžiausią branduolinę avariją. Po avarijos nepaisant galimų sveikatos problemų, nelegalus turizmas Černobylio zonoje klestėjo. 2011 m. Ukrainos vyriausybė leido vesti oficialias ekskursijas į zoną ir Pripetės miestą (Stone, 2013)

Aišku, todėl Černobyliis tapo tikslu, susijusiu su tamsiuoju turizmu ir „tamsesne kelionių puse“ (Sharpley and Stone, 2009). Černobyliis yra kone geriausiai žinomas pavyzdys kaip pramoninės katastrofos vieta gali tapti itin turistiška ir viena iš lankomiausių vietų šalyje. Iš tiesų, Černobyliis yra paminklas šaltojo karo paslaptims ir nesėkmėms, perspėjimas apie branduolinės energetikos utopijos istoriją (Hetherington, 1997). Dabar žodis „Černobyliis“ patekęs į šiuolaikinę kalbą, gali reikšti ne tik fizinės aplinkos niokojimą ir užteršimą, bet ir terminą, vartojamą žymėti kultūros sunaikinimą ar socialinių santykių griūtį (McKernan ir Mulcahy, 2008).

Maždaug šeši procentai Ukrainos nacionalinio biudžeto yra skiriama su Černobyliu susijusioms išmokoms ir programoms, tad politikai siekia dalį užterštos žemės grąžinti produktyviam naudojimui (Choi, 2011).

Tūkstančiai žmonių anksčiau vykdė nelegalias vadinamąsias „Černobylio keliones“ (Bennetts, 2011). Dabar griežtai reguliuojamos ekskursijos turistams suteikia galimybę pasivaikščioti po Pripetės miestą arba pamaitinti didelius šamus, gyvenančius atominės elektrinės aušinimo tvenkinyje, papietauti kavinėje Černobylyje (Lehren, 2012). Be to, turistai, turėdami dozimetrus, gali išmatuoti žemės ar daiktų radioktyvumo lygį. Lankantis galima pamatyti kitoki sovietinio kaimo gyvenimą. Pavyzdžiui, viename kaime esančioje Šv. Mykolo bažnyčioje pamaldos vis dar vyksta žmonėms, kurie po nelaimės grįžo į savo namus (Bennetts, 2011).

Turistai, už mokesčių, dabar gali susitikti su neįprastoje, radioaktyviausioje pasaulio teritorijoje gyvenančiais žmonėmis (Blackwell, 2012). Minint ekskursijas į Černobylio zoną, verta paminėti, kad 2019m zoną legaliai aplankė jau virš 170 000 žmonių. Ir poreikis toliau auga. Beje, po tokių filmų kaip „Černobylio dienoraščiai“ ar HBO sukurto serialo „Černobyliis“, lankomumas ženkliai išauga. Tai leidžia manyti, kad viešojoje erdvėje pasirodanti informacija, kinas ir laidos daro tikrai didelę įtaką turizmui.

G. Yankovska ir K. Hannam (2013) atliktame tyrime pastebėjo, kad kelionių vadovų darbas, lankytinų vietų interpretavimas daro didelę įtaką turistų patirčiai. G. Di Chiro (2000) teigė, kad turizmas gali suteikti daug edukacinės patirties, auginant suvokimą apie šiuolaikines problemas. Pasak kelionių vadovų ir operatorių dirbančių Černobylyje nemažai turistų tikisi edukacinės patirties, kad galėtų patys išsiaiškinti katastrofos padarytą įtaką sveikatai ir aplinkai. Kelionių vadovai teigia, jog kartais tenka bandyti pakeisti turistų požiūrį siekiant supažindinti su praeities klaidomis ir siekiant pateikti teisingą informaciją.

Visa tai leidžia manyti, kad tinkami valdžios veiksmai, tikslingos investicijos, kompetetingi kelionių vadovai ženkliai prisideda prie branduolinio turizmo augimo. Unikali paslauga ir turai sudomina turistus, o kartu persipynus istorija apie branduolinę praeitį leidžia turistams patirti neįprastus potyrius ir taip pritraukia naujų potyrių ieškotojus.

Hirošima

Kiekvienais metais Hirošimos atominės bombos muziejus priima daugiau nei 1 milijoną lankytojų. Kelionių vadovai Hirošimą įvardija kaip būtiną atvykstantiems lankytojams: daugumoje kelionių yra išvyka į pirmojo atominio bombardavimo vietą. Hirošimos atominės bombos muziejus, kuris neseniai buvo paskelbtas, kaip viena svarbiausių Japonijos turizmo vietų, nėra naujas reiškinys. Turizmo plėtra buvo varomasis faktorius formuojant Hirošimos atminties kultūrą jau seniai (Schafer, 2016).

Turizmo plėtos požiūriu Japonijoje atominės bombos sprogdimas pasiūlė patrauklų pajamų šaltinį. Valdininkai žinojo, kad Hirošima taps „vieta, kurią aplankys visų šalių žmonės“ (Hiroshimashi, 1982).

Hirošimos memorialinio įvaizdžio kūrimas buvo įtrauktas į savivaldybių turizmo plėtos planus. Miestas kėlė didelius lūkesčius dėl turizmo, ypač dėl atvykstamojo turizmo ir atvykstančių turistų finansinio poveikio (Schafer, 2016).

Turizmo srityje atliekami tyrimai dažniausiai tiria keliaujančius žmones, jų emocijas, motyvaciją, suvokimą. Dar 1952 m. miesto kronikoje, buvo rašoma, kad lankymasis Hirošimoje „teikia tikrą malonumą“ (Hiroshima shisei yōran, 1952). Turizmo teikėjams pavyko išplėtoti turizmą taip, kad, jis tenkintų skirtingų turistų poreikius.

Branduolinis turizmas tai išskirtinė turizmo rūšis, kuri glaudžiai sieja nišinį turizmą ir tam tikrą istorijos tarpą. Nepaisant dvejonų dėl Hirošimos kaip turistinio objekto, turizmo srities mokslininkai daug dėmesio skyrė nišinio „tamsiojo turizmo“ (Lennon ir Foley, 2000), „mirties turizmo“ (Seaton, 1999) bei „juodųjų dėmių“ (Rojek, 1993) analizei. Nors terminai skirtingi, tačiau jie nurodo turizmo vietas, kurios yra susietos su didelio masto nelaimėmis. Hirošima yra laikoma ankstyvojo tamsiojo turizmo pavyzdžiu. Turizmas visada gretino laisvalaikio pramogų, tobulinimosi, švietimo ir ekonomikos elementus kurie paskatino tamsiojo turizmo augimą. Tamsiosios turizmo vietos turistams patinka dėl išskirtinumo nuo kitų turistinių vietų (Schafer, 2016).

Pirmasis istorijoje įvykdytas atominis puolimas tapo priežastimi, dėl kurios turistai keliauja į Hirošimą, kas pavertė ją - kelionės tikslu (Kirshenblatt-Gimblett, 1998). Kita vertus, Hirošimos išskirtinumas sukuria neigiamą įvaizdį, dėl kuriuo žmonės gali jaustis prastai. Dėl šios priežasties imta įvairias lankytinas vietas pervadinti geresnes emocijas sukeliančiais pavadinimais pavyzdžiui „Hirošimos taikos memorialinis muziejumi“, realybėje vadinamas „atominės bombos muziejumi“ (Schafer, 2016).

Šie pateikti istoriniai faktai, kurie parodo, jog turizmo plėtra buvo ir yra Hirošimos dalis. Analizuojamas branduolinis turizmas yra neatsiejama Hirošimos paveldo dalis ir įrodo, kad turizmas ir nelaimės minėjimas gali būti suderinami. Hirošima yra vienas pirmųjų branduolinio ir

tamsiojo turizmo pavyzdžių. Dėl savo autentikos, sukeltų emocijų ir gaunamos patirties ten besilankant yra branduolinio turizmo objektai ir yra populiarūs ir išsiskiria iš kitų objektų.

Dabar į branduolinį turizmą žvelgiama išryškinant jo unikalumą ir/ar įprastumą. Tad kaip atskiriamas įprastas ir išskirtinis branduolinis turizmas? Reikia paminėti, kad parodos, muziejai, i branduolio paveldo objektai ir atominių elektrinių lankymas nėra banalios patirtys (Jaume, 2017).

Molella (2003) teigimu, atskleidžiant daugiau istorijos faktų, pasakojant apie branduolinio ginklo platinimo pasekmes, bus padidintas žmonių susidomėjimas šia sritimi, lankytinuose objektuose išaugs lankytojų srautai, tai greičiausiai padidins visuomenės susidomėjimą ir lankymąsi. Branduolinio turizmo objektai nebėra paslėpti įvairiose slaptavietėse. Todėl egzistuojančias paveldo vietas privalu išlaikyti ir rekonstruoti atkreipiant dėmesį į naują diskursą, kuris atspindėtų šiandienines aktualijas.

Ir nors prabėgo nemažai metų problemų išliko, nors jos dabar šiek tiek skiriasi. Branduolinio paveldo objektai bando prisitaikyti prie šių dienų. Muziejai ir kitos vietos susijusios su branduoliniu laikotarpiu pamažu tampa vietomis, kuriomis gali pasinaudoti žmonės, norėdami artimiau susipažinti su branduoliniu laikotarpiu. Visuomenė turėtų būti suinteresuota, jog objektai sėkmingai veiktų, jog visi galėtų susipažinti su tų dienų istorija.

J. Berger (2006) teigė, kad įvertinus vietas ir muziejus, tyrinėjančius branduolinę istoriją, galima pastebėti, kad viešasis susidomėjimas egzistuoja. Kadangi egzistuoja tiek daug skirtingų grupių, skatinančių branduolinį turizmą, tikėtina, kad šaltojo karo laikotarpio istorija ir to laikotarpio objektai išliks. Glaudus bendradarbiavimas ir sąmoningumas padeda atkreipti dėmesį į vietas, kurioms gresia pavojus, skatinant tolesnes išsaugojimo pastangas. Ateityje tikimasi atstatyti, išsaugoti ir atnaujinti svarbias vietas, kad kuo daugiau lankytojų galėtų jomis naudotis, sukurti šalies paveldo turizmo planą, kuris užtikrintų nuolatinį branduolinės istorijos aiškinimą visoje šalyje.

Iš pastarojo meto branduolinio turizmo plėtros kitose šalyse tendencijų galima pasisemti naudingų naujų idėjų ir požiūrių, kuriuos būtų galima pritaikyti siekiant populiarinti branduolinį turizmą Lietuvoje

1.5 Branduolinio turizmo, kaip nišinio turizmo plėtros politika Lietuvoje

Lietuvoje kasmet didėja ne tik atvykstamojo turizmo srautai, bet auga ir vietinis turizmas. Atvykstantieji turistai vieši ne tik didžiuosiuose, bet ir mažesniuose miestuose. Istorinio ir kultūrinio paveldo yra visuose Lietuvos regionuose. Turistams patrauklios neilgos pažintinės kelionės ir ekskursijos, vis labiau populiarėja netradicinės vietos. Dėl to nišinio, o kartu ir branduolinio turizmo plėtra tampa vis reikšmingesnė ekonomikos dalis. Tai ne tik naujų, papildomų

pajamų šaltinis, bet ir naujos darbo vietos, papildomų prekių ir paslaugų pardavimas, infrastruktūros plėtra.

Plėtodamos turizmą ir siekdamos pagerinti šalies ekonomiką šalys konkuruoja tarpusavyje. Didėjanti konkurencija sudaro galimybes atskirus šalių regionus siūlyti kaip turistines vietas. Sustiprėjus turizmo rinkodarai kelionių vietos tampa unikalėmis, ir atkreipiant dėmesį į paklausą atsirado išskirtinių nišinių turizmo rūšių.

Deja, bet septynioliktosios Lietuvos Respublikos vyriausybės programoje turizmas nėra numatytas tarp prioritetinių ūkio šakų, tačiau “tikimasi plėtoti integruoto ekologinio turizmo Lietuvoje sistemą“. Kuri turėtų apimti istorinės atminties vietas, istorinio paveldo objektus, apsaugant juos nuo nekontroliuojamo turizmo padarinių, saugant gamtos išteklius ir didinant žmonių užimtumą bei krašto pajamas” ir “skatinti kultūrinio turizmo plėtojimą, prisidedant prie kūrybiškos ir sumanios visuomenės ugdymo”.

Pastaruoju metu atliekama vis daugiau turizmo politikos tyrimų. I. Svetikienė (2002), J. Stulpinaitė (2016), P. Grecevičius ir kt. (2002), A. Baležentis ir B. Žuromskaitė (2012), V. Navickas ir A. Malakauskaitė (2009), tyrė turizmo politikos raidą, analizavo plėtrą ir konkurencingumą. Turizmo politika - tikslingi valstybės veiksmai, darantys įtaką turizmui, išskiriantys esminius turizmo sektoriaus tikslus ir jų vykdymo priemones (Grecevičius ir kt., 2002). Tai veismų procedūrų visuma, nukreipta į tikslingą turizmo veiklą (Edgell et al., 2008).

Nors mokslininkų susidomėjimas auga, bet Lietuvos turizmo plėtros politika išlieka per mažai analizuota. Pasak Junevičiaus ir Alberkto (2017) valstybės formuojama turizmo politika turi daug įtakos turizmo plėtrai ir vystymuisi. Lietuvoje turizmo politika ir planavimas organizuojama remiantis Nacionaline turizmo plėtros programa, turizmo įstatymu ir regioniniais projektais.

Lietuvos turizmo plėtros 2014–2020 metų programa skirta turizmo plėtros tikslams ir uždaviniams išskirti, „kurie apima konkurencingų turizmo produktų ir paslaugų kūrimą, turizmo infrastruktūros ir paslaugų plėtrą, palankios turizmo verslui aplinkos kūrimą ir skatinimą, veiksmingų rinkodaros ir komunikacijos priemonių diegimą didinant Lietuvos turizmo konkurencingumą ir žinomumą Lietuvoje ir tarptautinėse rinkose“ (Lietuvos turizmo plėtros 2014–2020 metų programa).

Vis dar galiojančioje Lietuvos turizmo plėtros 2014–2020 metų programoje, numatyti tikslai:

- „strateginis tikslas – didinti Lietuvos turizmo sektoriaus konkurencingumą,
- plėtoti turizmo infrastruktūrą ir gerinti paslaugų kokybę,
- didinti Lietuvos, kaip turizmo valstybės, žinomumą ir gerinti jos įvaizdį,
- mažinti turizmo paslaugų sezoniškumą,,

ir uždaviniai, kuriais remiantis siekta įgyvendinti ir turizmo plėtros politiką:

- „plėtoti kultūrinio turizmo, verslo turizmo, sveikatos turizmo ir ekologinio turizmo viešąją ir privačią infrastruktūrą prioritetiniuose turizmo plėtros regionuose,
- kurti ir populiarinti turizmo maršrutus, kultūros kelius, turizmo trasas,
- gerinti Lietuvos pasiekiamumą,
- tobulinti turizmo sektoriuje dirbančių specialistų kompetencijas,
- skatinti turizmo paslaugas teikiančių įmonių akreditaciją ir (arba) sertifikavimą,
- skatinti kurti ir įgyvendinti elektroninės rinkodaros projektus,
- vykdyti kompleksinę rinkodarą prioritetinėse atvykstamojo turizmo rinkose,
- bendradarbiauti su kaimyninėmis valstybėmis, įgyvendinant bendrus tarptautinius turizmo rinkodaros projektus,
- didinti kultūrinių renginių ir pramogų pasiūlą ne per turizmo sezoną,
- didinti ir plėsti kaimo turizmo paslaugų pasiūlą ne tik per turizmo sezoną“ (Lietuvos turizmo plėtros 2014-2020 metų programa).

Maksimalus siekis išgauti kuo didesnę ekonominę naudą dabar ir didelę konkurenciją turizme, daro įtaką turizmo plėtrai, ir dažnai gali daryti neigiamą įtaką ekonomikai keliautojus priimančiose šalyse, jei tai per dideli turistų srautai turimai infrastruktūrai ir taip netgi sumažinti konkurencingumą. Šį reiškinį nagrinėja įvairūs pasaulio mokslininkai Jungtinių tautų ir Pasaulio turizmo organizacijos ekspertai. Turizmo politika Lietuvoje pradėta plėtoti nuo 1995m., kai buvo įsteigta Valstybinė turizmo taryba. Šiuo metu galiojančioje Lietuvos turizmo plėtros 2014 – 2020 metų programoje, branduolinis turizmas nėra išskirtas kaip prioritetinė, nišinė turizmo rūšis, tačiau šiame dokumente prioritetu laikomas kultūrinis turizmas iš kurio išsišakoja ir nagrinėjamas branduolinis turizmas. Lietuvos turizmo plėtros programoje rašoma, kad tai „laisvalaikio poreikių tenkinimas pramogaujant tam tikslui skirtuose objektuose“ ir taip pat pabrėžiama, jog šios turizmo rūšies plėtra yra „viena veiksmingiausių priemonių turizmo vietovių konkurencingumui didinti, sezoniskumui mažinti, kelionės trukmei ilginti ir paslaugų verslo sąlygoms gerinti“.

Tačiau, susiduriama su problema, kad branduolinio turizmo objektai nėra laikomi kultūriniu paveldu, Turizmo plėtros Visagino savivaldybėje 2011-2018 metų plane nėra išskiriamas branduolinis turizmas ir Ignalinos atominė elektrinė kaip turizmo traukos centras ir turistų mėgiama vieta. Tačiau minima, kad net ir įprastiems kultūros paveldo objektams kurie yra kultūros vertybių registre, ir reikiamai jų priežiūrai, išsaugojimui bei eksploatacijai turizmo tikslams Visagino savivaldybė negali skirti pakankamo finansavimo. Vis dėlto minima, kad Visagino savivaldybės kultūrinis paveldas gali būti naudojamas formuojant turizmo traukos objektus, o tam pasiekti reikia „skatinti atvykstamąjį ir vietinį turizmą, pristatant Visaginą kaip nepažintą turistinį kraštą, parengti

maršrutus įvairioms turizmo rūšims, panaudoti juos vystant pažintinį turizmą” o šios priemonės taip pat puikiai tiktų ir branduolinio turizmo plėtrai.

Naujausiame Visagino savivaldybės 2020-2022 metų strateginiame veiklos plane minima, kad greitai metu, kartu su Vytauto Didžiojo universitetu, vykdančiu EDUATOM projektą planuojama pristatyti maršrutą ir virtualų turą apie IAE. Be to savivaldybėje veikia IAE informacijos centras, suteikia galimybę susipažinti su veikiančiu IAE bloko maketu, panaudoto branduolinio kuro saugojimo konteinerio CASTOR maketu ir kt. Tai rodo, kad visgi savivaldybė atsižvelgė į augančius turistų srautus ir mato susidomėjimą šia turizmo rūšimi.

P. Naujanytė (2019) ėmė interviu iš mokslininkė N. Mažeikienės, kuri pasakojo apie Vytauto Didžiojo universiteto šiuo metu įgyvendiną Lietuvos Mokslų tarybos finansuojamą projektą EDUATOM (tarptautinių ekspertų pripažintu vienu iš reikšmingiausių projektų, skirtų vykdyti tikslinius mokslinius tyrimus inovatyvios specializacijos srityje. Šio projekto tikslas – mokliškai argumentuoti IAE regiono edukacinio maršruto kūrimo didaktinius sprendimus ir technologijas bei atsižvelgiant į šio maršruto kūrimą sustiprinti edukacinio turizmo ir mokslo komunikacijos metodologinį pagrindą, dėl kurio yra kuriamas edukacinis branduolinio turizmo maršrutas IAE regione, be to numatoma sukurti virtualų turą po branduolinio turizmo objektus Lietuvoje.

Atsižvelgiant į kitų šalių patirtis, populiariausi lankomi objektai yra tie, kuriuose siūlomos papildomos paslaugos, nebūtinai tiesiogiai susijusios su lankytiniais objektais, organizuojamos įvairaus tipo konferencijos, su menu ar kultūra susiję renginiai, rengiamos mokomojo tipo programos, įvairių paslaugų „keliai“ ir maršrutai. Dėl šios priežasties verta objektus rengti ir planuoti taip, kad jie būtų universalūs ir kompleksiški.

Planuojant branduolinio turizmo plėtrą Lietuvoje būtina pasitelkti vietinį, regioninį ir nacionalinį strateginį turizmo planavimą. J. Pliustienė (2012), teigia, kad rajonuose tai reikia numatyti bendruose planuose ir būtina atsižvelgti į pasirinktos teritorijos dabartinę ir planuojamą viešąją infrastruktūrą.

Poreikį pažvelgti į kultūrinės, ekonomines, socialines sritis kartu kuriant turizmo strategijas siūlo įvairūs pasaulio mokslininkai, kurie aiškinasi turizmo atliekamą įtaką, jie išskiria tendencijas, kurios tikėtina vyraus ateityje: darni turizmo plėtra, regioninių kelionių plėtra, naujų nišinio turizmo šakų atsiradimas ir plėtra, nacionalinių turizmo organizacijų bei atskirų šalių susivienijimas (Malinauskaitė, 2017).

Sėkmingos tamsaus turizmo vietos yra steigiamos taip, kad išlikę objektai, pasakojimai būtų surinkti tiksliai, sukurdami aplinką, kurioje būtų suprantama, koks visa to poveikis (Adey, 2015).

Aplinka ir objektais gali būti naudojamosi ir tam tikrais politiniais būdais ir politiniais tikslais (Philippopoulos-Mihalopoulos, 2016). Įprastai tamsiojo turizmo vietose tikimasi, kad

suinteresuotieji, įsitraukę į vietovės plėtojimą, žinotų jos istoriją ir prasmę turizmo tikslais, būtų kompetentingi. Dirbantieji pritaikydami savo žinias kurtų nuoseklius pasakojimus, maršrutus. (Martini, Dorina, 2018). Nors autoriai minėjo tamsųjį turizmą, šie principai tinkami ir branduolinio turizmo tolimesnei plėtrai ir maršrutų kūrimui Lietuvoje.

Maršrutus būtų galima kurti apjungiant prižiūrimus ir ne tik branduolinio paveldo objektus visoje Lietuvoje. Lietuvoje galima aptikti įvairių branduolinio turizmo formų apraiškų, tačiau jos nėra gerai išvystytos. Paveiksle pavaizduoti turistų mėgstami lankytini objektai, kuriuose jau dabar vyksta įvairios ekskursijos su gidais.

Remiantis dabartinėmis turizmo plėtros kryptimis pastebima, kad teminiai maršrutai apjungiantys regionus yra populiarūs ir įdomūs turistams. Todėl turizmo maršrutus reikalinga viešinti elektroninėmis rinkodaros priemonėmis ir leidiniais. Tinkamai pristatyti maršrutai ir lankytini objektai prisideda prie atvykstamojo ir vietinio turizmo plėtros (Lietuvos turizmo plėtros 2014–2020 metų programa).

Anot A. Markauskienės ir V. Gižienės (2012), Lietuvai įsitraukus į tarptautinę turizmo rinką, Lietuvos ekonomika patyrė didelius pokyčius, dėl padidėjusių turistų srautų. Turizmas perspektyvi ir ekonomiškai naudinga veikla, kuri pritraukia daug investicijų sukuria daug darbo vietų, taip didindama žmonių užimtumą.

Atsižvelgiant į Pasaulio turizmo organizacijos teikiamą statistiką, turizmo sektorius 2018m sudarė 29% viso pasaulio paslaugų eksporto ir 7% viso prekių ir paslaugų eksporto. Gaunamos pajamos iš tarptautinio turizmo sudarė 1,7 trilijono USD.

Remiantis Europos Komisijos rekomendacijomis, siekiant didesnio Europos turizmo sektoriaus konkurencingumo, Lietuvoje būtina plėsti įvairias turizmo paslaugas, naudoti turizmo inovacijas, gerinti darbuotojų kvalifikaciją, plėtoti ir kurti tarpvalstybinio turizmo iniciatyvas (naujus maršrutus ir pan.), skatinti darnaus ir aukštos kokybės turizmo plėtrą, sumažinti sezoniškumą.

Sezoniškumas – viena iš esminių Lietuvos turizmo sektoriaus bėdų, sąlygojanti nevienodą turistų kiekio pasiskirstymą pagal sezoniškumą, ypač šaltuoju metų laiku, visoje šalyje. Sezoniškumas nepalankiai veikia turizmo paslaugų organizatorius ir įvairias paslaugas teikiančius žmones, trukdo tinkamai panaudoti esamą infrastruktūrą ir ją plėtoti. Todėl būtina, mažinti sezoniškumą. Besikeičiant turistų poreikiams būtina plėsti turizmo paslaugų pasirinkimo galimybes, gerinti jų kokybę.

Augant susidomėjimui nišiniu turizmu, lankytinų vietų šeimininkai pradėjo kelti reikalavimus šiam turizmui, jog galėtų sustiprinti savo konkurencingumą. Vienas iš turizmo savybių yra sezoniškumas. Dėl pastarojo nukenčia turizmu užsiimantys verslininkai. Galima sakyti, kad nišinis turizmas atsirado norint panaikinti šį neigiamą veiksni, kylantį dėl to sezoniškumo. Nišinis

turizmas, padeda patenkinti ypatingus žmonių poreikius, populiarina įvairias vietas ir gelbsti turizmui tęstis nepriklausomai nuo sezono (Akyurtkurnaz et. Al 2013). Viena iš šių specialiųjų poreikių turizmo rūšių yra branduolinis turizmas

Lietuvos turizmo rinkodaros 2016-2020 m. turizmo strategijos išvadose siūloma, mažinti sezoniskumą ir bandyti turistus pritraukti ne sezono metu, minima, jog Lietuvoje nėra galimybių plėtoti masinį turizmą, bet reikia populiarinti teminius, kultūrinius maršrutus, taip pat numatoma, kad bus paklausios nišinės ir pagal individualius poreikius parengtos kelionės, kelionių paketai su įtraukiamomis veiklomis, susijusios su menu, kultūra, istorija, didesnės naudos sulauks tie turizmo paslaugų teikėjai, kurie sugebės sukurti naują koncepciją ar išskirtinį turistinį produktą, turintį didesnę pridėtinę vertę turistai vis labiau vertins tikrumą ir autentiškumą nei dirbtinai sukurtus turizmo traukos objektus

Galima išskirti esminius veiksnius, kurie daro įtaką dabartiniam turizmo sektoriui ir šiuolaikiniams pokyčiams: tai augantis patyrusių keliautojų kiekis, tai turistai su kelionių patirtimi, žinantys apie savo teises, siekiantys gauti kokybiškas paslaugas, jie žino, koks paslaugų kainos ir kokybės santykis. Pastoviai besikeičiantis žmonių gyvenimo būdas irgi keičia turizmo turistų elgesį.

Pagal dabartines tendencijas yra manoma, jog greitu metu nusmuks organizuotų grupinių kelionių kiekis ir padaugės paslaugų teikėjų kurie orientuosis į pavienius klientus, suteikdami jiems personalizuotus kelionių pasiūlymus. Kainų kaita yra reikšminga dalis. Turistai nenori permokėti už keliones kelionių organizatoriams, dėl šios priežasties vis dažniau įvairiose socialiniuose tinkluose, forumuose žmonės dalinasi savo turimomis žiniomis, įspūdžiais ir informacija apie įvairias paslaugas ir jų kainas (Valackienė ir Glinskienė, 2018)

Lietuva savo geografine lokacija ir turimais turizmo ištekliais, teikiamomis paslaugomis yra konkurencinga turizmo vietovė, dėl mažo valstybės žinomumo užsienyje, neužtektinos informacijos apie nišinius turizmo produktus atvykstamojo turizmo rinkose turizmo galimybės yra neišnaudojamos maksimaliai, padidinus Lietuvos turizmo konkurencingumą taip pat padidėtų pajamos, kurtųsi nauji verslai taip pat sulauktų naujų investicijų, kartu didėtų valstybės BVP, turizmo dėka būtų galima išspręsti nemažai šalies regionuose esančių problemų.

“Inovacijų diegimas, kaip viena veiksmingiausių konkurencingumo skatinimo priemonių, yra prioritetinga kryptis Lietuvoje, todėl inovacinė veikla turizmo sektoriuje sudaro teigiamas prielaidas turizmo plėtrai ir konkurencingumui” (Meschi ir kiti, 2015).

Šalies žinomumas, įdiegtos inovacijos, vietinių gyventojų tolerancija įvairioms kultūroms skatina atvykstamąjį turizmą. Atkreipiant dėmesį į tai, turizmo politika turi būti horizontali, sujungianti viešosios politikos sritis ir padedanti vykdyti nacionalinėje pažangos programoje numatytus siekius.

Puiki Lietuvos geografinė ir geopolitinė padėtis, puikus turizmo paslaugų sektoriaus organizavimas ir rinkodaros strategijos teikia perspektyvas plėtoti vietinį ir atvykstantąjį turizmą.

D. Labanauskaitė (2011) dar teigė, kad turizmas yra reikšmingas, kuriant naujas darbo vietas, bei prisideda prie valstybių BVP. Turizmas taip pat turi svarbos statybos, žemės ūkio, gamybos sektoriams, dėl to daug valstybių turizmą pripažįsta kaip prioritetinę ūkinę veiklą.

Taip pat D. Labanauskaitė (2011) teigė, kad valstybės dalyvaujančios tarptautiniuose mainuose paprastai plėtoja vietinį ir atvykstantąjį turizmą, norėdamos didinti jo teigiamą įtaką visai ekonomikai.

Pasinaudojus ES struktūrinės paramos lėšomis ir atnaujinus senus objektus bei sukuriant naujų lankytinų objektų - atkreipiamas turistų dėmesys. Teisingai ir tikslingai investuotos lėšos suteiktų galimybių lokalių verslų plėtrai, o atnaujinta infrastruktūra aktuali ne tik atvykstantiems, bet ir vietos žmonėms.

Veiksminga turizmo plėtra galima tik esant harmoningai ir darniai visų turizmą koordinuojančių institucijų valdymo struktūrai. Tai reiškia, kad politika, turi deramai nukreipti organizacijas bei turizmo vystymą.

“Lietuvos turizmo plėtra turizmo politikos galimybių aspektu dėl neviseškai tinkamo šios srities reglamentavimo, efektyvaus turizmo valdymo nebuvimo nėra galima.... įstatyminė bazė iki šiol nėra iki galo tinkamai parengta” (Junevičius, Albrektas, 2017). Turizmo politikos valdyme trūksta tarpinstitucinio bendradarbiavimo. Įtaką taip pat daro didelis sezoniškumu, netinkamos rinkodarinės priemonės ir kt. Tai reiškia, jog yra sričių, kurias galima ir reikia gerinti, norint pagerinti Lietuvos turizmo plėtros politikos veiksmingumą.

Reziumuojant galima teigti, kad Lietuvoje branduolinis turizmas nėra išskirtas, tačiau bendrai nišinis turizmas plėtojamas susikoncentruojant į prioritetines zonas, į nišinį turizmą propaguojančius turistus ir jų poreikius. Atkreipiamas didelis dėmesys į konkurencingumo skatinimą. Nišinio turizmo ir jo šakų gerinimui turi būti skiriamas dėmesys geriau funkcionuojančiai turizmo politikai jos planavimui ir formavimui, nišinių turizmo rūšių finansavimui ir koordinavimui remti.

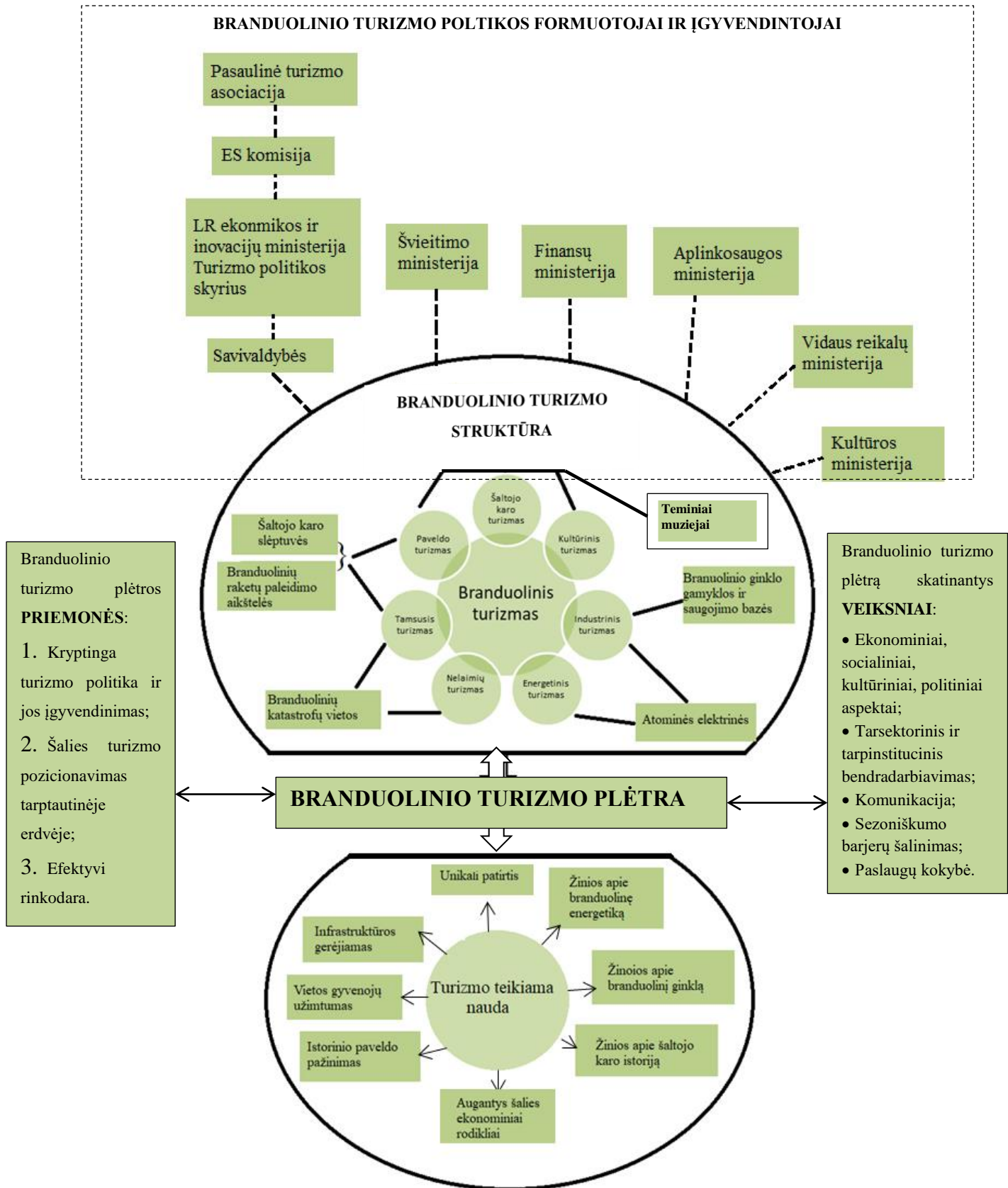
Nišinio turizmo plėtra yra priklausoma nuo turizmo sistemos ir jos politikos bei iškeltų tikslų ir uždavinių vykdymo prioritetinėse vietovėse, atkreipiant dėmesį kintančias tendencijas ir turistų poreikius, turimus išteklius ir infrastruktūros būklę ir jos gerinimą. Būtina skirti daug dėmesio informacijos sklaidai ir prieinamumui, bendradarbiavimui tarp valstybių ir regionų ir spręsti iškylančias problemas. Būtina puoselėti suteikiamų paslaugų išskirtinumą ir autentiškumą, prie to prisidėti ir skatinti turizmo plėtrą turi vietos bendruomenės ir valstybinis sektorius.

Išnaudojus stipriąsias Lietuvos sritis (geografinę padėtį, išvystytą paslaugų sektorių, rekreacinius išteklius) veiksminga branduolinio turizmo plėtros politika Lietuvoje galima.

1.6 Branduolinio turizmo plėtros teorinė operacionalizacija

Branduolinis turizmas – objektų susijusių su branduoline energetika, branduoliniais ginklais ir šaltuoju karu lankymas. Tai nišinė turizmo rūšis taip pat glaudžiai susijusi su kultūrinio, industrinio, nelaimių, tamsiojo, paveldo ir šaltojo turizmo rūšimis. Populiariausi branduolinio turizmo objektai susiję su šaltojo karo ar branduolinės energetikos tematikos muziejais, parodų ir ekspozicijų lankymu, taip branduolinių raketų saugojimo, paleidimo, ar kūrimo vietos, požeminiais bunkeriais, branduolinės jėgainės, branduolinių katastrofų ir avarijų vietos.

Branduolinio turizmo funkcijos - suteikti visuomenei žinių apie branduolinę energetiką, branduolinio ginklo pavojingumą, šaltojo karo istoriją, suprasti, kad branduoliniai objektai yra paveldo dalis ir juos reikia saugoti, suteikti galimybę prisiliesti prie šaltojo karo istorijos ir įgyti unikalią patirtį. E. R. Hopenienė ir I. Patašienė (2012) išskyrė ir ekonominės turizmo funkcijos: gamybos, užimtumo didinimo, pajamų kūrimo, mokėjimo balanso niveliavimo. Jos taip pat išskyrė tris sritis, kurioms poveikį daro turizmas: ekonomika, sociakultūrinė aplinka, fizinė aplinka. Poveikį šioms sritims daro visos turizmo rūšys neišskiriant ir branduolinio turizmo. Plėtojant šia rūšį dėl besilankančių turistų surenkama daugiau lėšų į biudžetą, mažinamas bedarbystės rodiklis, o daugiau siekiant išlaikyti ir pritraukti daugiau lankytojų investuojama į infrastruktūrą, įvairiais būdais tvarkomi lankytini objektai. Branduolinio turizmo plėtros teorinė operacionalizacija pateikta 5 paveiksle.



5 pav Branduolinio turizmo plėtos teorinė operacionalizacija (pagal N. Mažeikienė ir E. Gerulaitienė (2018), A. Otgaar (2012), J. Swarbrooke et al. (2003 ir kitais autoriais), sudaryta autorės.

Sudaryta teorinė branduolinio turizmo plėtos struktūra (5pav.) leido aiškiau išskirti empirinio tyrimo indikatorius ir jais remiantis atlikti empirinį tyrimą.

2. BRANDUOLINIO TURIZMO PLĖTROS GALIMYBIŲ TYRIMO METODOLOGIJA

2.1 Tyrimo strategija, metodai ir organizavimas

Tyrimo strategija – mišrių metodų tyrimas. Vykdamas tyrimą taikyta mišri kiekybinių ir kokybinių tyrimų strategija. Šiuo metodu, atskirai atliekami kiekybiniai ir kokybiniai tyrimai, o gauti rezultatai pateikiami juos kartu interpretuojant. Ši tyrimo strategija naudojama dėl galimybės pasitelkti abiejų tyrimo strategijų stipriąsias puses, giliau pažvelgti į tiriamą objektą (Creswell, 2009).

Kiekybinio tyrimo metu surenkama informacija apie analizuojamus aspektus. Šiems tyrimams būdingas siekis ieškoti išorinių tiriamo reiškinio požymių. Kiekybinis tyrimas yra labiau struktūrizuotas ir suplanuotas, nes tyrimo metodai ir duomenų matavimo priemonės sukonstruotos prieš tyrimą. Tuo tarpu kokybinį tyrimą galima apibrėžti kaip natūralioje aplinkoje vykstančią situacijos analizę, kuri leidžia tyrėjui geriau suprasti tiriamo objekto komplikotumą (Williams, 2007). Kokybinis tyrimas suteikia galimybę išplėtoti tiriamąją problemą bei ją plačiau analizuoti, taip pat leidžia kurti naujas hipotezes, leidžia suformuoti detalų tiriamojo dalyko vaizdą, leidžia rasti daugiau atsakymų į klausimus (Tidikis, 2003). Kokybiniai tyrimai yra universalesnio pobūdžio ir leidžia surinkti įvairiapusiškesnę informaciją. Kokybiniams tyrimams netaikomi griežti imties reikalavimai. Jų reprezentatyvumą lemia ne teoriniai kriterijai. Svarbiausias kokybinių tyrimų elementas – tyrimo duomenų apibendrinimas. Jų taikymo metodologinė nuostata pagrįsta aplinka, kurioje vyksta žmonių tyrimas.

Taigi, magistro darbe pasirinktas mišrus tyrimo metodas leido atskleisti mažai tyrinėtą sritį – branduolinio turizmo plėtrą, siekta nustatyti ir išanalizuoti problemas, kurios iškyla plėtojant branduolinį turizmą.

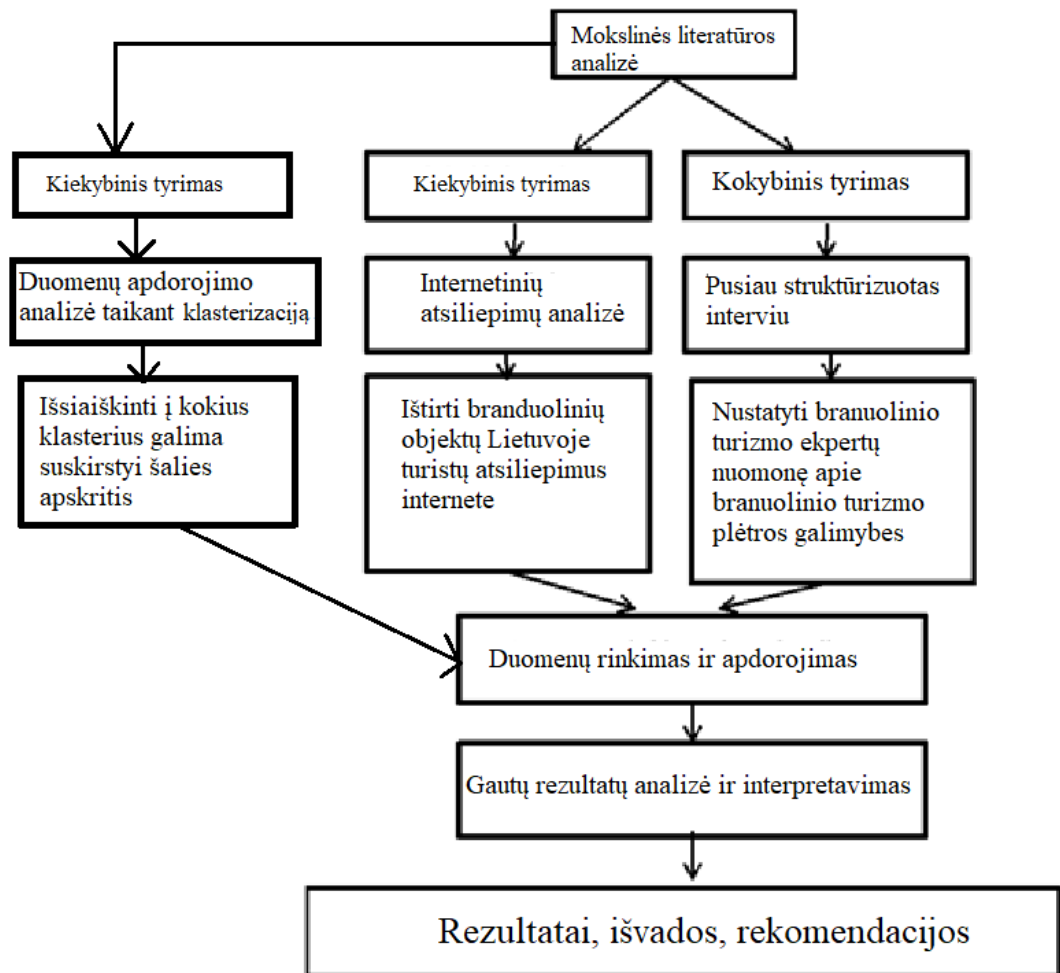
Magistro darbe naudoti šie tyrimo metodai:

- mokslinės literatūros analizė;
- internetinių žiniatinklių analizė;
- statistinis duomenų apdorojimas;
- pusiau struktūruotas giluminis interviu;
- kiekybinė Trip Advisor ir Google review platformų analizė.

Siekiant tyrimo tikslo ir uždavinių atliktas tyrimas šiais etapais:

1. Analizuojama mokslinė literatūra, konceptualizuojant tyrimo sąvokas ir atskleidžiant jų struktūrą.
2. Konstruojama tyrimo metodika, tyrimo dizainas.
3. Surinkta statistinė informacija apie Lietuvos apskritis.

4. Atlikta statistinė duomenų apdorojimo analizė taikant klasterizaciją
5. Paruoštas klausimynas pusiau struktūrizuotam interviu su ekspertais.
6. Formuojama ekspertinė tyrimo imtis.
7. Analizuojami turistų atsiliepimai Tripadvisor ir Google reviews sistemose, siekiant atskleisti Lietuvos branduolinio turizmo pasirinkimo situaciją.
8. Analizuojami ekspertinio interviu duomenys.



6 pav. Empirinio tyrimo eigos schema, sudaryta darbo autorės

Iš paveikslo (6pav.) galima matyti, jog atlikus empirinį tyrimą internetinių atsiliepimų analizę, pusiau struktūrizuotą interviu, klasterizaciją ir surinkus duomenis, jie buvo apdoroti, po to gauti rezultatai analizuojami ir interpretuojami. Tyrimo pabaigoje bus teikiamos atlikto tyrimo išvados bei pasiūlymai.

Metodų pagrindimas. Magistriniame darbe buvo naudojami mišrūs metodai: mokslinės literatūros analizė, pusiau struktūrizuotas interviu, atsiliepimų analizė ir statistinių duomenų analizė. Mokslinės literatūros analizės leido atskleisti teorinę branduolinio turizmo sąvoką ir struktūrą. Pusiau struktūruoto interviu metu ekspertai ir turizmo sektoriaus atstovai, susiję su branduoliniu

turizmu Lietuvoje, sutekė informacijos apie branduolinio turizmo plėtros galimybes specialistų požiūriu. Atsiliepimų analizė buvo reikalinga siekiant sužinoti turistų nuomonę apie jų lankytus objektus ir jų paliktus įspūdžius po vizitų. Statistinės informacijos analizė leido klasterizuoti Lietuvos apskritis pagal turistinius statistinius rodiklius. Esminis šių metodų taikymo motyvas - noras sumažinti metodų trūkumus, gauti įvairią empirinę medžiagą ir gauti tikslesnius duomenis tyrimui.

I. Luobikienės (2010) manymu, kad bene svarbiausia kokybinio tyrimo metodo duomenų gavimo priemonė yra interviu. Šioje darbo dalyje pateikiama kokybinio tyrimo, kurio metu buvo apklausti turizmo ekspertai susiję su branduoliniu turizmu rezultatai ir jų analizė.

Pasak A. Valackienės ir S. Mikėnės (2008), pusiau struktūrizuotas interviu, tai interviu, kai pagrindiniai klausimai yra numatyti iš anksto, tačiau intervantui gali būti užduodami papildomi klausimai iškilę interviu metu susiję su tema. Prieš interviu pirmiausia numatomi klausimai eilės tvarka kuriuos norima užduoti, papildomi klausimai galimi, jei iškyla neaiškumų, norima sužinoti platesnį intervanto požiūrį. Šio metodo dėka, geriau pažinus intervantą galima gauti daugiau aktualios informacijos ir galimybę atsakymus išanalizuoti interpretavimo būdu.

Pusiau struktūrizuotas interviu tyrimui atlikti buvo pasirinktas dėl galimybės kontaktuoti su informantais tiesiogiai interviu metu ir suteikia galimybę į branduolinį turizmą pažiūrėti iš atstovų kurie dirba ir užsiima branduolinio turizmo plėtra Lietuvoje, papildys kiekybinio tyrimo rezultatus, Šio tyrimo metodu norėta išnagrinėti privačiame ir valstybiniame sektoriuose dirbančiųjų požiūrį į teikiamas branduolinio turizmo paslaugas ir galimybes plėtoti šią turizmo rūšį.

Kiekybinio tyrimo metodas: atsiliepimų apie branduolinio turizmo objektus analizė pasitelkiant KH coder 3.0 įrankį. Empirinio tyrimo atveju „KH Coder3.0“ programa buvo naudojama atlikti hierarchinei analizei siekiant išsiaiškinti svarbius komentarų junginius. „KH Coder 3.0“ tiria visą tekstą nuosekliai, apibrėžiant žodžių tarpusavio ryšius, tačiau atskirų žodžių junginių nesujungiant į vieną ir nedaro išankstinio apibendrinimo. Programos dėka, visa tai galima pavaizduoti grafiškai, taip lengviau pastebėti proporcingumus, kylančias asociacijas, pasikartojimus.

Anot T. Bilevičienės ir S. Jonušausko (2011) klasterinė analizė skaitinių duomenų analizės metodas, kuris skirtas objektų grupėms arba klasteriams, nustatyti ir išsiaiškinti. Pagrindinės klasterinės analizės charakteristika atstumas, kuris atskleidžia objektų panašumus ir skirtumus, tai sugrupuodamas objektus. Gauti rezultatai pavaizduojami hierarchinėje dendrogramoje.

Kokybinio tyrimo imtis. Tyrimo dalyviai atrinkti kriterinės atrankos būdu. Buvo taikomas vienas kriterijus — kokybinio tyrimo dalyviai turi būti asmenys, turintys ekspertinės patirties branduolinio turizmo tyrimuose ir projektuose bei asmenys, dirbantys turizmo srityje ir turintys sąsajų su branduoliniu turizmu – branduolinį turizmą organizuojančių įmonių savininkai, turizmo informacijos centruose ar už turizmą atsakingose agentūrose dirbantys vadybininkai, branduolinio

turizmo plėtojimo projekto dalyviai. Individualūs pokalbiai truko nuo 15min. iki 75 min. Tyrimu siekta apklausti viešojo ir privataus sektoriaus atstovus, žinančius branduolinio turizmo situaciją Lietuvoje.

Iš viso apklausti 8 informantai. Informacija apie tyrime dalyvavusius informantus pateikiama 3 lentelėje.

3 lentelė. Pusiaus struktūruoto interviu dalyvių charakteristikos

Eil. Nr.	Informanto vardas, pavardė	Užimamos pareigos, patirtis branduolinio turizmo srityje	Kodas
1.	Šarūnas Jasiukevičius	Turizmo srities ekspertas vedantis ekskursijas po Lietuvos branduolinio turizmo objektus bei Černobylio zoną.	PS_1
2.	Albertas Kazlauskas	Gidas, organizuojantis temines ekskursijas sovietinėje civilinės saugos slėptuvėje.	PS_2
3.	Prof. dr. Natalija Mažeikienė	Mokslininkė, ekspertė, branduolinio turizmo tyrimų Lietuvoje pradininkė.	VS_1
4.	Tomas Tamulevičius	Kelionių ir laisvalaikio organizacijos savininkas aktyviai organizuojantis ekskursijas turistams po šaltojo karo – branduolinio turizmo objektus Lietuvoje ir užsienyje.	PS_3
5.	Vyras,	Privatus verslas, patirtis turizme >6m.	PS_4
6.	Moteris	Valstybinis sektorius, patirtis turizme <3m.	VS_2
7.	Žygimantas Gudišauskas	Kaunas IN turizmo skyriaus vyriausiasis projektų vadovas, kuriam yra tekę suteikti informaciją apie Lietuvoje esančius branduolinio turizmo objektus ne vienam užsienio žurnalistui ir pačiam juose lankytis.	VS_3
8.	German Skripničenko	Ignalinos Atominės Elektrinės Regiono Verslo ir Turizmo Informacijos Centro vadybininkas.	VS_4

Remiantis bendroju duomenų apsaugos reglamentu, siekiant neatskleisti informantų, kurie pageidavo likti anonimais tapatybių, visiems informantams buvo suteikti kodai eilės tvarka, kuria jie buvo apklausiami, priklausomai nuo to ar jie dirba privačiame (PS_X) ar valstybiniame (VS_X) sektoriuje.

2.2 Tyrimo instrumento pagrindimas

Pusiau struktūruoto interviu klausimų gairės buvo sudarytos remiantis teorinėmis įžvalgomis ir turima informacija iš kitų oficialių šaltinių. Sudarant klausimų gaires remtasi E. Mahika (2011), H. Briassoulis (2004), H. Pechlaner ir kt. (2009), N. Mažeikiene, E. Gerulaitienė (2018) mokslininkų darbais.

Tyrimas buvo atliekamas 2020 m. kovo mėnesį nuotoliniu būdu telefonu ir naudojantis Skype internetine programa. Visi klausimai suformuoti atsižvelgiant į darbo uždavinius, t.y. siekiant sužinoti išsamią informantų nuomonę apie dabartinę branduolinio turizmo plėtros situaciją Lietuvoje, identifikuoti branduolinio turizmo plėtros veiksnius ir priemones, išsiaiškinti galimas branduolinio turizmo Lietuvoje plėtros galimybių kryptis (4 lentelė). Interviu metodą tikslinga naudoti, nes galima gauti išsamius atsakymus į atvirus klausimus ir užduoti papildomus, yra galimybė iš karto išsiaiškinti kylančius nesusipratimus.

4 lentelė. Pusiau struktūruoto interviu dalyvių charakteristikos

Struktūrinės dalys	Klausimų charakteristika
Informacijos apie tyrimo dalyvį rinkimas	Pirmu klausimų bloku, buvo identifikuota tyrimo dalyvių patirtis turizmo srityje.
Esamos situacijos analizė	Antru klausimų bloku siekta išanalizuoti esamą branduolinio turizmo situaciją Lietuvoje.
Ateities tendencijos	Trečiu klausimų bloku, siekta išsiaiškinti kokių priemonių reikia imtis siekiant plėtoti branduolinį turizmą, kur ir kokios branduolinio turizmo veiklos turėtų būti plėtojamos

Visų interviu metu klausimų eilės tvarka buvo skirtinga, tai priklausė nuo situacijos, kai kuriais atvejais respondentai vieno klausimo metu atsakydavo į kelis iš jų, taip pat buvo pateikiami papildomi klausimai. Kai kurie klausimai buvo nagrinėjami plačiau, pačių informantų iniciatyva.

„KH Coder“ programinės įrangos dėka surinkti atsiliepimai internete iš „Tripadvisor“ ir Google reviews skilčių buvo analizuojama grafiškai, sukuriant schemas remiantis panaudotų žodžių dažniais. Po kelionių turistai dažniausiai linkę pasidalinti savo geromis ir blogomis patirtimis šiuo metu daugiausiai atsiliepimų apie konkrečias vietas galima rasti Tripadvisor ir Google reviews. Turistų komentarai buvo renkami apie branduolinio turizmo objektus esančius Lietuvoje, kuriuos turistai gali aplankyti.

Kaip statistinis duomenų apdorojimo metodas buvo naudojamas hierarchinis klasterizacijos metodas, siekiant išsiaiškinti, kaip galima klasterizuoti Lietuvos apskritis pagal rodiklius, susijusius su branduoliniu turizmu. Tyrimo metu buvo naudojami tokie rodikliai: branduolinio turizmo objektų skaičius, apgyvendinimo ir maitinimo įstaigų skaičius, vietinių ir užsienio turistų skaičius (2019 m. duomenys). Rezultatai pateikti dendrogramose.

2.3 Tyrimo etika

Etika – moralinių visuomenės elgesio normų visuma. Anot K. Kardelio (2007), atliekant tyrimus reikalinga laikytis tyrimo etikos, jog būtų išlaikomas balansas tarp tyrėjo siekio gauti objektyvius duomenis ir tiriamojo asmens apsaugos. Ekspertinio interviu metu atliekant empirinį tyrimą, buvo remiamasi etikos principais, kuriuos išskyrė V. Žydžiūnaitė (2011):

- Geranoriškumo principas
- Pagarbos asmens orumui principas
- Teisingumo principas
- Teisės gauti tikslią informaciją principas
- Neapsaugotų tiriamųjų grupių saugumo principas

Kokybiniui tyrimui pasirinktas pusiau struktūruotas interviu metodas –individualus pokalbis su informantu suteikia galimybę gauti patikimesnę ir tikslesnę informaciją, dėl tiesioginio pokalbio. Tyrimui buvo pasirinkta pusiau stuktūrizuoto interviu tipas, nes pateikus pagrindinius klausimus respondentui, galima užduoti papildomų, klausimų kurie papildytų ankstesnius ir respondentas nesijaučia įspaustas į rėmus.

Prieš interviu atlikimą su respondentais buvo susisiekta elektroniniu paštu, jame buvo pateiktas darbo autorės prisistatymas ir informaciją apie tyrimą ir jo tikslą, respondentams laisva valia apsisprendus (jiems nebuvo daromas poveikis dėl sprendimo dalyvauti tyrime) ir gavus jų sutikimą

dalyvauti tyrime, jiems patogiu metu buvo atliktas pusiau struktūrizuotas ekspertinis interviu. Dėl situacijos Lietuvoje, interviu buvo atliekamas nuotoliniu būdu, todėl informantai apklausos metu buvo jiems patogioje vietoje kurioje, galėjo jaustis saugiai, nejausdami diskomforto. Interviu vyko keliais būdais, su vienu iš informantų buvo bendrauta „Skype“ vaizdo skambučiu, iš 4 interviu imtas telefoninio skambučio metu, su 3 respondentais buvo bendrauta el. paštu jiems nusiuntus bendrus klausimus, o gavus jų išsamius atsakymus kai kuriuos iš jų buvo paprašyta papildyti. Gavus informantų, su kuriais buvo bendrauta skambučiais, žodinį sutikimą skambučiai buvo įrašinėjami. Visi interviu buvo transkribuoti taip kaip pasisakė informantai. Informantai buvo įspėti, kad visa gauta informacija bus panaudojama tik tyrimo tikslams ir jokia konfidenciali informacija nebus paviešinta, dėl Bendrojo duomenų apsaugos reglamento ir tyrimo etikos principų. Po atlikto tyrimo, elektroniniu paštu buvo susisiekiama su visais respondentais ir jų atsiklausta ar sutinka, jog jų vardai būtų viešinami magistro baigiamajame darbe. 2 apklausos dalyviai, panoro likti anonimais. Taip pat buvo atsakyta į visus respondentus dominusius klausimus, bei informacija, kaip bus galima susipažinti su atlikto tyrimu galutine informacija.

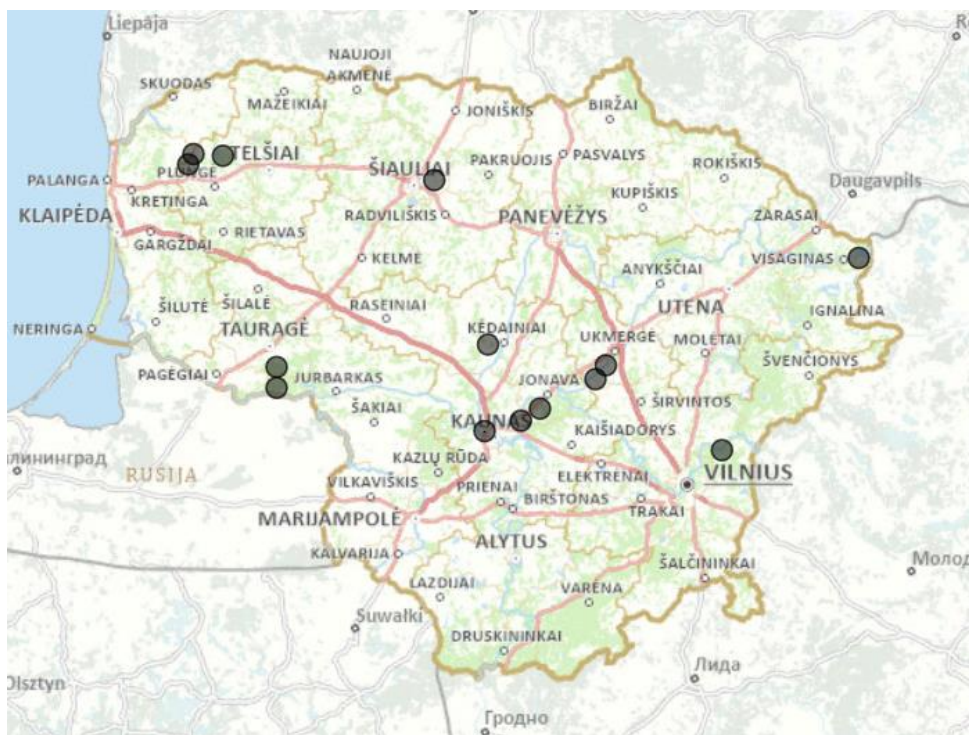
Interviu metu buvo laikomasi plano, informantams buvo užduodami lengvai suprantami, aiškūs klausimai, kurie atskleistų jų požiūrį nebuvo užduodama klausimų, kurie galėtų pažeisti orumą ar skatinti nesantaiką. Tyriamiesiems buvo naudinga dalyvauti tyrime ir pasidalinti savo įžvalgomis ir patirtimi ir vėliau gauti tyrimo rezultatus, kuriuos galės ir patys panaudoti savo veikloje ateityje dirbant ir planuojant ateitį. Respondentai buvo parinkti pagal darbo temą- visi dalyvaujantys apklausoje savo darbinėje aplinkoje turi sąsajų su branduoliniu turizmu, savo srities ekspertai. Tyrimo dalyviai nepriklauso pažeidžiamų asmenų grupėms, dėl šios priežasties tyrimo etiškumą užtikrinti lengviau.

Atliekant, interviu, buvo išlaikyti visi V. Žydžiūnaitės (2011) išskirti etikos principai, norint užtikrinti tyrimo objektyvumą ir nepažeidžianti moralinių normų. Interviu atskleidė informantų asmenines patirtis ir nuomonę apie branduolinio turizmo plėtros galimybes Lietuvoje.

3. BRANDUOLINIO TURIZMO PLĖTROS GALIMYBIŲ TYRIMO REZULTATAI

3.1 Branduolinio turizmo objektų raiška Lietuvoje

Šaltojo karo metu, laikotarpiu 1946–1991 m. vyko didžiausio masto branduolinių objektų statybos – branduolinių ginklų gaminimo, saugojimo ir paleidimo vietos, dėl įtemptos karinės situacijos taip pat buvo statomi bunkeriai, įrengiamos slaptavietės apsisaugoti nuo branduolinės atakos ar avarijos. Lietuvoje šiuo laikotarpiu buvo įrengti 9 divizionai – raketinės bazės, kuriose buvo laikomos ir prižiūrimos raketos bei įrengtos 2 branduolinių galvučių saugyklos.



7 pav. Branduolinio turizmo objektai Lietuvoje, sudaryta autorės.

7 paveiksle pateikti branduolinio turizmo objektai Lietuvoje: I-asis Salantų divizionas, II-asis Salantų divizionas, Plokštinės šachtinis divizionas (Šaltojo karo muziejus), I-asis divizionas Ukmergėje (Kopūstėliai), II-asis Ukmergės divizionas (Vėpriai), I-asis Tauragės divizionas, II-asis Tauragės divizionas, II-asis divizionas (Jonava), I-asis divizionas (Karmėlava), Šiaulių branduolinių galvučių saugykla, Kėdainių branduolinių galvučių saugykla, Atominis bunkeris, Ignalinos atominė elektrinė, Sovietinis bunkeris.

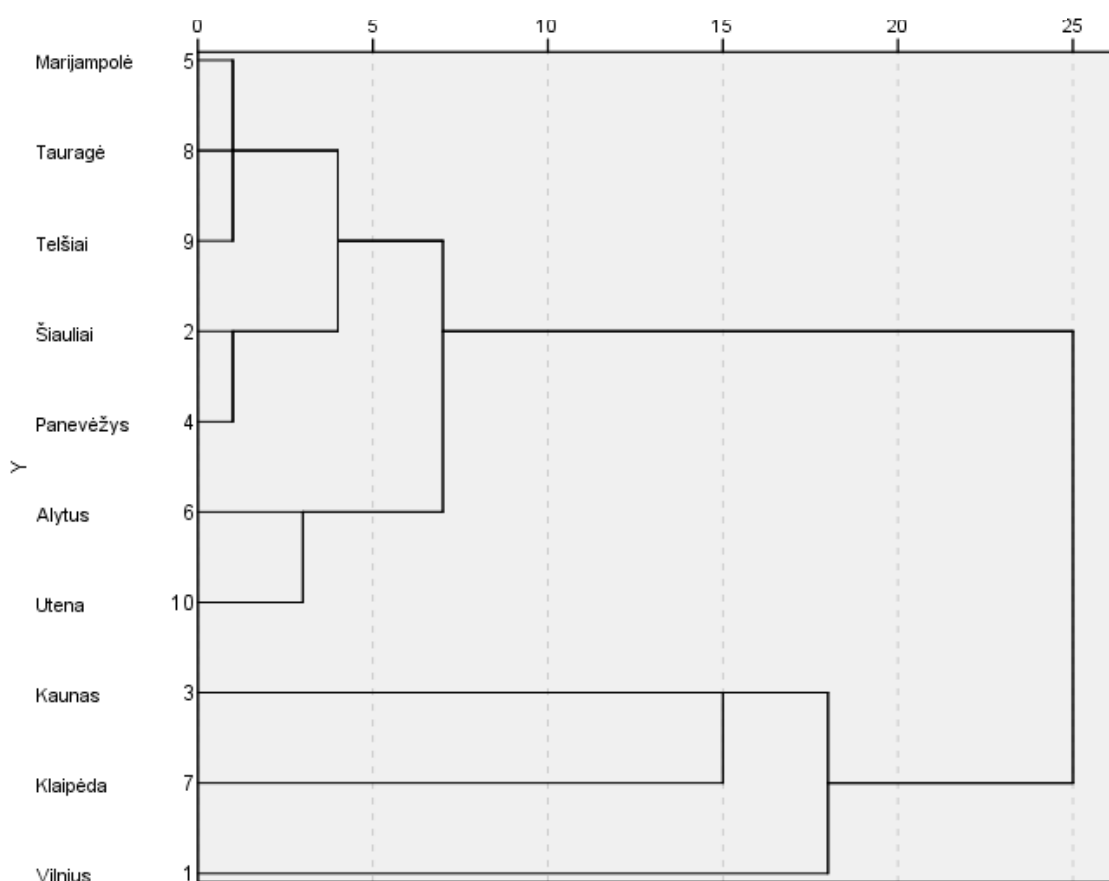
Šiuo metu oficialiai lankytojus priima Plokštinės šachtinis divizionas, kuriame įkurtas Šaltojo karo muziejus, I-asis divizionas Ukmergėje, kuriame įkurtas klubas „Miško broliai“, kurie lankytojus supažindina su partizaniniu karu Lietuvoje, Atominis bunkeris, tai šaltojo karo meto

civilinės saugos slėptuvė, kurioje dabar įkurtas muziejus, Ignalinos atominė elektrinė, kuri šiuo metu yra demontuojama, bet priima turistus grupinėms ekskursijoms, bei Sovietinis bunkeris, turėjęs atlaikyti atominės bombos sproginimą ir veikti kaip atsarginė televizijos stotis, o dabar turistus priima pajusti to laikmečio dvasią rengiant edukacinius spektaklius.

Atsižvelgiant į objektų būklę, šiuo metu nenaudojami objektai reikalauja remonto ar net rekonstrukcijų, tačiau būtent unikali patirtis ir vilioja turistus, tad į kai kuriuos objektus ir šiuo metu vedamos ekskursijos, nors jie ir nėra pripažinti turistiniais objektais.

Siekiant įvertinti branduolinio turizmo plėtros galimybes buvo atlikta Lietuvos apskričių klasterinė analizė. Klasterinė analizė padeda sugrupuoti objektus pagal tam tikrus rodiklius į panašias struktūras. Klasterinei analizei pasirinkti tokie rodikliai, kaip branduolinių turizmo objektų skaičius, Lietuvos turistų sk. ir užsienio turistų sk. 2019 m., viešbučių sk. ir maitinimo įstaigų sk. 2019. Interpretacijai pasirinkti 2, 3 arba 4 klasterių modeliai, kurie labiausiai atspindi Lietuvos situaciją. 8 paveiksle pateikta dendrograma rodo, kaip grupuojasi Lietuvos apskritys pagal visus analizuojamus rodiklius (8 pav.).

Hierarchinė apskričių klasterizacijos dendrograma

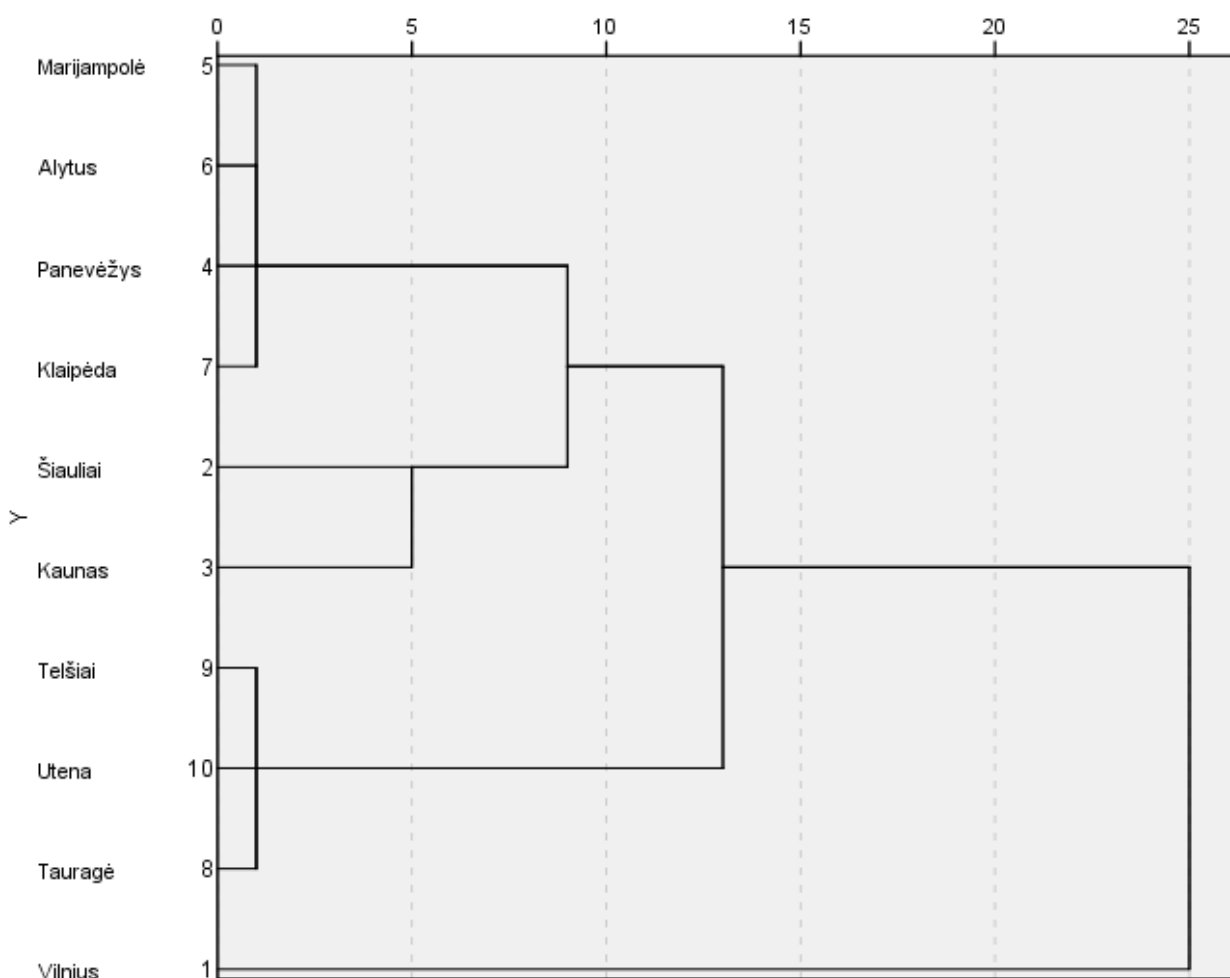


8 pav. Hierarchinė regionų klasterių dendrograma (branduolinių turizmo objektų skaičius, Lietuvos turistų sk. ir užsienio turistų sk. 2019 m., viešbučių sk. ir maitinimo įstaigų sk. 2019 m.), sudaryta

autorės

Kaip matome dendrogramoje, pasirinkus 4 klasterių modelį su Euklido distancija 10, Lietuvos apskritys pagal turimus turizmo rodiklius grupuojamos taip: trys apskritys – Vilnius, Kaunas ir Klaipėda – sudaro atskirus klasterius, kitos apskritys jungiasi į vieną klasterį. Akivaizdu, kad turizmo plėtra didžiuosiuose miestuose pagal turistų sk. ir viešbučių bei maitinimo įstaigų skaičių yra labiausiai išplėtota, tuo tarpu kitos apskritys turi panašias plėtros galimybes. Suprantama, kad branduolinio turizmo objektų sk. šiuo atveju didelės atsvaros klasterizacijai neturėjo. Tai akivaizdžiai parodo ir apskričių klasterizacija pagal du rodiklius - viešbučių ir maitinimo paslaugas teikiančių įmonių skaičiaus (žr. 9 pav.).

Hierarchinė apskričių klasterizacijos dendrograma

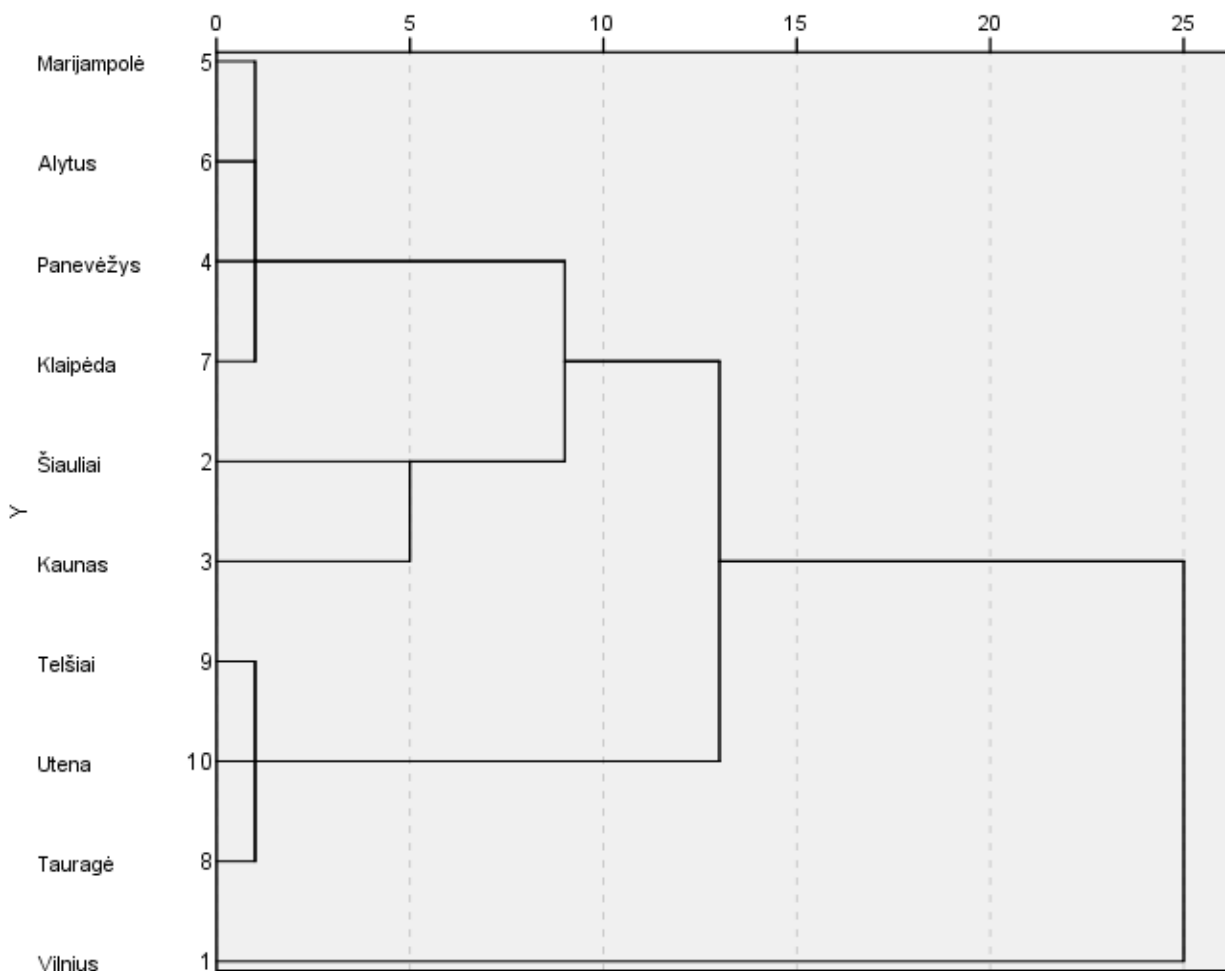


9 pav. Hierarchinė regionų klasterių dendrograma (rodikliai: viešbučių sk. ir maitinimo įstaigų sk. 2019 m.), sudaryta autorės

Šioje dendrogramoje matoma, kad pasirinkus Euklido distanciją 5,5 galima interpretuoti 4 klasterių modelį, pagal kurį: 1 klasteris - Vilnius, 2 klasteris - Telšiai, Utena, Tauragė, 3 klasteris – Šiauliai, Kaunas, 4 klasteris - Klaipėda, Panevėžys, Alytus, Marijampolė.

Siekiant tyrimo tikslo išanalizuota, kaip apskritys grupuojasi pagal branduolinio turizmo objektų skaičiaus rodiklį ir Lietuvos turistų skaičių 2019 m. Gauta labai tapati situacija. Tai galima paaiškinti tuo, kad veikiančių branduolinio turizmo objektų šiuo metu aptinkama Lietuvoje pakankamai ribotas skaičius, todėl analizės rodiklis ženkliai nepakeičia (žr. 10 pav.).

Hierarchinė apskričių klasterizacijos dendrograma



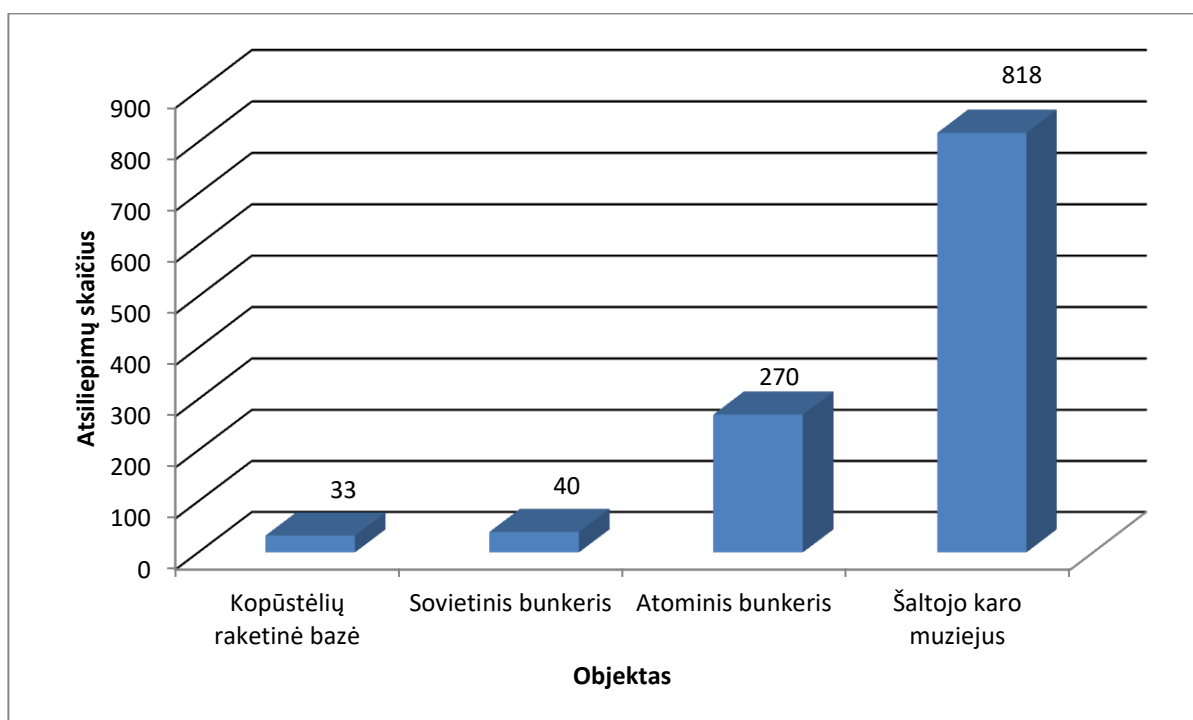
10 pav. Hierarchinė apskričių klasterių dendrograma (rodikliai: veikiančių branduolinio turizmo objektų 2019 m.), sudaryta autorės

Iš gautų rezultatų matoma, kurios apskritys yra panašiausios pagal nagrinėtus rodiklius ir formuodamos turizmo politiką, o taip pat planuodamos branduolinio turizmo plėtra galėtų bendradarbiauti ir ieškoti bendrų strateginių sprendinių. Klasterinė analizė parodė, kad didieji Lietuvos miestai ir jų apylinkės turi išskirtinumą, tačiau tikslinga turizmo politika gali šią situaciją pakreipti turizmo regionuose vystymo linkme.

3.2 Branduolinio turizmo plėtra: objektų vertinimas turistų požiūriu

Šiame informacinių technologijų amžiuje vartotoją pasiekia be galo daug informacijos, kuri suteikia didžiules galimybes tiek renkantis turistinius objektus, tiek juos vertinant.

Tyrime siekiant sužinoti turistų požiūrį apie branduolinio turizmo plėtrą, panaudoti jų atsiliepimai iš internetinių platformų. Duomenys kiekybiniam tyrimui surinkta iš Google atsiliepimų skilties ir „TripAdvisor“ internetinio puslapio, kuris yra vienas iš dažniausiai naudojamų internetinių kelionių apžvalgų puslapių. Iš viso surinkti 1205 turistų atsiliepimai apie branduolinio turizmo lankytinus objektus Lietuvoje: Kopūstėlių raketinę bazę, Šaltojo karo muziejų, Ignalinos atominę elektrinę, Sovietinį bunkerį, Atominį bunkerį (11 pav.).



11 pav. Atsiliepimų skaičius pagal lankytinus objektus, sudaryta autorės

Daugiausiai atsiliepimų pateikta apie Plokščiuose esantį Šaltojo karo muziejų (818 atsiliepimai), mažiau apie Atominį bunkerį Kaune (270 atsiliepimų). Ignalinos atominė elektrinė sulaukė 44 atsiliepimų, Sovietinis bunkeris - 40, o mažiausiai – 33 Kopūstėlių raketinė bazė. Žvelgiant į tai, kaip turistai įvertino šiuos objektus, stebimas toks vertinimas: Šaltojo karo muziejus 4,7*/5*, Atominis bunkeris 4,6*/5*, Ignalinos atominė elektrinė 4,5*/5, Sovietinis bunkeris 4,6*/5, Kopūstėlių raketinė bazė 4,8*/5. Kaip matome, visų objektų vertinimas yra aukštas, svyruoja nuo 4,5 iki 4,8 balų. Akivaizdu, kad lankytojams branduolinio turizmo objektai patinka, jie sėkmingai pritaikyti turistinei veiklai.

13 paveiksle matomi, tinklai, panašūs į kiekvieną iš paveiksle vaizduotų klasterių: branduolinių – raketų – paleidimo – aikštelė - sovietinė – raketų - bazė, šaltojo – karo - muziejus, šaltasis - karas, kolekcinė – KGB - įranga, tikrai – verta - apsilankyti, lietuvių - anglų, muziejus – gidas –labai – įdomi – vieta – geras – laikas, įdomi - istorija, daug – informacijos, taip pat – angliškai, mažai – pasaulis. Pagal pavaizduotų klasterių dydį galima matyti, kad tarpusavyje susieti ir įtaką vieni kitiems daro du didžiausi tinklai. Tai reiškia, kad būtent lankyti objektai ir juose dirbantys žmonės daro didžiausią įspūdį turistams ir tai verčia juos matyti, kad aplankyti branduolinio turizmo objektus Lietuvoje verta ne tik dėl egzistuojančių objektų, bet ir dėl paslaugų kokybės.

Remiantis gautais bendradarbiavimo ir bendrai pasitaikančių įvykių tinklais, gauti rezultatai buvo susieti tarpusavyje ir pavaizduoti 5 lentelėje. Lentelėje bendradarbiavimo tinklai sužymėti spalvomis, tema - atitinkamą temą, apžvelgtą bendradarbiavimo tinklų schemeje. Tinklų stulpelis lentelėje atitinka tinklus, pastebėtus bendrai pasitaikančių įvykių tinklų schemeje.

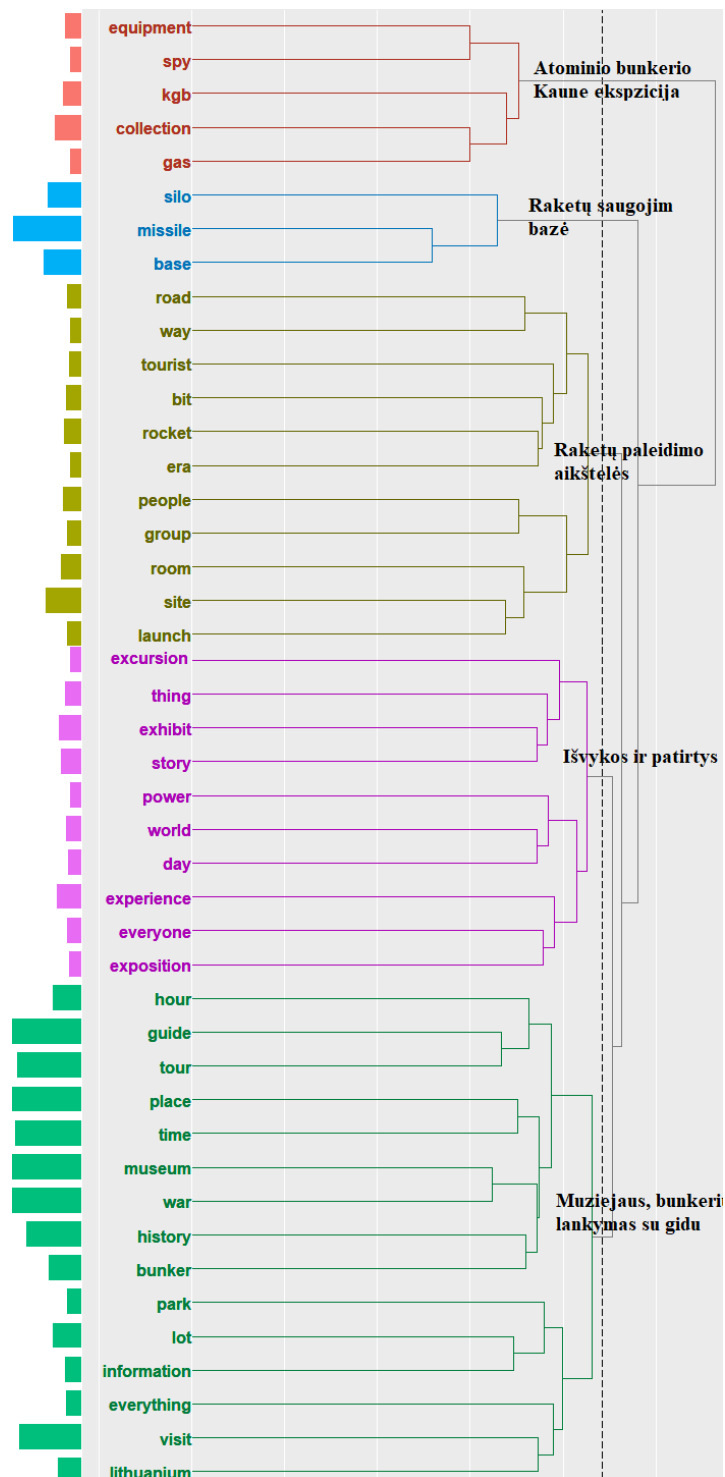
5 lentelė. Bendradarbiavimo ir bendrai pasitaikančių įvykių tinklų rezultatai.

Bendradarbiavimo tinklo spalva	Tema	Tinklai
Žalia	Lankytina vieta, gidas	Muziejus – gidas – labai – įdomi – vieta
Geltona	Muziejus	Šaltojo – karo – muziejus, branduolinių – raketų – paleidimo – aikštelė, sovietinė – raketų – bazė
Violetinė	Lankomų objektų tema	Šaltasis – karas
Raudona	Objektų ekspozicijos	Kolekcinė – KGB – įranga
Šviesiai žalia ir mėlyna	Bendras įspūdis	Įdomi – istorija, daug – informacijos, tikrai – verta – apsilankyti
Rožinė	Kalbos	Lietuvių – anglų

Iš analizės matyti, kad daugelis raktinių žodžių buvo nukreipti į teigiamo apibūdinimo branduolinio turizmo objektų aspektus, išskirtines lankytinas vietas, juose įrengtas ekspozicijas. Atsiliepiamų analizė leidžia suprasti, kas svarbu turistams, kas išskiria lankomą objektą iš kitų – teminės ekspozicijos (kolekcinė KGB įranga, šaltojo karo laikotarpio objektai), kokie yra turistų lūkesčiai ir poreikiai keliaujant (turistiniuose objektuose naudojama kalba, gidų kompetencija). Atsižvelgiant į šiuos faktorius paprasčiau pačius objektus pritaikyti turistų poreikiams.

Šiame tyrime turistų mėgstamoje svetainėje „TripAdvisor“ ir Google atsiliepimų skiltyje turistų pateikti atsiliepimai taip pat buvo analizuojami naudojant tekstų apdorojimo metodą, kuris leido išsiaiškinti branduolinio turizmo objektų įvaizdį turistų akimis. Siekiant tyrimą atlikti kuo reprezentatyviau ir išsiaiškinti galimą kontekstą, buvo išanalizuoti turimi atsiliepimai ne tik pagal žodžius atskirai, bet ir kaip vientisas tekstas.

Pirmiausia, siekiant išsiaiškinti turistams labiausiai įsiminusius objektus, buvo atlikta hierarchinė klasterių žodžių pasikartojimų analizė (14 pav.).



14 pav. Hierarchinė žodžių klasterių schema, sudaryta autorės KH Coder programa

14 paveiksle pateikta hierarchinė žodžių grupių diagrama, sudaryta iš dažniausiai pasikartojančių žodžių atsiliepimuose, rodo, kad turistams didžiausią įspūdį palieka išskirtinės ekspozicijos – kaip Atominiam bunkeryje Kaune eksponuojama KGB įrangos kolekcija, taip pat svarbūs šaltojo karo laikotarpio objektai – raketų saugjimo ir paleidimo aikštelės, svarbią poziciją taip pat užima patirtys, muziejų lankymas ir gidų paslaugos. Schemoje panašūs klasterinės analizės žodžiai išdėstyti hierarchinėje struktūroje, siekiant hierarchiškai sugrupuoti žodžius, turinčius panašius išvaizdos modelius. Ši diagrama buvo suskirstyta į 5 klasterius, kuriuos sudarė 45 žodžiai. Kiekvieną klasterį sudarė nuo 3 iki 15 žodžių. Iš gautų rezultatų matomi šie dažniausiai vartoti raktiniai žodžiai: kolekcija, saugykla, raketa, bazė, vieta, patyrimas, gidas, muziejus, karas, istorija, bunkeris, apsilankymas. Pagal raktinius žodžius klasteriams tyrimo autorė priskyrė kategorijas:

- Atominio bunkerio ekspozicija - 5 raktiniai žodžiai iš jų svarbiausi ir dažniausiai pasikartojantys - kolekcija, KGB, šnipas, įranga;
- raketų saugojimo bazė - 3 raktiniai žodžiai - raketa, saugykla, bazė;
- raketų paleidimo aikštelė – 11 raktinių žodžių iš jų svarbiausi ir dažniausiai pasikartojantys - vieta, raketa, kelias, paleidimas;
- išvykos ir patirtys - 10 raktinių žodžių iš jų svarbiausi ir dažniausiai pasikartojantys eksponatas, pasakojimas, patirtis, ekskursija;
- muziejų, bunkerių lankymas su gidu - 15 raktinių žodžių iš jų svarbiausi ir dažniausiai pasikartojantys - vieta, muziejus, gidas, lankymas.

Iš atliktos kiekybinės turistų atsiliepimų apie lankytus objektus analizės rezultatų galima matyti, kas yra aktualu ir svarbu turistams. Tyrimo metu buvo atkreiptas dėmesys į išskirtinius turistinius objektus – bunkerius, raketų saugojimo bazes, raketų paleidimo aikšteles, šaltojo karo muziejų. Dažniausiai pasitaikęs komentaras – *įdomu, verta aplankyti*. Taip pat galima išskirti tai, kad atsiliepimuose dažnai minima istorija, šaltasis karas. Pabrėžiama lietuvių ir anglų kalbos, tai galima susieti su objektuose suteikiama informacija šiomis kalbomis, kas ypač aktualu užsienio turistams, norintiems susipažinti su ekspozicijomis. Atsiliepimų analizė rodo, jog siekiant padidinti turistų srautus būtina palaikyti branduolinių turizmo objektų būklę, toliau plėtoti kokybiškas ekskursijas, siūlyti turus demonstruojant surinktas ekspozicijas ir jas nuolat atnaujinti, išlaikyti gidų motyvaciją teikti kokybiškas paslaugas.

3.3 Branduolinio turizmo plėtros galimybės: informantų nuomonės raiška

Pusiau struktūruoto interviu metu siekta atskleisti prielaidas branduolinio turizmo plėtrai. Pirmiausia buvo klausiama apskritai įvertinti branduolinio turizmo plėtros sąlygas Lietuvoje (5

lentelė). Tyrimo rezultatai parodė, kad Lietuvoje nėra išnaudojamas branduolinio turizmo potencialas turizmui plėtoti. Nors yra branduolinio turizmo objektų, kurie galėtų pritraukti atvykstančiuosius, deja, bet dalis objektų yra apleisti, jais nesirūpinama, o kai kurie yra net pavojingos būklės. Vis tik tyrimo dalyviai mano, kad branduolinis turizmas, būdamas nišinio turizmo dalimi, pastaruoju metu yra vis populiarėjantis ir kasmet sulaukiantis vis gausesnio turistų susidomėjimo, todėl branduolinio turizmo plėtra yra galima ir reikalinga. Kaip teigia ekspertas dirbantis valstybiniame sektoriuje, istoriškai Lietuva turi pranašumą vystant šią turizmo rūšį su kitomis ES šalimis dėl didelio kiekio branduolinio turizmo objektų kiekio.

6 lentelė. Sąlygos plėtoti branduolinį turizmą

Kaip manote, ar palankios sąlygos Lietuvoje plėtoti branduolinį turizmą? Kodėl taip manote?	
Kategorija	Patvirtinantis teiginys
Branduolinio turizmo plėtra Lietuvoje turi palankias sąlygas	<...>Poreikis branduoliniam turizmui yra, jį ne tik galima, bet būtina plėtoti<...> (PS_1); Manau, kad taip, kadangi Lietuvoje yra objektų, kurie traukia turistus <...> (VS_2); Manau, kad taip nes Lietuva dėl susiklosčiusių istorinių aplinkybių turi ganėtinai daug tokio tipo objektų <...> (VS_3)
Objektų pritaikomumas branduoliniam turizmui galimas, bet neišnaudojamas	<...> raketinės bazės <...> turizmui jos nelabai pritaikytos <...> jei su gidais, tai būtų įmanoma <...> (PS_4) <...> Taip, ši turizmo rūšis yra auganti ir ypatingai augs mūsų regione.<...> Apskritai vertinant situaciją kuri yra dabar turizmo sektoriuje ir šituose objektuose, jie po truputį nyksta. Tai yra nykstantis paveldas ir tas yra liūdna<...> (PS_3)

Visiems tyrimo dalyviams buvo užduotas klausimas apie branduolinio turizmo plėtos sąlygas Lietuvoje (6 lentelė). Šio klausimo atsakymai buvo suskirstyti į tinkamų sąlygų ir sąlygų, kurias reiktų gerinti kategorijas. Visi informantai sutiko, kad Lietuvoje yra branduolinio turizmo objektų, kurie galėtų pritraukti atvykstančiuosius, deja, bet dalis objektų yra apleisti, jais nesirūpinama, o kai kurie yra net pavojingos būklės, tačiau šią turizmo rūšį galima plėtoti Lietuvoje. Nors tai ir nišinė turizmo rūšis, tačiau vis labiau populiarėjanti ir kasmet sulaukianti vis gausesnio turistų susidomėjimo. Tad galima teigti, jog Lietuvoje yra objektų tinkamų branduolinio turizmo plėtrai ir turistai jais domisi, tačiau būtina pagerinti kai kurių objektų techninę būklę, pritaikyti juos saugiam lankymui.

Iš visų Lietuvoje esančių branduolinių objektų šiuo metu oficialiai ir saugiai lankytojus priima tik Plokštinės šachtinis divizionas, I-asis divizionas Ukmergėje, Atominis bunkeris,

Ignalinos atominė elektrinė ir Sovietinis bunkeris, šie objektai yra populiarūs ir mėgiami turistų, todėl tinkamai pritaikius ir sutvarkius šiuo metu apleistus objektus jie neabejotinai atsidurtų turistų rekomenduojamų aplankyti vietų sąrašė.

7 lentelė. Maitinimo ir apgyvendinimo įstaigų infrastruktūros padėtis

Kaip vertinate apgyvendinimo ir maitinimo paslaugas šalia branduolinio turizmo objektų?		
Kategorija	Subkategorija	Patvirtinantys teiginiai
Paslaugų infrastruktūra	Maitinimo ir apgyvendinimo įstaigų pasiekiamumas	<i>Šiuo metu tie objektai yra gana nuošalūs, apleisti ir dažniausiai žmogus gali ten nukeliauti tik mašina, o jei ne tai gali iškelti pakankamai nemažai sunkumų. (PS_2); <...> dažniausiai reikalingas transportas, todėl tuo pačiu kelionėje galima nesunkiai surasti maitinimo ar apgyvendinimo įstaigas netoliese. (VS_3)</i>
	Maitinimo ir apgyvendinimo įstaigų pasiūla	<i><...> įvairovė skurdi, bet poreikį tenkiną ir maitinimo ir apgyvendinimo sektoriuose. (VS_4); Su apgyvendinimo ir maitinimo paslaugų pasiūla šalia jų yra sudėtingesnė situacija <...> (VS_3)</i>
	Maitinimo ir apgyvendinimo įstaigų kokybė	<i>Paslaugų kokybė gera ir visur apytiksliai vienoda. (VS_4); <...> atvežam turistus, išleidžiam pavalgyt į piceriją, tai jiems užtenka <..>. (PS_1)</i>

Paslaugų infrastruktūra buvo išskirta į 3 subkategorijas: pasiekiamumo, pasiūlos ir kokybės. Informantų paklausus apie viešbučių ir maitinimo įstaigų infrastruktūrą šalia lankytinų objektų (7 lentelė), informantai tikino, kad situacija ganėtinai sudėtinga, nes paprastai lankytinos vietos yra nutolusios nuo didesnių miestų ar gyvenviečių centrų, tad tose vietose paslaugų pasirinkimas mažesnis, tačiau visi bendrai sutiko, kad kol kas, kol ši turizmo rūšis dar nepasiekė savo piko teikiančių paslaugas įmonių užtenka. Šiuo metu teikiamų paslaugų kokybė yra gera, o ir branduolinio turizmo entuziastai nėra itin išrankūs, paprastai jie nėra linkę apsistoti itin prabangiose vietose ir lankytis ištaingiuose restoranuose, dažniausiai jiems pakanka vidutinės klasės viešbučių ir maitinimo įstaigų. Informantų teigimu plėtojant šią turizmo rūšį ir pastebint turistų augimą verslininkai nedvejodami rastų būdų kaip išplėtoti infrastruktūrą.

Branduolinio turizmo objektai paprastai nėra didžiųjų miestų centruose, todėl dažniausiai objektus turistams sudėtinga pasiekti viešuoju transportu – jiems reikia užsisakyti turus su transportavimu arba patiems vykti nuosavu ar nuomotu transportu, dėl šios priežasties objektų

pasiekiamumas yra ribotas, o ir apgyvendinimo ir maitinimo paslaugų teikimo vietos yra įsteigtos miestuose atokiau nuo branduolinių vietų. Todėl lankantis objektuose reikalinga iš anksto apgalvoti maršrutus ir vietas, kuriose bus norima apsistoti po objektų lankymo. Dabartinę infrastruktūrą būtų galima pagerinti supaprastinus lankomų objektų pasiekiamumą – naudos pavieniams turistams be nuosavo transporto suteikti galima suderinus viešojo transporto grafikus ir maršrutus, kuriais įmanoma pasiekti lankytinus objektus.

8 lentelė. Informacijos apie branduolinį turizmą sklaida

Kaip manote, ar pakankamai pateikiama informacijos apie branduolinį turizmą Lietuvoje, ar reikalingi specializuoti leidiniai, interneto svetainės apie branduolinį turizmą ?		
Kategorija	Subkategorija	Patvirtinantys teiginiai
Informacijos sklaida	Turizmo objektų reklama	<i>Pakankamai, kai kurie regionai turi lankytinus objektus ir juos reklamuoja (VS_3)</i>
	Organizatorių skleidžiama informacija	<i>... šis klausimas su šaltojo karo turizmu yra visiškai neliečiamas Lietuvoje <...> aš dedu skelbimus, nuotraukas į socialinius tinklus, ir klientai ieškodami internete kažko susijusio su šaltuoju karu mane randa (PS_3); Tie kas organizuoja tokias keliones informacijos turistams suteikia pakankamai. (PS_1)</i>
	Internetiniai puslapiai	<i><...> yra sukurta puslapių kuriuose žmonės dalinasi savo žinomomis vietomis (PS_2); Įvedus internete nuclear tourism vienoje iš agentūrų rasime sąrašą lankytinų objektų <...> (VS_1); <...> informacija internete apie šia tema yra beveik visa, tačiau nestruktūrizuota (VS_4); Specializuotos interneto svetainės ir naujienų portalai, per pagrindinius naujienų šaltinius. (VS_2)</i>

Informacijos sklaidos tyrimo kategorija buvo suskirstyta į 3 subkategorijas: reklamos, organizatorių skleidžiamos informacijos ir internetinių puslapių. Informantų paklausus apie informaciją, kuri yra pateikiama apie branduolinį turizmą Lietuvoje (8 lentelė), nuomonės šiek tiek išsiskyrė. Informantai sutiko, kad informacijos galima rasti, tačiau daugiausiai ją viešina privataus sektoriaus atstovai, kurie ir pasigenda pagalbos iš šalies norint plėtoti branduolinį turizmą, taip pat informantai pasisako, kad randama informacija nėra struktūrizuota ir kartais reikia stipriai pasistengti norint kažką sužinoti plačiau, nes informacijos nėra daug o ir informacija gan sunkiai prieinama. Du informantai taip pat pasisakė, kad kol objektai, kurios galima laikyti – branduolinio

turizmo objektais- nėra paruošti savarankiškam turistų lankymui, geriau informacijos apie juos neteikti, nes lankytis tokiose vietose gali būti pavojinga. Informacijos sklaida ir turizmo objektų viešinimas yra svarbi branduolinio turizmo plėtros dalis. Tinkama reklama, rinkodarinės priemonės, reklama, internetinių puslapių kūrimas ir tinkamai pateikiama kelionių organizatorių informacija turistams yra esminiai kanalai, kuriais galima pasiekti tikslinę rinką, kurią domintų branduolinis turizmas Lietuvoje. Tad reikalinga skirti daugiau dėmesio tų regionų, kuriuose yra sutvarkytų, tinkamų lankymui branduolinio turizmo objektų, viešinimui Lietuvos ir užsienio rinkose.

9 lentelė. Investicijos į branduolinį turizmą

Kaip, Jūsų manymu, turėtų prisidėti prie branduolinio turizmo plėtros Lietuvoje valstybinis ir privatus sektoriai?		
Kategorija	Subkategorija	Patvirtinantis teiginys
Indėlis branduolinio turizmo plėtrai Lietuvoje	Privatus sektoriaus indėlis	<i><...> pagrindinė iniciatyva atitektų privačiam sektoriui, bet aš pristatyčiau plačiau šią grupę <...> tai menininkai, kūrėjai, įvairios nevyriausybinės organizacijos (VS_1); Sunku pasakyti, čia turbūt labiau privataus sektoriaus iniciatyva turėtų būti. (PS_2)</i>
	Valstybinio sektoriaus indėlis	<i>Valstybinis sektorius turėtų prisidėti skirdamas pakankamai lėšų ir žmogiškųjų išteklių branduolinio turizmo objektų Lietuvoje rekonstrukcijai, konservavimui, viešinimui, įveiklinimui ir pan., arba sudaryti sąlygas, o ne kliūtis, visa tai padaryti privačiam sektoriui. (VS_2); Jei turizmo departamentui pavyktų įtikinti IAE neužsidaryti turistams, manau, kad būtų perspektyvi turizmo šaka. (VS_1).</i>
	Privataus ir valstybinio sektoriaus bendradarbiavimas	<i><...> tai galėtų būti jungtiniai projektai, kuriais būtų galima įveiklinti tam tikrus objektus. Valstybinis sektorius galėtų suteikti visas galimybes ir galbūt lengvatas verslui investuojant ir pritaikant tokio tipo objektus lankymui. (VS_3); Nacionaliniu lygiu turėtų baigtis informacijos apie AE saugumą iškraipymas. Privatus sektorius mūsų regione sureagavo ir</i>

		<i>pradėjo teikti susijusias paslaugas. Vienintelis noras būtų, kad organizuotųsi paslaugų paketai (VS_4).</i>
--	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Iškėlus klausimą, kas turėtų labiau prisidėti prie branduolinio turizmo plėtros buvo išskirtos 3 subkategorijos: privatus sektorius, valstybinis sektorius, bei abiejų sektorių bendradarbiavimas (9 lentelė). Informantų nuomone, tai turėtų būti jungtinė veikla: valstybė turėtų suteikti daugiau galimybių privataus sektoriaus plėtrai, turėtų būti supaprastinta lankomų objektų nuomos ar dalinės privatizacijos dalis, taip pat branduolinis turizmas turėtų būti numatytas kaip viena iš Lietuvos prioritetinių sričių ir labiau viešinamas, Visagine turėtų būti sumažinta uždraustos zonos verslui zona. Tuo tarpu privataus sektoriaus atstovai sulaukė daugiau palaikymo ir geresnes sąlygas turizmo plėtrai mielai sutiktų investuoti savo lėšas viešinimui, objektų rekonstravimui, priežiūrai tuo pat steigdami naujas darbo vietas, pritraukdami turistų ir taip sėkmingai keltų Lietuvos ekonomiką. Tad būtina komunikacija tarp abiejų – valstybinio ir privataus sektorių, nes tik tarpusavyje bendradarbiaujant valstybei suteikiant verslui galimybes investuoti galima pasiekti geresnių rezultatų, pritraukti didesnius srautus turistų, kurie išleistų didesnes sumas keliaudami Lietuvoje, lankydami branduolinio paveldo ir kitus objektus, pramogaudami ir aktyviai ilsėdamiesi.

10 lentelė. Branduolinio turizmo plėtros kryptys

Kokios, Jūsų manymu, branduolinio turizmo veiklos turėtų būti plėtojamoms Lietuvoje? Kodėl?		
Kategorija	Subkategorija	Patvirtinantys teiginiai
Branduolinio turizmo plėtros kryptys	Edukaciniai užsiėmimai	<i>Ekskursijos, edukaciniai užsiėmimai, kur tai įmanoma - patyriminiai maršrutai, situacijų inscenizacijos <...> (VS_4); informacinės ekskursijos<...> (VS_3).</i>
	Energetinio branduolinio turizmo objektai	<i><...>IAE vien tik vietinių Lietuvos gyventojų yra labai daug norinčių aplankyti Ignalinos atominę elektrinę, taip pat būriais veržiasi užsieniečiai. (PS_1); atominė elektrinė (PS_2); Ignalinos atominė elektrinė (VS_1); Visagino regionas, Ignalinos atominės mokymo centras <...> (PS_3).</i>
	Šaltojo karo laikotarpio objektai	<i>Pačiam teko daryti keletą ekskursijų po bunkerius, tai žmonėms tikrai patinka, įdomu</i>

		<i>pamatyti, pačiupinėti <...> (PS_2); Kauno ir Platelių atominiai bunkeriai, taip pat yra įvairių bunkerių šalia Kauno (VS_1); <...> apleistus bunkerius, buvusias karines bazines Kauno regione <...> daug aptiktų karinių bazių yra aplink Kauną (PS_3).</i>
	Branduolinio turizmo maršruto kūrimas	<i><...> EDUATOM projekto metu yra kuriamas maršrutas, kuris galėtų būti infrastruktūra. (VS_1).</i>

Neabejotinai Lietuvoje egzistuoja branduolinio turizmo objektai (10 lentelė). Tyrimo metu išskirtos 4 subkategorijos: edukaciniai užsiėmimai, energetinio branduolinio turizmo objektai, šaltojo karo laikotarpio objektai, branduolinio turizmo objektų maršrutas. Paklausti apie branduolinio turizmo objektus informantai išskyrė vietas ir veiklas, kurios turėtų būti plačiau plėtojamos ir populiarinamos: Ignalinos atominė elektrinė, Kauno atominis bunkeris, Šaltojo karo muziejus, Šiaulių karinė bazė, įvairūs Lietuvoje egzistuojantys bunkeriai, karinės bazės, parodos ir kitos kūrybinės veiklos susijusios su branduoliniu amžiumi, teminės ekskursijos, edukaciniai užsiėmimai, kuriami realūs ir virtualūs maršrutai po branduolinio turizmo objektus ir visa kas žmonės paliktų didelį įspūdį. Verta paminėti, kad Š. Jasiukevičius išsakė savo nuomonę, jog Lietuvoje verta plėtoti branduolinį turizmą tik Visagine ir aplink jį dėl ten esančios atominės elektrinės, pasak eksperto kiti objektai taip pat būtų patrauklūs turistams, deja, bet daugelio jų būklė yra itin prasta ir jų rekonstravimo darbai greičiausiai būtų nesėkminga investicija, dėl didelių tvarkymo darbų kaštų, o ir renovavus objektus jie prarastų dalį savo autentiškumo.

Visgi Lietuvoje yra nemažai branduolinių objektų, kurie jau dabar yra turizmo sektoriaus dalis, o kai kuriems objektams reikalingos ne itin didelės investicijos, o kartu apjungus edukacines veiklas, energetinio ir šaltojo karo laikotarpio branduolinius objektus tokius kaip IAE, raketines bazines, Šaltojo karo, Atominį muziejus ir siekiant jų tarpusavio bendradarbiavimo įmanoma objektus apjungti ir sukurti puikius branduolinio turizmo maršrutus, kuriuos turistai galėtų rinktis keliaudami Lietuvoje.

11 lentelė. Atvykstamasis branduolinis turizmas

Ar galima, Jūsų nuomone, pritraukti užsieniečius svečius branduolinio turizmo plėtrai vykdyti?		
Kategorija	Subkategorija	Patvirtinantys teiginiai
Atvykstamojo	Užsienio svečiams	<i>...čia būriais veržiasi užsieniečiai <...> (PS_1); <...> daug</i>

turizmo prognozė	Lietuva įdomi branduoline tema	<i>kas iš jų sakė, kad jūs turite tai kas įdomu užsienio turistams (VS_1); Taip, nes užsieniečiams tai labai įdomu <...> (PS_3); <...> žinoma, daug žmonių tuo domisi. (PS_4); Tikrai taip, nes užsieniečiai netgi labiau linkę domėtis šia tema <...> (VS_3).</i>
	Lietuva įdomi tik kaip tarptautinio branduolinio maršruto dalis	<i><...> jei žmogus domisi šaltojo karo tema į Lietuvą jis specialiai nevažiuos, nebent jis jau yra aplankęs kitas gretimas šalis, tai nebent tokiu atveju (PS_2).</i>

Paklausus informantų ar branduolinio turizmo objektai sudomintų užsienio turistus informantų (11 lentelė) nuomonė sutapo, kad užsienio svečiai į Lietuvą vyktų, tik dėl skirtingų priežasčių, vienas iš apklaustųjų teigė, kad turistai tik dėl branduolinio turizmo objektų į Lietuvą nevažiuos, tačiau tai galėtų būti viena iš stotelių keliaujant po tokio tipo objektus Baltijos ir rytų Europos šalis. Informantų nuomone sudominti turistai į Lietuvą vyksta jau ir dabar ir kasmet jų sulaukiama vis daugiau, juos čia traukia tai, kad savo šalyse jie neturi tokių ar panašių objektų.

Lietuva galėtų išnaudoti branduolinio turizmą sėkmingai atvykstamojo turizmo plėtrai. Juos pritraukti galėtų sutvarkyti turizmo objektai, tinkama infrastruktūra, kvalifikuoti ir išmanantys šaltojo karo ir branduolinės energetikos istoriją turizmo specialistai. Jei būtų suteikiama daugiau informacijos apie Lietuvoje esančius branduolinio turizmo objektus turistus būtų galima pritraukti siekiant juos supažindinti su istorija, išlikusiu paveldu, kaimyninių valstybių turistai galėtų palyginti esamus išteklius Lietuvoje bei jų šalyse. Plėtojant šią turizmo rūšį, taip būtų galima sulaukti didesnių investicijų iš užsienio investuotojų ir verslumą skatinančių organizacijų.

12 lentelė. Turizmo plėtrai trūkstamos priemonės

Kategorija	Subkategorija	Patvirtinantys teiginiai
Priemonės, kurių trūksta branduolinio turizmo plėtrai Lietuvoje	Valstybės politika	<i>Branduolinio turizmo plėtros Lietuvoje strategijos bei idėjų, kaip apjungti išsibarsčiusius po Lietuvą branduolinio turizmo objektus į patrauklų tinklą <...> (VS_2); Strateginio nuoseklumo <...> (VS_4); <...> pakeisti valstybinių institucijų mąstyseną ir darbą, kad reikia saugoti tokius objektus <...> (PS_3).</i>

	Finansiniai ištekliai	<i>Investicijų į esamus, tačiau lankytojams nepritaikytus objektus <...> (VS_3).</i>
--	-----------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------

Interviu metu tyrimo dalyviai atskleidė priemones (12 lentelė), kurios būtų veiksmingos branduolinio turizmo plėtrai Lietuvoje ir, kurių trūksta, norint sėkmingai plėtoti šią turizmo rūšį. Išskirti valstybės politikos ir finansinių išteklių subkategorijos. Finansinės injekcijos be abejo reikalingos siekiant modernizuoti, atnaujinti ir pritaikyti branduolinius objektus turizmui, kad šie būtų saugūs lankyti. Valstybės politikos vaidmuo ir svarba turizmo plėtrai buvo jau anksčiau paminėtas baigiamajame darbe. Svarbu, kad nišinis turizmas išliktų prioritetine sritimi, o branduoliniui turizmui būtų skiriama daugiau dėmesio, kuriama plėtros strategija ir jos laikomasi. Taip pat dar kartą minima idėja apie branduolinio turizmo objektų bendrą koncepciją, kuri neabejotinai palengvintų branduolinio turizmo plėtrą.

Svarbu atkreipti dėmesį į esamas turizmo plėtros problemas ir skirti tinkamas priemones joms pašalinti, tinkama turizmo politika, investicijų į turistinius objektus ir paslaugas pritraukimas jas padėtų pašalinti. Taip būtų sukuriama daugiau darbo vietų, atnaujinama infrastruktūra, gerinama paslaugų kokybę, pritraukiama daugiau turistų.

Tiesiogiai su branduoliniu turizmu dirbančių asmenų buvo paprašyta apibūdinti kaip atrodo tipinis branduoliniu turizmu besidomintis žmogus.

13 lentelė. Turisto charakteristika

PS_1	Labai aiškiai: vyriška auditorija, amžiaus grupė nuo 26 iki 35m, dažniausiai žmonės su aukštuoju išsilavinimu ir turintys aukštesnes nei vidutines pajamas. Žmonės, kurie jau pakeliavę mate visko, turi pinigų ir turi interesą išplėsti akiratį, kad patirtų daugiau pojūčių ir įspūdžių, žingeidūs žmonės.
PS_2	Vyrai, 30-60 metų, iš vakarų Europos: Vokietijos, Prancūzijos, nes rytų europiečiams tai neturėtų būti labai įdomu, nes jie tokių objektų turi savo šalyse.
PS_3	...manau kad tai 60-65proc vyrai, moterų būna, bet mažiau. Amžius <...> nuo 20 iki 45m. Žmonės suprantantys, kas jiems gyvenime patinka. <...> šis turizmas <...> nėra skirtas masinėms grupėms. Tad šios grupės yra iki 16asmėnų <...> galbūt tas žmonėms ir yra labiau patrauklu. <...> ir yra tokia tendencija, kad žmonės netgi sutinka mokėti turizmo agentūroms daugiau, kad turėtų daugiau asmeninį potyrį, kad grupės būtų mažesnės, nei tos standartinės masinės grupės.
VS_4	<...> tai bus 25-40 metų turistai, dažniausiai keliaujantys poromis arba labai smulkia grupe (3-4), aukštesnio nei vidurkis uždarbio, atviras naujiems pojūčiams žmogus.

Iš informantų apibūdinimo matyti, gan aiškus branduolinio turistų portretas (13 lentelė). Dažniausiai tai subrendę, išsilavinę vyrai, uždirbantys vidutines ar aukštesnes pajamas, jau žinantys savo pomėgius, mėgstantys keliauti mažose grupėse ir patirti naujus potyrius. Tai aiški grupė žmonių, į kuriuos turėtų būti koncentruojamasi norint plėtoti branduolinį turizmą Lietuvoje.

Apibendrinant informantų interviu galima teigti, kad branduolinis turizmas Lietuvoje egzistuoja ir jo plėtra yra galima ir išties reikalinga. Valstybiniam ir privačiam sektoriams reikia suvienyti jėgas viešinti branduolinio turizmo objektus, kurti naujus maršrutus, organizuoti temines ar edukacines ekskursijas orientuotas į jauno ir vidutinio amžiaus vyrus, kurie nemaža tikimybė, jog bus atvykę iš užsienio, renovuoti ir turizmui pritaikyti apleistus ir nenaudojamus objektus: bunkerius, saugyklas. Tinkamai ruošti ir apmokyti gidus, kurie gebėtų perduoti žinias apie branduolinio turizmo objektus.

Šio tyrimo dėka galima pasiūlyti į turizmo plėtrą pažvelgiant iš 2 perspektyvų: besidominčių turistų ir turizmo organizatorių. Surinkus daugiau informacijos iš šių suinteresuotų pusių būtų galima kurti geresnę branduolinio turizmo plėtros strategiją Lietuvoje.

Išanalizavus literatūros šaltinius, atlikus kiekybinį ir kokybinį tyrimus paaiškėjo, branduolinio turizmo plėtra Lietuvoje galima ir susilauktų turistų dėmesio. Atsižvelgiant į tyrimo rezultatus galima teigti, kad šios turizmo rūšies plėtra suteiktų ekonominės ir socialinės naudos. Vystant bet kokią turizmo rūšį ekonominė nauda gaunama turistams besilankant mokamuose objektuose, įsigyjant suvenyrų, viešint apgyvendinimo vietas ir lankantis maitinimo įstaigose. Neabejotina nauda gaunama ir dėl vietos gyventojų užimtumo užtikrinimo, gerėjančios infrastruktūros. Socialinė nauda gaunama plėtojant tokias branduolinio turizmo kryptis kaip kultūrinis, paveldo, šaltojo karo turizmas, kuomet žmonės supažindinami su istorija, sužino naujų jiems dar negirdėtų faktų. Plėtojant industrinį, nelaimių, energetinį ar tamsųjį turizmą visuomenė taip pat yra supažindinama kaip įvairiais istoriniais laikotarpiais kito objektai ir žmonių suvokimas. Dėl šių priežasčių reikalinga siekti didesnio valstybinio ir privataus sektoriaus susidomėjimo šiuo turizmu, finansavimo ir veiklų tobulinimo.

Turizmo plėtra turi vystytis kryptingai, dėl šios priežasties būtina skirti didelį dėmesį lankytinų objektų infrastruktūros gerinimui, sistemingai teikti informaciją suinteresuotoms turistų grupėms apie turizmo galimybes Lietuvoje, suteikti galimybes privatiems asmenims ir įmonėms rūpintis branduoliniais objektais, pasižadant juos saugoti ir juose vykdyti su turizmu susijusias veiklas. Ir nors turizmo sektoriui būdinga dinamika su greit besikeičiančiais turistų poreikiais ir motyvais, branduolinis turizmas visada išliks viena įdomiausių turizmo rūšių, dėl emocijų, kurios sukeltos lankantis branduoliniuose objektuose. Pamažu visa, kas susiję su branduolinėmis operacijomis

tampa tik istorija, o žmones traukia susimaišiusi nežinomybė ir istorija, kuri ir yra viena iš svarbiausių branduolinio turizmo siunčiamų žinučių.

3.4 Branduolinio turizmo plėtros kryptys

Turizmo plėtrai įtaką daro įvairūs ekonominiai, socialiniai, kultūriniai, teisiniai veiksniai. Socialiniai veiksniai – darbo užmokestis, darbuotojų kiekis, išsilavinimas, vertybės. Kultūriniais veiksniais galima vadinti religiją, kalbą, papročius, istoriją. Ekonominiai – turistų pajamas ir išlaidas, paslaugas teikiančių įmonių skaičius, infrastruktūros lygis, skiriamas finansavimas. Teisinius veiksmus apima visas teisinė bazė – įstatymai, rekomendacijos, teisiniai įstatai.

Empiriniu tyrimu papildytas teorinis branduolinio turizmo plėtros modelis, pateiktas 45 puslapyje. Empirinis tyrimas leido papildyti galimus branduolinio turizmo plėtrą skatinančius veiksnius. Taigi, siekiant branduolinio turizmo plėtros Lietuvoje galimi šie veiksniai: ekonominiai, socialiniai, kultūriniai, politiniai aspektai, tarpinstitucinis ir tarsektorinis bendradarbiavimas, komunikacija tarp nacionalinės vyriausybės ir vietinės valdžios, regiono įvaizdžio formavimas vietinėje ir pasaulinėje rinkoje, turistinės vietovės patrauklumas, sezoniškumo mažinimas komunikacija: valstybinis sektorius <-> privatus sektorius <-> turistai, lyderystė ir išskirtinumas regiono rinkoje, tinkama paslaugų teikėjų kompetencija ir kokybiškų paslaugų ir prekių užtikrinimas, vietinių bendruomenių bendradarbiavimas ir turizmo naudos suvokimas, saugumas, sezoniškumas.

Siekiant branduolinio turizmo plėtros Lietuvoje neabejotinai pasisiekimo susilauktų bendras turizmo objektų produktas – branduolinio turizmo maršrutas. Tam reikalingas branduolinius objektus prižiūrinčių privačių asmenų ir valstybinių institucijų bendradarbiavimas, klasterių kūrimas, kurių partnerystės dėka būtų padidinama branduolinių turizmo objektų pridėtinė vertė, turistams suteikiama daugiau paslaugų, didesnė jų įvairovė. Klasterių nariams tai atneštų ekonominės naudos, daugiau investicijų iš įvairių fondų, valstybės ir privataus sektoriaus, pritrauktų naujų inovacijų šalininkų dėmesį, mokslo institucijos taip pat galėtų pasiūlyti didesnę kiekį naujų idėjų.

Galėtų būti panaudojamos šios priemonės: skiriamas didesnis dėmesys turizmo politikos prioritetui – nišiniam turizmui ir įvairiasnėms jo rūšims, kuriama turistų pritraukimo strategija, palankesnės sąlygos vietinio turizmo verslo plėtrai, investicijų į infrastruktūros gerinimą didinimas, efektyvesnės rinkodaros priemonės branduolinio turizmo populiarinimui, vietinių gyventojų supažindinimas su branduolinio turizmo koncepcija, turistinių objektų pritaikymas turizmui, turistinių maršrutų kūrimas, nuoseklus ir nuolatinis institucijų bendradarbiavimas. Tai taip pat patvirtina ir kokybinio tyrimo metu gauti rezultatai.

Iš gautų kiekybinio ir kokybinio tyrimų rezultatų galima prieiti išvados, kad branduolinio turizmo turistams svarbu ir itin didelį įspūdį palieka muziejuose ekskursijas vedantys gidai, šaltojo karo laikotarpio unikalūs objektai – branduolinių raketų paleidimo aikštelės, raketų bazės, neatsiejamoms unikalios muziejų ekspozicijos, išskirtinis energetinis objektas Lietuvoje – Ignalinos atominė elektrinė. Turistams įdomi istorija, suteikiama informacija. Atliktas pusiau struktūruotas interviu ir statistinis duomenų tyrimas parodė, kad Lietuvoje maitinimo ir apgyvendinimo paslaugas teikiančių įstaigų daugiausiai yra didžiuosiuose Lietuvos miestuose, kurie yra nutolę nuo branduolinės tematikos turistinių objektų, tačiau racionaliai analizuojant šią situaciją – kol branduolinis turizmas Lietuvoje nėra stipriai išplėtotas ekonomiškai paslaugas teikiantiems žmonėms steigti naujas įstaigas tose vietose neapsimoka. Siekiant pritraukti daugiau turistų reikalingos tinkamos rinkodarinės priemonės tikslinei grupei. Sprendžiant iš kiekybinio tyrimo metu rinktų komentarų kalbų įvairovės ir kokybinio tyrimo metu interviu apibūdinto tipinio branduolinio turisto paveikslo, galima teigti, jog tikslinė grupė - užsienio turistai. Tad skleidžiant daugiau informacijos apie branduolinius objektus Lietuvoje užsienio portaluose, aktyviam laisvalaikiui skirtose parodose, mugėse būtų galima pritraukti daugiau turistų, o kartu sulaukti dėmesio ir iš užsienio investuotojų.

Atsižvelgiant į veiksnius turinčius įtakos branduolinio turizmo plėtrai galima teigti, kad didžioji jų dalis yra priklausomi nuo žmonių ir tai leidžia teigti, kad išskylančias problemas galima išspręst imantis atitinkamų priemonių ir išsprendus kylančius keblumus branduolinis turizmas galėtų tapti viena iš svarbiausių turizmo rūšių Lietuvoje.

4. DISKUSIJA

Magistro baigiamajame darbe tirtos branduolinio turimo plėtros galimybės Lietuvoje. Kaip ir kiekvienai turimo rūšiai, taip ir branduoliniam turizmui reikia išsiskirti, būti konkurencingam, inovatyviam ir turėti kuo sudominti turistus. Tačiau turizmo plėtrai, nepakanka tik išskirtinumo reikalinga ir tinkama valstybinė parama ir tinkamai suformuota turizmo plėtros politika. Remiantis tyrimo rezultatais, galima konstatuoti, jog branduolinis turizmas yra vis labiau populiarėjanti, išskirtinė turizmo rūšis. Lietuvoje gausus branduolinių objektų likusių po šaltojo karo palikimas, dalis jų yra mėgstami turistų ir gausiai lankomi. Deja, bet Lietuvoje turizmas nėra laikomas prioritetine ūkio šaka, o branduolinis turizmas nėra minimas Lietuvos turizmo plėtros 2014-2020 metų programoje. Vienas iš svarbiausių uždavinių spręsti išskylančias problemas dėl per mažo dėmesio branduolinio turizmo plėtrai ir jo objektams. Darbe padarytos išvados ir aktualumas ragina ir toliau nagrinėti šią temą. Tyrimų rezultatai patvirtina, kad branduolinio turizmo plėtra Lietuvoje galima.

Branduolinis turizmas – nišinė turizmo rūšis, kuri nėra skirta masėms ir tikėtina, kad didelės finansinės investicijos greito rezultato nesuteiks. Tačiau taip pat, tai tokia turizmo rūšis, kuriai nėra reikalingos didelės investicijos, nes visi objektai jau egzistuoja, tereikia juos pritaikyti turizmui, tai yra apleistus objektus, paversti saugiais lankymui, tą pasiryžę padaryti privataus sektoriaus atstovai, kuriems reikia suteikti daugiau galimybių gauti leidimus, tuos objektus prižiūrėti. Tinkamai plėtojamas turizmas naudingas visoms pusėms: valstybei, verslui, turistams. Lietuva

Iš pastarojo meto branduolinio turizmo plėtros kitose šalyse tendencijų galima pasisemti naudingų naujų idėjų ir požiūrių, kuriuos būtų galima pritaikyti siekiant populiarinti branduolinį turizmą Lietuvoje.

IŠVADOS IR REKOMENDACIJOS

1. Tyrimo metu teoriškai apibendrintas branduolinio turizmo konceptas. Branduolinis turizmas – tai nišinio turizmo dalis, kurios pagrindą sudaro objektų, susijusių su branduoline energetika, branduoliniais ginklais ir šaltuoju karu lankymas, tai turizmo rūšis, kuri glaudžiai susijusi su kultūrinio, industrinio, nelaimių, tamsiojo, paveldo ir šaltojo turizmo rūšimis. Branduolinis turizmas atliepia specializuotus turistų poreikius, o taip pat kuria išskirtinės turistinės vietovės įvaizdį, pozicionuoja ją kaip unikalią savo turizmo produktais, padeda konkuruoti vis konkurencingesnėje turizmo aplinkoje. Branduolinio turizmo plėtrai turi įtakos šalių ekonominiai, socialiniai, kultūriniai ir politiniai veiksniai, ją skatina tarsektorinis ir tarpinstitucinis bendradarbiavimas bei tarpsusavio komunikacija, priklauso nuo sezoniškumo ir paslaugų kokybės valdymo.
2. Branduolinio turizmo plėtros kitose šalyse tendencijas: Manhatano projekto, Černobylio, Hirošimos galima pasisemti naudingų idėjų, kurias būtų galima pritaikyti siekiant populiarinti branduolinį turizmą Lietuvoje. Minėtuose objektuose, dėl tinkamų rinkodaros priemonių, objektų išsaugojimo, valstybių skiriamo dėmesio ir investicijų turistų srautai kasmet auga.
3. Empirinio tyrimo rezultatai parodė, kad Lietuvoje susidomėjimas branduoliniu turizmu auga. Nacionalinių turizmo politikos dokumentų analizė ir tyrimo dalyvių atsakymų analizė parodė, kad Lietuvoje branduolinis turizmas nėra priskiriamas prie prioritetinių turizmo šakų, jam nėra skiriamas didesnis dėmesys. Tyrimo metu išskirti šie veiksniai, turintys daugiausiai įtakos branduolinio turizmo plėtrai: tarpinstitucinis ir tarpsektorinis bendradarbiavimas, komunikacija tarp nacionalinės vyriausybės, vietinės valdžios ir verslo, regiono įvaizdžio formavimas vietinėje ir pasaulinėje rinkoje, turistinės vietovės patrauklumas, lyderystė ir išskirtinumas regiono rinkoje, tinkama paslaugų teikėjų kompetencija ir kokybiškų paslaugų ir prekių užtikrinimas, saugumas, sezoniškumas. Taip pat išskirtos priemonės galinčios padėti turizmo plėtrai - dėmesys nišiniam turizmui, kuriama turistų pritraukimo strategija, palankesnės sąlygos vietinio turizmo verslo plėtrai, investicijų į infrastruktūrą didinimas, efektyvesnės rinkodaros priemonės, apleistų objektų pritaikymas turizmui, turistinių maršrutų kūrimas.
4. Remiantis atliktu tyrimu nustatyta, kad Lietuvoje branduolinio turizmo plėtra galima, įtraukiant vietas ir nacionalinius suinteresuotuosius subjektus, skatinant ir suteikiant galimybes privačiam sektoriui rūpintis branduolinio turizmo objektais. Investicijos ir dėmesys turizmo plėtrai turėtų

būtų nukreiptas šaltojo karo laikotarpio objektų, IAE kryptimis kartu kuriant edukacinius užsiėmimus, teminius maršrutus kartu išlaikant aukštą paslaugų kokybę.

Atsižvelgiant į branduolinio turizmo plėtros galimybių tyrimo metu gautas išvadas bei įvertinus tyrimo rezultatus, siūlomos šios **rekomendacijos**:

Ekonomikos ir inovacijų Ministerijai:

1. Investuoti į rinkos tyrimus ir skaitmeninę transformaciją. Ši investicija padėtų gauti detalesnę informaciją apie branduolinio turizmo rinką Lietuvoje, tai pagelbėtų ieškant sprendimų branduolinio turizmo populiarinimui, turistų poreikių tenkinimui. Skaitmeninės transformacijos dėka turizmo sektorius taptų inovatyvesnis, patrauklesnis šiuolaikiniams keliautojams, užsienio turistai lengviau rastų reikiamą informaciją.
2. Investuoti į specialistų ugdymą ir jų motyvacijos išlaikymą. Parengti specialistai galėtų labiau prisidėti prie kokybiško turistų aptarnavimo, turizmo rinkos analizės, naujų produktų kūrimo, jų viešinimo.
3. Paskelbti branduolinį turizmą kaip vieną iš prioritetinių turizmo sričių ir sukurti branduolinio turizmo maršrutą Lietuvoje ir Baltijos šalyse.

Savivaldybių, kuriose yra branduolinio turizmo objektai, administracijoms:

1. Siekiant populiarinti branduolinio turizmo objektus, reikalinga daugiau dėmesio ir lėšų skirti reklamai bei viešinimui.
2. Apsaugoti ir konservuoti dabar nenaudojamus branduolinio turizmo objektus: bunkerius, raketines bazines.
3. Suteikti galimybę privačiam sektoriui investuoti ir plėtoti į branduolinio turizmo verslą.
4. Kurti įvairesnius unikalius turistinius pasiūlymus kaip "Atominis miestas iš paukščio skrydžio-ekskursija po Ignalinos apylinkes iš dangaus oro balionu ar mažu lėktuvu", „Nakvynė atominiame bunkeryje“ ar "Vestuvės raketų paleidimo bazėje".
5. Parengti alternatyvius planus šalia branduolinio turizmo objektų, pasinaudojant populiarių turistinių objektų įvairove Lietuvoje.
6. Turistams suteikiama labai mažai informacijos apie šia branduolinį turizmą, todėl būtina visuomene supažindinti su branduolinio turizmo paslaugomis, taip pat ruošti maršrutus bei parengti įvairesnių paslaugų.

NAUDOTA LITERATŪRA

1. Adey, P. 2015 Air's affinities: Geopolitics, chemical affect and the force of the elemental Dialogues in Human Geography, 5(1), p. 54–75
2. Ali-Knight J. M. 2011 THE ROLE OF NICHE TOURISM PRODUCTS IN DESTINATION DEVELOPMENT PhD by Published Works
3. Ashworth, Gregory John, Hartmann, Rudi 2005 Introduction: managing atrocity for tourism In G. J. Ashworth, & R. Hartmann (Eds.), Horror and human tragedy revisited: The management of sites of atrocity for tourism p. 1-14 New York: Cognizant
4. Atvykusių turistų skaičius, kelionių skaičius, nakvynių skaičius ir išlaidos [žiūrėta 2019.09.06] prieiga per internetą <https://osp.stat.gov.lt/statistiniu-rodikliu-analize?hash=6150b98e-b59d-415c-90f1-d46e74f0b93d#/> Garwood Alfred 1996 The holocaust and the power of powerlessness: survivor guilt an unhealed wound , p. 243–258 British Journal of Psychotherapy
5. Bakalo Nadiya, Diachkov Dmytro, Potapiuk Iryna, 2016, The peculiarities of special kinds of tourism in Ukraine, Mechanisms and models of development of entities tourist business: collective monograph, p. 140-149, ISMA University. – Riga.
6. Baldwin, Frank, & Sharpley, Richard 2009, Battlefield tourism: Bringing organised violence back to life. In R. Sharpley, & P. R. Stone (Eds.), The darker side of travel: The theory and practice of dark tourism p. 186-206, Bristol: Channel View
7. Baležentis, A., Žuromskaitė, B., 2012 Turizmo vadyba. Tarptautinio turizmo administravimo įvadas. Vilnius: Mykolo Romerio universitetas
8. Bennetts Marc 2011 A day trip to Chernobyl [žiūrėta 2020.01.03] prieiga per internetą <<http://www.bbc.com/travel/story/20110228-a-day-trip-to-chernobyl>>
9. Berger, Jenna. 2006 Nuclear Tourism and the Manhattan Project, Columbia Journal of American Studies 7, 196-214.
10. Bilevičienė T., Jonušauskas S. 2011. Statistinių metodų taikymas rinkos tyrimuose. Vilnius: Mykolo Romerio universitetas. p. 310. ISBN 978-9955-19-242-8
11. Blackwell Andrew 2012 Visit Sunny Chernobyl: And Other Adventures in the World's Most Polluted Places France p. 350 ISBN 978-2-08-124620-1
12. Bogaard Conny, 2012, Apocalypse Revisited: New Challenges for Atomic Tourism CAA Annual Conference p. 27 Institute for Doctoral Studies in the Visual Arts
13. Braithwaite Dick, Lee Yun Lok 2006 Dark tourism, hate and reconciliation: the sandakan experience p. 22 Published by the Global Educators' Network of the International Institute for Peace through Tourism (IIPT)

14. Briassoulis, H. 2004 Crete: Endowed by nature, privileged by geography, threatened by tourism In B. Bramwell (Ed.), Coastal mass tourism: Diversification and sustainable development in Southern Europe p. 48-67 Clevedon: Channel View.
15. Bürkner, D. 2014, The Chernobyl landscape and the aesthetics of invisibility. *Photography and Culture*, 7(1), p. 21–39.
16. Butler, R. 1980 The concept of a tourist area of life cycle of evolution: Implications for management of resources. *Canadian Geographer*, 24(1), p. 5-12.
17. Cannon, Terry 1994 Vulnerability Analysis and the Explanation of “Natural” Disasters, p. 13–30 in A. Varley (ed.) *Disasters, Development and the Environment*. Chichester: John Wiley.
18. Choi, Charles Q. 2011 The worst nuclear plant accident in history: Live from Chernobyl. Retrieved 29 May, 2012, from *Scientific American* website
19. Cooper, C., & Jackson, S. 1989 Destination life cycle: The Isle of Man case study. *Annals of Tourism Research*, 16(3), p. 377-398.
20. Creswell, J.W. 2009 *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Los Angeles: SAGE Publications, Inc.
21. Dann, G., and R. Potter 2001 Supplanting the Planters: Hawking Heritage in Barbados p. 51-84. In *International Journal of Hospitality and Tourism Administration*, G. Dann and A.V. Seaton, eds.
22. Davies, T., & Polese, A., 2015, Informality and survival in Ukraine's nuclear landscape: living with the risks of Chernobyl, *Journal of European Studies*, 6(1), p. 34–45.
23. Di Chiro, G. 2000 Bearing witness or taking action? Toxic tourism and environmental justice. In R. Hofrichter (Ed.), *Reclaiming the environmental debate: The politics of health in a toxic culture* p. 275–300 Cambridge, MA: MIT Press.
24. Douglas, N., Douglas, N., & Derret, R. (Eds.). 2001 *Special interest tourism*. Melbourne: Wiley
- Edwards, J. A. & Lluérdés, J. C. 1996 Mines and quarries: Industrial heritage tourism. *Annals of Tourism Research* 23(2), p. 341–363.
25. Edgell, D. L., Allen, M. D., Smith, G., Swanson J. R. 2008 *Tourism Policy and Planning: Yesterday, Today and Tomorrow*
26. Eurostat news release [žiūrēta 2020.02.15] prieiga per internetą <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/10371904/4-24012020-AP-EN.pdf/225398de-fa6a-4ed9-6052-9167d39f2ea2>
27. Farkic Jelena 2019, Consuming dystopic places: What answers are we looking for?, *Tourism Management Perspectives*, Elsevier p.8
28. Faulkner, B., & Tideswell, C. 2005 Rejuvenating a maturing tourist destination: The Case of the Gold Coast: Australia. In R. Butler (Ed.), *The Tourism Area Life Cycle: Applications and Modifications Vol. 1*, p. 306-336 United Kingdom: Channel View Publication

29. Frantal Bohumil, Urbánková Renata 2014 Energy tourism: An emerging field of study Current Issues in Tourism p. 20, Routledge
30. Freeman, L. A. 2014, The Manhattan project time machine: Atomic tourism in Oak ridge, Tennessee. In B. Sion (Ed.), Death tourism: Disaster sites as recreational landscape (p. 54-74). London: Seagull.
31. Garcia, B. R. 2012 Management issues: In dark tourism attractions: The case of ghosttours in Edinburgh and Toledo. Journal of Unconventional Parks Tourism & Recreation Research, 4(1) p.14-19
32. Gerster Robin 2013 The Bomb in the Museum: Nuclear Technology and the Human Element Museum & Society ISSN 1479-8360
33. Glossary of tourism terms [žiūrėta 2019.04.09] prieiga per internetą <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>
34. Grecevičius, P., Armaitienė, A., Junevičienė, O., Labanauskaitė, D., Lukšaitienė, A., Slušnys, E., Vaidelys, A. 2002 Turizmas. Kaunas: Kauno kolegija.
35. Gusterson, Hugh 2004 Nuclear Tourism Journal for Cultural Research 8.1 p. 23-31
36. Akyurtkurnaz Hande , Çeken Hüseyin, Kiliç Burhan 2013 Determination of Dark Tourism Participants' Travel Motivations p. 57-73 İşletme Araştırmaları Dergisi
37. Hannan Kevin, Mostafanezhad Mary, 2014 Moral Encounters in Tourism p. 258 Ashgate Publishing Limited ISBN 978-1-4724-1844-9
38. Hecht, G. 1997 Peasants, engineers, and atomic cathedrals: Narrating modernization in postwar provincial France. French Historical Studies, 20(3), p. 381–418
39. Henderson, Joan C. 2000 War as a tourist attraction: the case of Vietnam, International Journal of Tourism Research, 2, p. 269-280
40. Hetherington, Kevin 1997 Badlands of Modernity: Heterotopia and Social Ordering. P. 176 London: Routledge ISBN-10: 0415114691
41. Higuchi, K. 2016 A two-step approach to Quantitative Content Analysis: KH Coder tutorial using Anne of Green Gables (Part I). Ritsumeikan Social Science Review, Vol. 52, No. 3, p. 77-91
42. Higuchi, K. 2017 A two-step approach to Quantitative Content Analysis: KH Coder tutorial using Anne of Green Gables (Part II). Ritsumeikan Social Science Review, Vol. 53, No. 1, p. 137-147
43. Hiroshima shisei yōran Overview of the Municipal Administration Hiroshima Hiroshima: Hiroshimashi
44. Hiroshimashi (ed.) 1982 Hiroshima shinshi shiryōhen 2 fukkōhen [New History of Hiroshima Source Material Volume 2 Reconstruction]. Hiroshima: Hiroshimashi
45. Hodge Nathan, Weinberger Sharon, 2008, Nuclear Family Vacation: Travels in the World of Atomic Weaponry, I Blomsbury, p. 336, ISBN: 978-1-60819-669-2

46. Hopenienė R., Patašienė I., 2012, Kultūrinio turizmo specifika, KTU
47. Hopeniene Rimante 2017 Pasaulinės turizmo tendencijos: ar Lietuva pasiruošusi? [žiūrėta 2019.12.13] prieiga per internetą <https://ktu.edu/news/pasaulines-turizmo-tendencijos-ar-lietuva-pasiruosusi/>
48. Hudson, S., Wang, Y. ir Gil, S. M. 2011 the influence of a film on destination image and the desire to travel: a cross-cultural comparison// International journal of tourism research. Vol.13. No.2
49. Yankovska Ganna, Hannam Kevin 2013 Dark and toxic tourism in the Chernobyl exclusion zone Routledge p. 13 Current Issues in Tourism
50. Inskeep, E. 1991 Tourism Planning: An integrated and sustainable development approach. Michigan: Van Nostrand Reinhold
51. Yoshida Kaori, Bui Huong T., J.Lee Timothy, 2016, Does tourism illuminate the darkness of Hiroshima and Nagasaki? Journal of Destination Marketing & Management Elsevier, p. 8
52. Young James Edward 1993 The Texture of Memory: Holocaust Memorials and Meaning p. 398 Yale University Press ISBN 0300059914
53. Yuill, S. M. 2003 Dark tourism: Understanding visitor motivations at sites of death and disaster, Masters dissertation, Department of Parks, Recreation and Tourism Sciences, Texas A&M University.
54. Jaume Sastre-Juan, Jaume Valentines Alvarez 2017 Fun and fear: The banalization of nuclear technologies through display Jaume Sastre-Juan, Centre d'Història de la Ciència, Mòdul d'investigació C, Carrer de Can Magrans s/n, Universitat Autònoma de Barcelona, p.12
55. Jackson, Leonard 2006 Ameliorating the negative impacts of tourism: a Caribbean perspective p. 574-582 International Journal of Contemporary Hospitality Management, 18.
56. Junevičius A., Albrektas E. 2017 Lietuvos turizmo plėtros politikos galimybių analizė. Viešoji politika ir administravimas. T. 16, Nr. 3, p. 439-454. Kaunas: Kauno technologijos universitetas.
57. Kardelis, K., 2007 *Mokslinių tyrimų metodologija ir metodai*. Šiauliai: Lucilijus
58. Kirshenblatt-Gimblett, B. 1998 Destination Culture: Tourism, Museums and Heritage. Berkeley, CA: University of California Press
59. Kužnik Lea 2015, Typology of Dark Tourism Heritage With It's Implications on Slovenian Future Dark Tourism Products University of Maribor, Faculty of Tourism
60. Labanauskaitė Daiva 2011 Atvykstamojo turizmo įtakos regionų ekonominiam augimui vertinimas Klaipėdos universitetas p.9 Management theory and studies for rural business and infrastructure development Research papers ISSN 1822-6760
61. Lau, Yuri 2007 Consuming destruction: The Nuclear Tourist, in Gillespie, S. et al Literature Across Cultures, Longman p.7

62. Lehen Andrew W. 2012 Walking the Streets of a Nuclear Ghost Town [žiūrėta 2020.01.03] prieiga per internetą < <https://www.nytimes.com/2012/05/27/travel/near-chernobyl-touring-a-disaster.html>>
63. Lennon, John, Foley Malcolm. 2000 Dark tourism. The attraction of death and disaster p. 184 London: Cassell ISBN-13: 978-0826450647
64. Lietuvos turizmo plėtros 2014–2020 metų programa [žiūrėta 2019.09.06] prieiga per internetą <https://e-seimas.lrs.lt/rs/legalact/TAP/TAPIS.210039/>
65. LIETUVOS TURIZMO RINKODAROS 2016–2020 METŲ STRATEGIJA [žiūrėta 2019.09.06] prieiga per internetą <https://www.lithuania.travel/uploads/ckeditor/default/0001/02/948aa5f0871b4f82790319c2f7f6e88ff022b6db.pdf>
66. Lukasova, V. 2011 Cooling towers for a witness: Weddings by a nuclear power plant Temelin, Czech Republic.
67. Mahika Elena-Cristina 2011 Current trends in tourist motivation Cactus Tourism Journal Vol. 2, Issue 2/2011, p. 5-24, ISSN 2247-3297
68. Malinauskaitė Vilija 2017 Regiono patrauklumo vertinimais grindžiama tarptautinio turizmo plėtros vadyba Daktaro disertacija Vilniaus Gedimino Technikos Universitetas socialiniai mokslai VGTU leidyklos Technika mokslo literatūros knyga SBN 978-609-476-037-2
69. Marcuse Harold 2005, Reshaping Dachau for Visitors: 1933-2000 Chapter 9 in Greg Ashworth & Rudi Hartmann (eds.), *Horror and Human Tragedy Revisited: The Management of Sites of Atrocities for Tourism* (New York: Cognizant Communications, 2005), p. 118-149
70. Markauskienė A., Gižienė V. 2012 Atvykstamojo turizmo poveikis šalies ekonomikai. Kaunas: Kauno technologijos universitetas
71. Martini Annaclaudia, Dorina Maria Buda 2018 Dark tourism and affect: framing places of death and disaster Buda Current Issues in Tourism Routledge p.15
72. Mažeikiene Natalija, Gerulaitienė Eglė 2018 Educational aspects of nuclear tourism: sites, objects and museums Vytautas Magnus University Lithuania p. 5668-5677 ISBN: 978-84-09-02709-5
73. McKernan Jerry, Mulcahy, Kevin V. 2008 Hurricane Katrina: A Cultural Chernobyl. The Journal of Arts Management, Law and Society, p. 217-232
74. Meschi Ida, Župerka Aurimas, Župerkienė Erika, 2015 Inovacijų diegimą lemiantys veiksniai Klaipėdos miesto turizmo sektoriuje TILTAI, p. 115–126, ISSN 1392-3137
75. Mikos von Rohrscheidt Armin 2008 Turystyka kulturowa, Fenomen, Potelcjal, Perektywy, Gniezno 2008 ISBN 83-61352-00-6
76. Miles, William 2002 Auschwitz: Museum Interpretation and Darker Tourism p. 1175–1178 Annals of Tourism Research Vol. 29

77. Molella Arthur 2003 Exhibiting atomic culture: the view from Oak Ridge History and Technology, 19:3, p.211-226
78. Naujanytė Patricija 2019 Serialas „Černobyliškis“ įrodė: populiarėja branduolinis turizmas [žiūrėta 2019.09.05] prieiga per internetą <<https://www.370.diena.lt/naujienos/lietuva/salies-pulsas/serialas-cernobyliškis-irode-populiareja-branduolinis-turizmas-919158>>
79. Navickas, V., Malakauskaitė, A., 2009, The Possibilities for the Identification and Evaluation of Tourism Sector Competitiveness Factors. Engineering Economics, Vol. 1, No 61.
80. Nyaupane, Gyan. P., Morais, Duarte. B., Dowler, Lorraine 2006 The role of community involvement and number/type of visitors on tourism impacts: A controlled comparison of Annapurna, Nepal and Northwest Yunann China, p. 1373–1385 Nepal. Tourism Management.
81. Novelli Marina 2005. Niche Tourism – Contemporary Issues. Trends and Cases, p. 264, Butterworth-Heinemann. ISBN 0 7506 6133 X
82. Onishi, N. 2012 A nuclear plant, and a dream, fizzles. The New York Times, p. A11. Retrieved 2012 [žiūrėta 2020.03.10] prieiga per internetą http://www.nytimes.com/2012/02/14/world/asia/bataan-nuclear-plant-never-opened-now-a-tourism-site.html?pagewanted=all&_r=40
83. Otgaar, A. 2012 Towards a common agenda for the development of industrial tourism Tourism Management Perspectives, 4, p. 86–91
84. Pechlaner, H., Fischer, E., Hammann, E-M. 2009 Innovationen in standorten: Perspektiven für den tourismus. In H. Pechlaner & Fischer (Eds.), Strategische produktentwicklung im standortmanagement: Wettbewerbsvorteile für den tourismus p. 9-29 Berlin: Erich Schmidt Verla
85. Pechlaner, H., x Döpfer, B. C. 2009 Strategische produktentwicklung im tourismus: Durch systematisches management zur produktinnovation. In H. Pechlaner & E. Fischer (Eds.), Strategische produktentwicklung im standortmanagement: wettbewerbsvorteile für den tourismus p. 153-176 Berlin: Erich Schmidt Verlag
86. Petryna, A. 2013, Life exposed: Biological citizens after Chernobyl. Princeton University Press.
87. Philippopoulos-Mihalopoulos, A. 2016 Withdrawing from atmosphere: An ontology of air partitioning and affective engineering. Environment and Planning D: Society and Space, 34(1), p.150–16
88. Pitkanen, L., & Farish, M. (2017). Nuclear landscapes. Progress in Human Geography, 030913251772580. doi:10.1177/0309132517725808 p.19
89. Pliustienė Jovita 2012 Turizmo strateginis planavimas ir kaimo turizmo sektoriaus plėtros galimybės, *Buhalterinės apskaitos teorija ir praktika*, Nr. 12, p. 67-81.
90. Rodríguez-Díaz, M., Espino-Rodríguez, T. F. 2008 A model of strategic evaluation of a tourism destination based on internal and relational capabilities. Journal of Travel Research, 46, p. 368-380.

91. Rojek, C. 1993 *Ways of Escape: Modern Transformations in Leisure and Travel*. Basingstoke: The Macmillan Press
92. Santos Maria Margarida, Ferreira Ana Maria, Costa Carlos 2014 Identificação dos recursos nucleares do destino como suporte para o desenvolvimento de produtos turísticos inovadores *Revista Turismo & Desenvolvimento* p. 315-330
93. Sasaki, Yūichirō 1977 *Hiroshima wa ikite ita: Sasaki Yūichirō no kiroku* [Hiroshima Lived: The Chronicles of Sasaki Yūichirō]. Hiroshima: Mainichi Shinbun Hiroshima shikyoku.
94. Schafer Stefanie, 2016 From Geisha girls to the Atomic Bomb Dome: Dark tourism and the formation of Hiroshima memory *Tourist Studies*, Vol. 16(4) p. 351– 366
95. Schell, Jonathan (2000) *The Unfinished Twentieth Century: What We Have Forgotten About Nuclear Weapons* p. 41–56, *Harper's Magazine*
96. Schlegel, Jeff 2009 Unspoiled Nature in Shadow of a Nuclear Site *The New York Times* [žiūrėta 2020.02.10] <https://archive.nytimes.com/query.nytimes.com/gst/fullpage9E0DE2D6173FF937A3575AC0A96F9C8B63.html> prieiga per internetą
97. Scuttari,A., Volgger,M., & Pechlaner,H. 2016, Transition management towards sustainable mobility in Alpine destinations: realities and realpolitik in Italy's South Tyrol region. *Journal of Sustainable Tourism*, 24(3), p. 463–483.
98. Seaton, A. V. 1999 War and Thanatourism: Waterloo 1813–1914 *Annals of Tourism Research* p. 130–58
99. SEPTYNIOLIKTOSIOS LIETUVOS RESPUBLIKOS VYRIAUSYBĖS PROGRAMA [žiūrėta 2019.09.06] <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/886c7282c12811e682539852a4b72dd4> prieiga per internetą
100. Sharpley Richard, Stone Phillip R., 2009, *The Darker Side of Travel: The Theory and Practice of Dark Tourism* Bristol, UK: Channel View Publications, p. 275 ISBN: 978-184541
101. Sharpley, R., and Tefler D. J., (2002). *Tourism and Development: Concepts and Issues*. p. 546 Clevedon, Buffalo, Channel View ISBN-13: 978-1-84541-473-3 ISBN-13: 978-1-84541-472-6J0
102. Smith, M., Macleod, N., & Robertson, M. H. 2010 Special interest tourism. In M. Smith,N. MacLeod and M. H. Robertson (Eds.),*SAGE key concepts, key concepts in tourist studies* p. 161–166 London: Sage.
103. Smith, S. 1994 The tourism product. *Annals of Tourism Research*, 24(3), p. 582-595.
104. Smith, Valene. L. 1996 War and its tourist attractions. In A. Pizam, & Y. Mansfield (Eds.),*Tourism, crime and international security issues* p. 247-264 Chichester: JohnWiley and Sons Ltd

105. Spiriajevas, Eduardas 2007 Turizmo įtaka pasienio regionų plėtrai: Pietryčių Baltijos pakrančių regionų ekonominė geografinė studija p. 61 Disertacijos santrauka. KU leidykla.
106. Stulpinaitė, J. , 2016 Turizmo pagrindai: samprata, sistema, sandara. Šiauliai: Šiaulių valstybinė kolegija.
107. Stone, P.R 2013 Dark Tourism, Heterotopias and Post-Apocalyptic Places: The Case of Chernobyl. In L.White & E.Frew (Eds) Dark Tourism and Place Identity. Melbourne: Routledge.
108. Sullivan Kathleen 2004 „Atomica world: the place of nuclear tourism Tourism
109. Svetikienė, I. , 2002 Turizmo marketingas. Vilnius: Vilniaus kolegija.
110. Swarbrooke John, Bread Colin, Leckie Suzanne, Pomfret Gill 2003 Adventure Tourism. The New Frontier p. 354 Oxford Butterworth Heinemann ISBN 0 7506 5186 5
111. Swarbrooke John, Horner Susan, 2004, Consumer Behaviour in tourism Elsevier, Butterworth-Heinemann, Oxford p. 404 ISBN 0-7506-5514-3
112. Tidikis, R. *Socialinių mokslų tyrimų metodologija*. Vilnius: Lietuvos teisės universitetas
113. Timothy, D. J. (2011). An introduction. Cultural heritage and tourism. Bristol: ChannelView Publications *Tourismos//An International Multidisciplinary Journal of Tourism*. Vol. 6. No. 2.
114. Trauer, B. 2006 Conceptualizing special interest tourism-frameworks for analysis *Tourism Management*, 27(2), p. 183–200
115. Triantafyllos Pliakas 2017 Dark tourism representations in travel articles *Communication and Journalism at the School of Journalism and Mass Communication of Aristotle University of Thessaloniki* p.76
116. Tunbridge, J. E. and Ashworth, G. J. 1996 Dissonant heritage: the management of the past as a resource in conflict, Chichester: Wiley
117. Turizmas reikšmė, 2009-2020 [žiūrėta 2019.04.09] prieiga per internetą <<https://www.lietuviuzodynas.lt/terminai/Turizmas>>
118. Turizmo plėtros Visagino savivaldybėje 2011-2018 metų planas UAB „Projektų bankas“ [žiūrėta 2019.09.06] prieiga per internetą <http://www.esparama.lt/es_parama_pletra/failai/ESFproduktai/2011_turizmo_pletros_visagino_savi_valdybeje_planas.pdf>
119. Urry, John 2002, *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies*, p.183, London: Sage, ISBN 0761973478
120. Vagionis, N. ir Loumioti, M. 2011 Movies as a tool of modern tourist marketing.
121. Valackienė Asta, Glinskienė Rasa 2018 Turizmo sektoriaus raiškos pagrindimas: vadybinio ir ekonominio koncepto paieškos p. 93-100 Panevėžio kolegija *Journal: Taikomieji tyrimai studijose ir praktikoje*

122. Valackienė, A., Mikėnė, S. 2008 Sociologinis tyrimas: metodologija ir atlikimo metodika. – Kaunas: Technologija.
123. Visagino savivaldybės 2018–2020 metų strateginis veiklos planas [žiūrėta 2019.09.06] prieiga per internetą <https://www.visaginas.lt/data/public/uploads/2020/03/2020-02-27-sprend-37.pdf>
124. Walter Tony 2009 Dark Tourism: Mediating Between the Dead and the Living 1R. Sharpley & P. Stone, eds The Darker Side of Travel: the theory and practice of dark tourism, Bristol: Channel View Publications
125. Williams, C. 2007 Research Methods. Journal of Business & Economic Research, Vol. 5, No 3.
126. Wisner, Ben, Blaikie Piers, Cannon Terry and Davis Ian 2004 At Risk: Natural Hazards, People's Vulnerability and Disasters Journal of Homeland Security and Emergency Management London: Routledge. ISBN 0-4152-5216-4
127. Zerva Konstantina, 2020 Netfixing Dark Tourism: public display of a multivariate typology of dark destinations Congressos de GKA, Congreso Internacional de Ciencias Sociales.
128. Žydžiūnaitė Vilma 2011 Baigiamojo darbo rengimo metodologija Mokomoji knyga Klaipėdos valstybinė kolegija p.127 ISBN978-609-454-033-2

PRIEDAI

Branduolinio turizmo plėtros galimybės Lietuvoje

Pusiau struktūruoto interviu

KLAUSIMŲ GAIRĖS

Tikslas - įvertinti Lietuvos branduolinio turizmo būklę ir iširti branduolinio turizmo plėtros galimybės Lietuvoje.

Infomacija apie tyrimo organizavimą ir dalyvius

Interviu data:.....

Interviu vieta:.....

Interviu trukmė:

Interviu dalyvis:

Tyrimo dalyvių mokslinė ar darbo patirtis

pavadinimas

pareigos

stažas

Pagrindiniai tyrimo klausimai:

1. Kaip manote, ar palankios sąlygos Lietuvoje plėtoti branduolinį turizmą? Kodėl taip manote?
2. Kaip vertinate apgyvendinimo ir maitinimo paslaugas šalia branduolinio turizmo objektų?
3. Kaip manote, ar pakankamai pateikiama informacijos apie branduolinį turizmą Lietuvoje, ar reikalingi specializuoti leidiniai, interneto svetainės apie branduolinį turizmą ?
4. Kaip, Jūsų manymu, turėtų prisidėti prie branduolinio turizmo plėtros Lietuvoje valstybinis ir privatus sektoriai?
5. Kokios, Jūsų manymu, branduolinio turizmo veiklos turėtų būti plėtojamos Lietuvoje? Kodėl?
6. Ar galima, Jūsų nuomone, pritraukti užsieniečius svečius branduolinio turizmo plėtrai vykdyti?
7. Galbūt turite kažkokių pasiūlymų ar pastebėjimų susijusių su šia tema?

Papildomas klausimas tiesiogiai su branduoliniu turizmu dirbantiems tyrimo dalyviams:

1. Kaip atrodo tipinis turistą besidomintis branduoliniu turizmu?

Interviu metu klausimynas buvo papildomas naujais klausimais.

Ačiū, už Jūsų skirtą laiką ir atsakymus.