

VIEŠOJI ĮSTAIGA TRAKŲ TURIZMO INFORMACIJOS CENTRAS

2024 m. VEIKLOS PLANAS

TEISINĖ BAZĖ:

****Trakų rajono 2023-2025 metų strateginės veiklos plano prioritetas
Nr. 1 - Turistinio potencialo didinimas ir ekonominės plėtros skatinimas.
2022-2026 m. Trakų rajono turizmo rinkodaros strategija – „B - realistinis planas“

Sutrumpinimai:

TIC - turizmo informacijos centras, SB - Savivaldybės biudžetas, PL - projektų lėšos

TIC veiklos tikslas - stiprinti Trakų rajono, kaip patrauklios turistinės vietovės, įvaizdį, didinti žinomumą Lietuvoje, bei prioritetinėse tarptautinėse užsienio rinkose, siekiant didinti turistų srautus ir ilginti jų viešnagės Trakų krašte laiką.

Stiprybių, silpnybių, galimybių ir grėsmių analizė

Stiprybės	Silpnybės
<ul style="list-style-type: none">• Palanki Trakų rajono geografinė padėtis.• Dalyvavimas projektuose „Surink Lietuvą“, Lietuvos pilys ir dvarai, su rajono įstaigomis ir organizacijomis.• Trakų TIC projektinė patirtis.• Išskirtinis kultūros ir istorijos paveldas.• Unikalus gamtiniai ištekliai (miškai ir ežerai) sudaro sąlygas ekologiniam turizmui ir kaimo turizmui.• Švarūs ežerų paplūdimiai.• Tarptautiniu lygiu išskirtinis Trakų istorijos muziejus.• Gausus apgyvendinimo paslaugas teikiančių subjektų skaičius.• Didelis kaimo turizmo sodybų skaičius.• Turistų skaičius vasaros sezono metu.	<ul style="list-style-type: none">• Nepakankama kokybiškų maitinimo paslaugų infrastruktūra (koncentracija Trakuose).• Nepakankamas apgyvendinimo įstaigų užimtumas, nors ir daug apgyvendinimo vietų rajone – nėra nei vieno tarptautinio tinklo verslo klasės viešbučio, konferencijų centro.• Mažas užsienio turistų srautas.• Nedidelis turistų srautas ne turistinio sezono metu.• Per mažas bendradarbiavimas tarp viešojo ir privataus turizmo sektoriaus.• Aktyvaus poilsio (dviračių, vandens ir pėsčiųjų pažintinės trasos) infrastruktūros būklė.• Neigiamas sezoniško poveikis – nesukurta aktyvaus poilsio infrastruktūra turizmui ištisus metus.• Nepakankamas turizmo objektų ženklėjimas.• Nepakankamas turizmo verslo paslaugų dėmesys optimizacijai Google ir kitose populiariausiose paieškos sistemose.• Nedidelis vartotojų įsitraukimas e-rinkodaros priemonėse ir turizmo platformose.
Galimybės	Grėsmės
<ul style="list-style-type: none">• Inovacijų diegimas turizmo sektoriuje.• Naujų turizmo produktų kūrimas.• Nišinių turizmo produktų paieška ir produktų vystymas.• Dviračių ir vandens turizmo maršrutų plėtra.• Įėjimas į prioritetines tarptautines rinkas.• Vietinio turizmo skatinimas.• Efektyvių rinkodaros priemonių, skirtų tiksliniams segmentams, įgyvendinimas.• Nuolatinis rajono turizmo produktų auditas.• Naujai įrengta turizmo infrastruktūra ar nauji turizmo traukos objektai.• Gebėjimų stiprinimas, ypač užsienio kalbų ir	<ul style="list-style-type: none">• Karo, ekonomikos ar finansų krizė (pasaulinė ar regioninė).• Galimas turistų srautų mažėjimas (dėl karo Ukrainoje ir nestabilios ekonominės ir saugumo padėties regione, Europoje ir Artimuosiuose Rytuose).• Mažai žinoma turistinė vietovė tarptautinėse rinkose, nepasitikėjimas turizmo paslaugų ir aplinkos kokybe, saugumu.• Nepakankamas turizmo rinkodaros finansavimas biudžeto lėšomis.• Bendradarbiavimo stoka nacionaliniu ir regioniniu lygiu (su nacionaline turizmo skatinimo agentūra „Keliauk Lietuvoje“, Lietuvos atstovybėmis tikslinėse užsienio

svetingumo, tolesnis verslumo skatinimas turizmo sektoriuje.	rinkose, Lietuvos turizmo informacijos centrais ir pan.).
• Svetingumo sektoriaus paslaugų kokybės gerinimas.	• Pablogėjusi turizmo paslaugų kokybė. • Rekreacinių išteklių kokybinis ir kiekybinis nykimas.

PRIORITETINĖS TURIZMO RINKOS: Trakų rajono prioritetingos turizmo rinkos atrinktos atsižvelgiant į šiuos kriterijus:

- turistų skaičius Lietuvos ir Trakų apgyvendinimo įstaigose;
- lankytojų skaičius pagal rinkas Trakų turizmo informacijos centre (pagal patvirtintą Trakų rajono savivaldybės tarybos 2021 12 10 „Trakų rajono turizmo rinkodaros strategiją 2021 – 2026 metams)

2 lentelė. Galimi rinkodaros veiklos scenarijai

Rinka	Turistų skaičius Lietuvos apgyvendinimo įstaigose		Lankytojų skaičius Trakų TIC		Siūlomas scenarijus Trakų r. savivaldybei		Lietuvos prioritetingų rinkų grupė
	2019	2020	2019	2020	A	B	
Lietuva	2.099.777	1.659.641	22.391	9.872	√	√	Vietinis turizmas
Lenkija	199.651	49.827	22.492	5.027	√	√	Pirma grupė
Latvija	168.925	69.809	5.068	1.908	√	√	Antra grupė
Vokietija	233.407	46.844	17.663	2.733	√	√	Pirma grupė
Baltarusija	181.074	42.458	4.418	599			Antra grupė
Estija	68.302	41.600	1.097	842	√	√	Antra grupė
Rusija	196.540	40.003	10.764*	2.344			Antra grupė
JK	83.154	21.439	3.422	344			Pirma grupė
Suomija	49.937	16.540	401	216			Trečia grupė
JAV	54.068	11.733	1.418	66			Trečia grupė
Italija	48.994	9.324	2.692	210			Trečia grupė
Prancūzija	48.942	8.876	8.947	594	√	√	Trečia grupė

* *pirma grupė* – intensyvi, įvairiapusiška rinkodara

** *antra grupė* – palaikomoji rinkodara

*** *trečia grupė* – perspektyviai auganti, intensyvi rinkodara

4 lentelė. Rinkodaros biudžeto paskirstymas pagal metus ir prioritetingas rinkas (B scenarijus)

Rinka	2022	2023	2024	2025	2026
Lietuva	50%	30%	20%	20%	20%
Lenkija	30%	25%	10%	10%	10%
Latvija	10%	10%	5%	5%	5%
Estija	10%	10%	5%	5%	5%
Vokietija	0%	20%	40%	40%	40%
Prancūzija	0%	5%	20%	20%	20%

Įgyvendinamos patvirtintos rinkodaros priemonės, lėšų koncentracija į tikslines rinkas – duoda teigiamų rezultatų: jau antri metai po pandemijos sparčiai auga Lietuvos ir kiek lėčiau užsienio turistų skaičius – artėjama prie iki pandemijos turistų skaičiaus.

Trakų istorijos muziejaus (toliau TM) lankytojų statistika 2022 – 2023 metais:

- 2022 metais TM sulaukė virš 320 tūkst. lankytojų (126 % nuo planuoto skaičiaus);
- 2023 metais TM planuoja sulaukti virš 302 tūkst. lankytojų.
- 2023 12 01d. – dar nėra pateikta TM statistika už 2023 metus – bet muziejaus darbuotojai tikisi, kad planuotas lankytojų skaičius bus viršytas 15%/20% ir sieks 360.000 – 380.000

Trakų TIC lankytojų statistika 2019, 2022 – 2023 metais:

2023 metais 11 mėn. (ataskaitos teikimo metu) TIC lankytojų statistika tikslinėse rinkose:

TIC lankytojai iš	2019	2022 + / - lyginant su ikipandeminiais 2019 m.	2023 11 mėn. + / - Lyginant su 2022 m. Lyginant su 2019 m.
Bendras TIC lankytojų sk.	137376	76424 55%	123507 162% 90%
t.t. Lietuvos	22391	25627 14 %	26443 103% 118%

Lenkijos	22492	13120 58%	42226 3.22 karto 1.87 karto
Vokietijos	17663	10216 58%	18035 177% 102%
Latvijos	5968	1554 26%	3004 193% 50%
Estijos	1097	1250 113%	1318 105% 120%
Prancūzijos	8947	4631 52%	4768 103% 53%

Kiek mažesniais tempais, bet taip pat auga nakvynių skaičius apgyvendinimo vietose, nors šiam rodikliui įtakos turi tai, kad 2022 m. rudenį keletas labiausiai mėgstamų turistų tarpe nakvynės vietų buvo uždaryta rekonstrukcijai ir neatsidarė iki šiol (Esperanza Resort & SPA, keletas kaimo turizmo sodybų - imant 40% metinį apkrovimą tai sudarytų ~ 5000 nakvynių)

Todėl tikslinga tęsti suplanuotas strateginiame plane rinkodaros priemones.

Turizmo rinkodaros strategijoje patvirtinta nuostata - jei rodikliai (KPI's) iš prioritetinių rinkų didėja, t.y. duoda teigiamą ekonominį efektą, **rinkodaros biudžetą tikslinga didinti bent po 5 proc.**, jei dviejų metų įdirbis rinkoje neduoda efekto, turi būti peržiūrimas prioritetinių rinkų sąrašas.

- 2023 metais, rinkodarai skirtos lėšos buvo **27800 eurų**
- 2024 metams planuojama suma turi būti ne mažiau **29190 eurai**

B (REALISTINĖS) IŠĖJIMO IŠ PANDEMIJOS ALTERNATYVOS ATVEJIS

I. UŽDAVINYS: *Konkurencingų turizmo produktų vystymas, atsižvelgiant į prioritetinių rinkų ir vartotojų poreikius. Šiuo strateginiu uždaviniu siekiama didinti Trakų rajono turistinį patrauklumą ir tenkinti turistų poreikius.*

2024 metų PRIORITETINĖS RINKOS: Lietuva, Lenkija, Latvija, Estija, Vokietija ir Prancūzija.

TIKSLINĖ AUDITORIJA: Didžiųjų Lietuvos miestų gyventojai ir užsienio turistai (B2C): šeimos, jaunimas (18–30 m.), dirbantieji (30–55 m.), vyresnio amžiaus žmonės (55+).

5 lentelė. Trakų rajono turizmo produktų patrauklumas tiksliniams segmentams

	Segmentavimas/ turizmo produktai	Ekologinis turizmas				Kultūrinis turizmas		Nišinis turizmas		
		Kaimo turizmas	Gamtos turizmas	Lėtasis turizmas	Sveikatingumo (wellbeing)	Kultūros objektų lankymas	Religinis turizmas	Renginių turizmas	Gastronominis turizmas	Nuotykių turizmas
Geografinis	Lietuva	√	√	√	√		√	√	√	
	Lenkija			√		√	√			
	Latvija	√	√	√	√	√		√	√	√
	Estija	√	√	√	√	√		√	√	√
	Vokietija	√	√	√	√	√			√	√
	Prancūzija		√	√		√		√	√	√
Amžiaus kriterijus	Jaunimas (18–30 m.)		√		√			√		√
	Dirbantieji (30–55 m.) ir šeimos	√	√	√	√	√	√	√	√	
	Vyresnio amžiaus žmonės (55+)	√	√	√	√	√	√		√	√

PAGRINDINIAI TRAUKOS OBJEKTAI: gamtos išteklių (miškai, ežerai, upės) ir kultūros paveldas, kaimo turizmo sodybos ir kitos apgyvendinimo įstaigos, muziejai, sakralinės paskirties objektai, aktyvaus poilsio trasos ir pažintiniai

	<p>* per 3 festivalio dienas, virš 100.000 lankytojų</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lenkijoje <p>** Apjungiant lėšas, bendras Lietuvos kurortų asociacijos TIC-ų (toliau LKA) stendas tarptautinėje turizmo parodoje TTWarsaw</p> <p>** www.ttwarshaw.pl virš 25.000 lankytojų</p> <p>** kartu su LKA bendrai dalyvauti kelių Lenkijos regionų didžiausiuose gatvės festivaliuose:</p> <p>„Piknik na Odri“ Ścecyń 11-12.05.2024 virš 100.000 lankytojų</p> <p>„Zabrzu na CARBON Silesia Festival“ 24-25.06.2024 virš 100.000 lankytojų</p> <ul style="list-style-type: none"> • Latvija <p>Dalyvauti individualiu stendu tarptautinėje turizmo parodoje Balttour (Ryga) 2024 – ir pasiruošimas 2025 metų parodai. www.balttour.lv/eng/ virš 30.000 tūkst. lankytojų.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vokietija <p>Kartu su „Keliauk Lietuvoje“ ir pajūrio regiono TIC-ais, dalyvauti tarptautinėje turizmo parodoje „Hamburg Reisen“ 2024 ir pasiruošimas kartu su LKA 2025 metų parodai www.messen.de/de/19508/hamburg/caravaning-hamburg/info Vvirš 80.000 lankytojų</p> <p>Kartu su LKA ir „Bielefeld Healt“ sveikatinimo paslaugų pristatymo verslo misija (~400 dalyvių).</p>	
	<p>1.2. Pristatymų (tiesioginių ir / ar nuotolinių), pažintinių turų žiniasklaidos atstovams, tinklaraštininkams organizavimas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lietuvoje – nuomonės formuotojų, žymių tinklaraštininkų – pristatymai, dalyvauti TV vasaros laida, radijo laikų ciklas „Tiesiogiai iš Trakų“ ir pan. • Latvijoje – nuotolinis ir tiesioginiai pristatymai Rygoje Balttour parodos metu, tęstinė rinkodara BalticTravelNews ir socialiniuose tinkluose tiesiogiai ir kartu LKA. • Estijoje – nuotolinis ir tiesioginiai pristatymai Rygoje Balttour parodos metu, tęstinė rinkodara BalticTravelNews ir socialiniuose tinkluose tiesiogiai ir kartu LKA, pristatymas Tourest parodos metu. • Lenkijoje – nuotolinis ir tiesioginis pristatymai Varšuvos parodos ir regionų gatvės švenčių – festivalių metu, kartu su infoturas žurnalistams ir tinklaraštininkams. • Prancūzijoje – kartu su LR ambasada Paryžiuje, Lietuvos keliautojų asociacija Prancūzijoje, GoVilnius – nuotoliniai pristatymai ir žurnalistų infoturai Lietuvoje / Trakuose. • Vokietijoje – kartu su LR ambasada Berlyne, Lietuvių bendruomenėmis Vokietijoje, GoVilnius – nuotoliniai pristatymai turizmo verslo atstovams, žurnalistų infoturai Lietuvoje / Trakuose. 	<p>2022 – 2023 – 2024– 2026</p>
<p>2. Elektroninių rinkodaros priemonių įgyvendinimas</p>	<p>2.1. Reklamos vykdymas interneto kanaluose:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trakų TIC interneto svetainės www.trakai-visit.lt nuolatinis atnaujinimas, modernizavimas, reklama paieškos sistemose Lietuvos ir užsienio rinkose, atitikimas ES interneto svetainių saugumo ir asmens duomenų apsaugos direktyvoms. • E-TIC Trakų autobusų stotyje (LT, PL, EN, DE, RU, LV) - informacinis ir techninis palaikymas – planuojama papildomai įvesti informaciją sparčiai augančios tikslinės rinkos – prancūzų kalba. • Straipsniai ir banerinė reklama skaitomiausiuose 	<p>2022–2023–2024–2026</p>

	<p>informaciniuose portaluose, įskaitant kelionių tinklaraštininkų (angl. <i>influencers</i>) paslaugas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Informacijos pateikimas didžiausiam Baltijos regione turizmo profesionalų ir verslo interneto svetainėje: https://travelnews.lv/ 	
	<p>2.2. Aktyvi komunikacija socialiniuose tinkluose:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Komunikacija lietuvių ir anglų kalba - TIC socialiniuose tinkluose: ** Instagram - Visit_Trakai ** FB puslapiuose: @TrakaiVisit , @TrakiečioKortelė, @TrakųTurizmas , @ExploreTrakaiVilnius , @BalticTravelNews ir TIC ** TIC administruojamose FB grupėse: Renginiai Trakuose, Poilsis Trakuose, Pramogos Trakuose, Apgyvendinimas Trakuose, Trakų skoniai, Renginiai ir poilsis Lentavrio seniūnijoje, Kalėdos Trakuose. ** Facebook paskyras naudoti kaip klientų aptarnavimo platformą „klausimai / atsakymai gyvai“. ** TikTok - Trakai_WOW ir Trakai_Visit • Teikti informaciją pagal poreikį ir informacijos aktualumą tos šalies keliautojams - ir lenkų ar lavių, vokiečių ir prancūzų kalbomis, socialiniuose tinkluose (Facebook ir Instagram,), pristatant Trakų rajono turizmo naujienas ir produktus, skirtingų viešųjų ryšių kampanijų įgyvendinimas. <ul style="list-style-type: none"> • Skatinti vartotojų įsitraukimą ir dalijimąsi patirtimi bei rekomendacijomis. • <i>Storytelling</i> technikos, informacijos pateikimas keliautojo akimis naudojimas. • Organizuoti konkursus, žaidimus. 	<p>2022–2023–2024–2026</p>

III. UŽDAVINYS: TRAKŲ TIC FUNKCIJŲ STIPRINIMAS IR BENDRADARBIAVIMO SKATINIMAS

Trakų TIC, kaip turistinės vietovės valdymo organizacijos (angl. *DMO*), funkcijų stiprinimas ir turizmo sektoriaus dalyvių bendradarbiavimo skatinimas.

Šiuo strateginiu uždaviniu siekiama:

- Stiprinti Trakų rajono turizmo plėtros konkurencinius pranašumus ir potencialą, gerinti turizmo paslaugų kokybę, tenkinti turistų poreikius. Turistinėje vietovėje suinteresuotos šalys turi bendradarbiauti tobulindami turizmo produktų ir jų elementų (traukos objektų, paslaugų, patogumų, infrastruktūros, sukurtos aplinkos ir pan.) kokybę, nes būtent jie lemia turistų patirtį vietovėje.
- Siekiant didinti Trakų rajono žinomumą bei formuoti patrauklios turistinės vietovės įvaizdį, būtina bendradarbiauti Lietuvos kurortų ir kurortinių teritorijų, su kaimyninių savivaldybių turizmo informacijos centrais, nacionaline turizmo skatinimo agentūra „Keliauk Lietuvoje“, kelionių ir renginių organizatoriais, vietinėmis ir nacionalinėmis turizmo asociacijomis, turizmo verslu ir turizmo organizacijomis. Partnerystė apibrėžiama, kaip sinerginis ryšys tarp DMO ir kitų organizacijų ar verslo subjektų, turistinėje vietovėje ar už jos ribų.

TIKSLINĖ AUDITORIJA: Vietiniai ir užsienio turistai (B2C), turizmo paslaugų teikėjai (B2B), valstybinės institucijos, verslas, NVO, asociacijos.

PAGRINDINĖS FUNKCIJOS: Informacijos teikimas turistams ir turizmo paslaugų teikėjams, paslaugų kokybės gerinimas ir inovacijų diegimas, rinkos analizė.

8 lentelė. TIC funkcijų stiprinimas ir turizmu suinteresuotų šalių bendradarbiavimas

Priemonė	Priemonių detalizavimas	Laikotarpis
<p>1. TIC funkcijų stiprinimas</p>	<p>1.1. Informacijos paslaugos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Teikti informaciją lankytojams ir turistams apie Trakų rajono turizmo paslaugas ir traukos objektus tiesiogiai ir nuotoliu (E-TIC). 	

	<ul style="list-style-type: none"> Teikti konsultacijas pradedantiesiems turizmo paslaugų teikėjams ir jau veiklą vykdančioms turizmo verslo atstovams (dalinimasis sėkmės pavyzdžiais: maitinimas, apgyvendinimas, rinkodaros projektai). TIC darbuotojų kvalifikacijos tobulinimas, siekiant Trakų kraštą pristatyti svetingai, veikloje pritraukti inovatyvius turizmo informacijos sklaidos metodus. 	I– IV ketv.
	<ul style="list-style-type: none"> Pagal nacionaliniu lygiu atliktą turizmo infrastruktūros vertinimo auditą, inicijuoti susitikimus su nuosavybės valdytojams ir spręsti, kaip būtų galima gerinti turistinės vietovės patrauklumą. 	III– IV ketv.
2. Turizmo sektoriaus suinteresuotų šalių bendradarbiavimo skatinimas	2.1. Organizuoti tiesioginius ar nuotolinius mokymus turizmo paslaugų teikėjams (turistų poreikiai ir lūkesčiai, pasaulinės turizmo tendencijos, turizmo inovacijos, bendradarbiavimo nauda).	II– III ketv.
	2.2. Bendradarbiauti su kelionių agentūromis (KA) ir kelionių organizatoriais (KO) – parengti pasiūlymus, pristatančius Trakų rajoną, kaip atostogų kryptį.	II–III ketv.
	2.3. Aktyviai bendradarbiauti su nacionaline turizmo skatinimo agentūra „Keliauk Lietuvoje“, LKA, kitais Lietuvos TIC-ais ir turizmo verslo asociacijomis: organizuoti partnerių dienas, keistis naujienomis apie naujai sukurtus turizmo produktus, organizuoti bendrai pažintinius turus žurnalistams, kooperuotis leidžiant teminius regiono turizmo maršrutus ir kt.	I– IV ketv.
	2.4. Kartu su GoVilnius ir/ar sukurti nuolaidų kortelę Trakų rajono turistams.	I– IV ketv.
	2.5. Stiprinti bendradarbiavimą su Vilniaus regiono savivaldybėmis – bendrų rinkodaros priemonių įgyvendinimas (parodos, leidiniai ir pan.) ir bendrų maršrutų (pėsčiųjų, dviračių, moto turizmo, autoturizmo ir teminių) sukūrimas.	I– IV ketv.
	2.6. Organizuoti LKA, regiono TIC-ų partnerių dienas.	IV ketv.
	2.7. Dalyvauti Trakų rajono savivaldybės organizuojamose Trakų rajono turizmo verslo savaitės renginiuose.	
3. Bendradarbiavimas su GoVilnius	Turizmo informacijos taškų ASK ME standartizacija ir plėtra – Lisabonos turizmo informacijos centrų veiklos gerosios praktikos projekto patirtimi, sukurti ASK ME taškų veiklos, personalo standartus, bendradarbiaujant su apskrities turizmo verslo atstovais, NVO, jaunimo organizacijomis – ASK ME pradėti diegti Vilniaus apskrityje, dalintis patirtimi su kitais Lietuvos TIC-ais.	I– IV ketv.

VEIKLOS PLANO VYKDYMO RODIKLIAI

Turizmo rodiklių pasiekimą lemiantys veiksniai:

- Ekonominė ir saugumo padėtis Europoje ir ypač Baltijos šalių regione (pasaulio ir Lietuvos turizmo ekspertų laukiamas turizmo sektoriaus grįžimas į 2019 metų lygį 2026 metais).
- Pakankamas turizmo rinkodaros priemonių finansavimas.
- Už rinkodarą atsakingų žmogiškųjų išteklių kompetencijos (gebėjimas reaguoti į besikeičiančius vartotojų poreikius ir naujų technologijų išmanymas ir valdymas).
- Inovacijų diegimas (virtualios erdvės, inovatyvūs sprendimai, dirbtinis intelektas (DI).
- Investicijos į Trakų rajono turizmo verslą ir viešosios turizmo infrastruktūros plėtra.

VEIKLOS PLANO EFEKTYVUMO RODIKLIAI (KPI's):

- Trakų TIC lankytojų skaičius, vnt.
- Turistų nakvynių skaičius, vnt.

9 lentelė. Trakų turizmo informacijos centro 2024 metų veiklos plano priemonių vykdymo efektyvumo .
(B – realistinis scenarijus)

Rodiklis	2019	2020	2021	2022 planas faktas	2023	2024 planas
Turistų skaičius, nakvojuusių Trakų apgyvendinimo vietose **	85.774	40.992	45.000	50.000 Per 10 mėn. 44.17	Rinkodaros plane 60.000 9 mėn. – 50.000 Laukiamas 65.000 ~8 %	71.500 ~10 %
Nakvynių skaičius ** Dėl pandemijos ir saugumo grėsmių – nakvynių skaičius dar negrįžta iki pandeminių lygi	145.057	76.435	90.000	100.000	120.000	125.000
Lankytojų skaičius TIC'e	137.376	30.913	35.000	50.000 76.424 +52,5%	70.000 Faktas 125.000 178%	137500 +10%

Pastabos:

- Apgyvendinimo statistiniai duomenys už metus valstybės duomenų agentūros <https://osp.stat.gov.lt/> pateikiami tik 2024 kovo mėn. pabaigoje.
- Teikiant planą 2024 metams ir 2023 metų veiklos ataskaitą pateikti atvirai prieinami statistiniai duomenys už 2023 metų 11 mėn., kurie buvo prieinami 2023 12 01 dienai.
- 2022 m. rudenį keletas labiausiai mėgstamų turistų tarpe nakvynės vietų buvo uždaryta rekonstrukcijai ir neatsidarė iki šiol (Esperanza Resort & SPA ir keletas kaimo turizmo sodybų skaičiuojant ~40% metinį apkrovimą tai sudarytų ~5000 nakvynių).

TURIZMO INFORMACIJOS CENTRO 2024 METŲ VEIKLOS PRIEMONIŲ PLANAS

Uždaviniai	Priemonės	Vertinimo kriterijai ir rezultatai	Lėšų poreikis tūkst. eurų	Finansavimo šaltinis SB TIC (iš papildomos veiklos gautos pajamos) tūkst. eurų	Įgyvendinimo terminai Pastabos
I. Konkurencingų turizmo produktų vystymas, atsižvelgiant į prioritetinių rinkų ir vartotojų poreikius. II. Turizmą skatinančios integruotos rinkodaros komunikacijos įgyvendinimas.		Dalyvauta parodose ir tarptautiniuose gatvės festivaliuose - 8 Pristatymai žiniasklaidoje - 30 Pristatymai soc. tinkluose, kiekvienoje tic administruojamoje grupėje – 350 Turistų iš tikslinių rinkų augimas +	29.1	SB – 24 TIC – 5,1	Sausis - gruodis

		10%			
LIETUVOS RINKA SB 4.8 TIC 1.8 Viso 6.6	Turizmo išteklių pristatymas „Turizmo gatvė“ festivalyje „Sostinės dienos“, www.vilniusfestivals.lt „Trakų vasara 2024“	Metinis TIC lankytojų iš Lietuvos + 10 % augimas	1.6	SB – 1.0 TIC – 0.6	Liepa rugsėjis
	Trakų krašto turizmo išteklių pristatymas Lietuvos rinkai - socialiniuose tinkluose, vienoje iš LT TV, arba garsaus tinklaraštinimo publikacijose, radijo laidose.	Pristatymų skaičius 12 Peržiūrų skaičius Publikacijų, žinučių skaičius	0.6	SB – 0.5 TIC – 0.1	Ištisus metus
	Trakų krašto turizmo išteklius pristatančios svetainės www.trakai-visit.lt modernizavimas, kibernetinio saugumo ir duomenų apsaugos užtikrinimas, integracija į užsienio šalių ir Lietuvos nacionalines turizmo informacines sistemas (NTIS), sąsajų su šiomis sistemomis API sukūrimas ir nuolatinis palaikymas. E-TIC Trakų autobusų stotyje duomenų atnaujinimas ir techninis palaikymas.	Svetainės kalbų skaičius Svetainės lankytojų skaičius Lankytojų skaičiaus augimas iš tikslinių rinkų + 5 %	3.1	SB – 2.6 TIC – 0.5	Ištisus metus
	Naujų interaktyvių audio/video maršrutų sukūrimas ir anksčiau sukurtų maršrutų duomenų (foto, kt. informacijos) atnaujinimas tematika: „Trakų skoniai“ „Lėtai per Trakus“ - sveikatinimo maršrutas – įtraukiant naujus objektus – mineralinio vandens biuvetę, atnaujintą Galvės pakrantę ir kitas atnaujintas viešąsias erdves - Trakuose, Lentvaryje, Rūdiškėse, kartu apjungiant į visumą ir Trakų rajono viešosios bibliotekos sukurtus interaktyvius turizmo produktus. Piligriminis ir kultūrinis maršrutas „Onuškis - mažoji kultūros sostinė“	Sukurti 2 nauji maršrutai Atnaujinta informacija	1.3	SB – 0.7 TIC – 0.6	Sausis - birželis
LATVIJOS –	Pasirengti 2025 m. ir	TIC lankytojų iš šių	2.0	SB -2.0	

ESTIJOS RINKOS SB 2.4 TIC 0.2 Viso 2.6	dalyvauti tarptautinėje parodoje BALTOUR Rygoje 2024.	rinkų metinis + 5 % augimas			Sausis - gruodis
	Turizmo išteklių pristatymas ir nuolatinė komunikacija BalticTravelNews.com ir FB @baltictravelnews	Pranešimų skaičius Reakcijų į šiuos pranešimus skaičius	0.6	SB – 0.4 TIC – 0.2	
LENKIJOS RINKA SB 2.4 TIC 3.1 Viso 5.5	Turizmo išteklių pristatymas Lenkijos rinkai Bendras Lietuvos kurortų asociacijos TIC-ų (toliau LKA) stendas tarptautinėje turizmo parodoje „TT Warsaw“ Kartu su LKA bendrai dalyvauti kelių Lenkijos regionų didžiausiuose gatvės festivaliuose : „Piknik na Odri“ – 11-12.05.2024 Šcecin (virš 100 tūkst. lankytojų) „Zabrzu na CARBON Silesia Festival „– 24-25.06.2024 (virš 100 tūkst. lankytojų) Trakų krašto turizmo išteklių lenkų kalba pristatymas soc. medijoje	TIC lankytojų iš Lenkijos augimas + 5 %	5.5	SB – 2.4 TIC – 3.1	Ištisus metus
VOKIETIJOS RINKA SB 9.6 VISO 9.6	Kartu su „Keliauk Lietuvoje“ ir pajūrio regiono TIC-ais dalyvauti tarptautinėje turizmo parodoje „Hamburg Reisen 2024“ Pasiruošti kartu su LKA 2025 metų parodai. Kartu su LKA ir „Bielefeld Healt“ sveikatinimo paslaugų pristatymo verslo misija Turizmo išteklių vokiečių kalba pristatymas socialiuose tinkluose. Maršruto „Trakų skoniai“ išvertimas į vokiečių kalbą, e-maketo sukūrimas. Krašto turizmo išteklių pristatymas kartu su „Keliauk Lietuvoje“, GoVilnius vokiškai kalbančių šalių žiniasklaidos ir turizmo verslo atstovams	Vokietijos augimas +10 % Priimtų kelionių organizatorių, žurnalistų, tinklaraštininkų skaičius - 25	9.6	SB – 9.6	Viso LT: pagal TRS – 40%, t.y. SB ~ 9.6 Ištisus metus

PRANCŪZIJS RINKA SB 4.8 Viso: 4.8	Kartu su „Keliauk Lietuvoje“, GoVilnius ir LKA - Trakų krašto turizmo išteklių tiesioginis ir nuotolinis pristatymas per Prancūzijos ir Lietuvos turizmo verslo asociacijas, ambasadą, infoturą	Publikacijų skaičius – 12 Tiesioginių ir nuotolinių pristatymų skaičius – 4 Priimtų kelionių organizatorių, žurnalistų, tinklaraštininkų skaičius - 15	4.8	SB – 4.8	Viso FR pagal TRS – 20%, t.y. SB ~ 4.8 Sausis - gruodis
Leidybai SB 5.3 TIC 0.4 VISO 5.7	Parengti, išversti atspausdinti turizmo strategijoje numatytus leidybinius projektus (lietuvių, anglų, latvių, vokiečių ir prancūzų kalbomis). Reprezentaciniai plakatai naujose miesto reklamos stenduose (1.2 x 1.75 m)	+5 % lyginant su 2023 m. Išleistų leidinių kalbos – 5 Parengtų ir išleistų leidinių skaičius – 8 Bendras tiražas 21000 egz.	5.7	SB – 5.3 TIC – 0.4	Sausis - gruodis
3. TRAKŲ TIC STIPRINIMAS IR BENDRADARBI AVIMO SKATINIMAS IR TIC	Bendradarbiavimas su „nacionaline turizmo į Lietuvą skatinimo agentūra „Keliauk Lietuvoje“, GoVilnius, ir Vilniaus regiono turizmo informacijos centras, LKA TIC-ais, Trakų savivaldybės įstaigomis, bendruomenėmis, NVA, siekiant plačiau pristatyti krašto turizmo galimybes Lietuvoje ir užsienyje.	Bendrų projektų skaičius - 8	139.050	SB – 135.3 TIC – 3.75	
VEIKLOS ORGANIZAVIMAS	Skaitmeninė Lietuvos turizmo duomenų bazė Trakų rajono turizmo paslaugų duomenų sutikslinimas, paslaugų registro atnaujinimas. Dalyvavimas Nacionalinės turizmo informacinės sistemos NTIS kūrime ir administravime.	Suvestų/atnaujintų duomenų į registrą objektų skaičius - 80			
	Trakai TIC 24/365 kūrimas: Duomenų atnaujinimas, naujienų, akcijų, renginių skelbimas www.trakai-visit.lt LT, PL, RU, DE, EN, LV kalbomis. Šv. Jokūbo kelio svetainės Trakų rajono duomenų atnaujinimas LT ir EN kalbomis. Turistų ir rajono verslo subjektų apklausų organizavimas.	Suvestų/atnaujintų duomenų į registrą objektų skaičius – 90 Apklausos modulis 6 kalbomis			

	Nemokamai teikti informaciją TIC lankytojams apie krašto turizmo išteklius ir paslaugas, atsakyti į gautas užklausas, sudaryti individualias viešnagės programas atvykusiems individualiai. Tiesiogiai ir/ar nuotoliniu būdu.	Aptarnautų turistų skaičius - 10 % augimas,			
	Sutarčių su prekių ir paslaugų tiekėjais atnaujinimas, naujų tiekėjų paieška.	Naujos bendradarbiavimo sutartys - 5			Sausis - gruodis
	Organizuoti pasiruošimo turistiniam sezonui, tarptautinės turizmo dienos renginius ir susitikimą su verslo atstovais, aptarti sezono problemas, kylančius iššūkius dėl geopolitinės situacijos.	Organizuoti renginiai - 2			Balandis - lapkritis
	Sutarčių su užsienio partneriais sudarymas ir atnaujinimas.	Sudaryti/atnaujinti 1 sutartis			Balandis - gegužė
	Finansinės ir veiklos ataskaitų rengimas ir pateikimas savivaldybės administracijai, tarybai ir VSAKIS sistemai.	Metinė - 1, ketvirtinė - 3, pusmetinė - 1 ataskaita			Sausis - gruodis Kas ketvirtį
	Finansų kontrolė, biudžeto ir nebiudžetinių lėšų panaudojimo analizė.	Du kartus per mėnesį pajamų/ išlaidų analizė			Sausis - gruodis
	Ekskursijų užsakymai. Bilietų į pramoginius laivus rezervavimas ir pardavimas.	Užsakymų augimas, lyginant su praėjusiais metais: + 5 proc.			Sausis - gruodis
	Turistų statistika, apklausos, analizė, informacinių pranešimų žiniasklaidai rengimas.	Metinė - 1, ketvirtinė - 3, pusmetinė - 1 apžvalgas. Turistų nuomonės / pasitenkinimo lygio tyrimas - 1			Sausis - gruodis
	Archyvo tvarkymas.	Sutvarkyti ir patvirtinti archyvinių bylų apyrašus			Sausis - vasaris Rugsėjis - gruodis
	Viešųjų pirkimų organizavimas, viešinimas ir ataskaitų rengimas.	Pateikta metinė ataskaita per CVPT. Paviesti viešųjų pirkimų sutartis CVPT sistemoje.			Sausis - gruodis
	Kelti TIC darbuotojų kvalifikaciją, dalyvaujant mokymuose, seminaruose, pažintiniuose info	Dalyvautų mokymo renginių skaičius - 4	0,5	TIC – 0.5	Sausis - gruodis

	turuose.				
	Turizmo infrastruktūros objektų lankymas.	Aplankyti visus naujus ir 25 anksčiau veikiančių viešosios infrastruktūros ir verslo objektus.		TIC administravimo lėšos	Kovas - gegužė Rugsėjis - spalį
	Dalyvavimas Inovacijų ir ūkio ministerijos, VšĮ „Keliauk Lietuvoje“, LTICA, savivaldybės mokymuose.	Po vieną TIC darbuotoją – skirtinguose mokymuose	0,5	TIC - 0.5	Sausis - gruodis
	Pažintinio infoturo Trakų savivaldybės tarybai organizavimas – naujų ir seniau veikiančių turizmo verslo ir viešosios infrastruktūros objektų pristatymas.	Dalyvių skaičius – 30		TIC – 0.5	Gegužė - rugsėjis
	Dalyvavimas Lietuvos TIC'ų rinkodaros projekte „Surink Lietuvą“.	Dalyvauti 1 LTICA projekte	0,5	TIC – 0,5	Sausis - gruodis
	Projekto „Trakiečio kortelė“ - administravimas www.trakieciokorte.lt , išmanioji programėle, FB, kortelės pardavimai – apskaita	Parduota / pratęsta kortelių Informacijos sklaida: informacinių pranešimų FB ir www.trakieciokortele.lt	0.5	TIC – 0.5	Sausis - gruodis

Trakų turizmo informacijos centro finansavimo šaltiniai ir lėšų poreikis 2024 metams (tūkst. eurų)	2023 faktas Tūkst. eurų	2024 poreikis tūkst. eurų
Savivaldybės asignavimai (SB)	146.6 +1.020 papildomai = 147.70	160,37 + 8.8 proc.
Planuojamos nuosavos / projektų lėšos (TIC)	10.	9.25
Planuojamos veiklos plano išlaidos		
Žmogiškųjų išteklių kaštams padengti (4,5 etato)	110.22	121,8
Kitoms veikloms ir administravimo išlaidoms (ryšiai, internetas, valymo paslaugos, elektra, apsauga ir kt.)	7.66	9.25
Rinkodaros priemonėms, renginiams, leidybai	27.8	29.300

***Pastaba:** metinė veiklos programa gali keistis negavus pakankamo finansavimo ar kitų nuo įstaigos nepriklausančių aplinkybių.*

Direktorė

Laima Balčytienė